



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



MODELO LARANJA – PROJETO DE PESQUISA

Divulgação científica como uma atividade híbrida

Arthur Vinícius Resek Santiago¹

Este estudo tem por objetivo investigar de que modo as demandas por produtividade e qualidade audiovisual, geradas pela lógica algorítmica do *YouTube*, somadas às restrições de monetização e à carência de financiamento institucional, incidem sobre os processos de profissionalização e sobre a sustentabilidade de canais brasileiros dedicados à divulgação científica. A relevância da pesquisa justifica-se pelo protagonismo que a divulgação científica assumiu na mediação entre a comunidade acadêmica e o público leigo, especialmente a partir da expansão do *YouTube* durante a pandemia de Covid-19, quando canais de ciência passaram a ocupar um espaço até então marginal no ecossistema midiático (REALE, 2019). Esse movimento ganhou contornos mais críticos em um cenário de disputa epistêmica e social pela verdade, marcado pela disseminação do negacionismo científico, o que torna premente a qualificação da comunicação entre ciência e sociedade (MESSENDER NETO, 2019).

No plano teórico, recorre-se à Teoria da Atividade como lente analítica complementar. Segundo essa perspectiva, uma atividade é definida por seu objeto — aquilo que lhe confere motivação — e se estrutura por mediações que envolvem instrumentos, sujeitos, regras, comunidade e divisão do trabalho. A análise sugere que o trabalho dos divulgadores se configura como a articulação de dois sistemas de atividade distintos (ENGSTRÖM, 2001) que convergem para um mesmo objeto: a divulgação científica. De um lado, a atividade científica, orientada pela produção e validação do conhecimento, regulada pelas normas da comunidade acadêmica. De outro, a atividade comunicativa, voltada à produção audiovisual, regulada pela comunidade de pares e pelas regras da plataforma, sobretudo pelo algoritmo, que opera simultaneamente como instrumento e como regra. É essa tensão entre rigor epistêmico e lógica algorítmica que explica grande parte das dificuldades relatadas pelos sujeitos da pesquisa.

Essa tensão dialoga com a literatura sobre plataformização do trabalho, que descreve o algoritmo como mecanismo de controle e gestão da atividade laboral em diferentes setores, ampliando a instabilidade de quem depende diretamente da visibilidade concedida pela plataforma (FILGUEIRAS; ANTUNES, 2020; GROHMANN; SALVAGNI, 2023). No caso da divulgação científica, esse quadro se soma à fragilidade do financiamento institucional já apontada por Santos e Müller (2022), que caracterizam a atividade brasileira nesse campo como majoritariamente amadora e sujeita a alta rotatividade de canais.

¹ ¹Professor Doutor em Ensino de Física do Instituto Federal de São Paulo. E-mail: arthursantiago@ifsp.edu.br.



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



Do ponto de vista metodológico, realizaram-se oito entrevistas semiestruturadas com criadores de conteúdo científico, selecionados a partir de um modelo híbrido de amostragem que combinou a identificação de canais de relevância com a técnica de indicação em cadeia, ou "bola de neve" (BOCKORNI; GOMES, 2021). Os dados foram submetidos à Análise Textual Discursiva (MORAES; GALIAZZI, 2016), em diálogo constante com a literatura sobre divulgação científica digital e sobre trabalho plataformizado.

Os resultados evidenciam dois eixos estruturantes: a produção de conteúdo e os aspectos financeiros. No primeiro, a elaboração de vídeos demanda pesquisa acadêmica, domínio técnico de roteiro e edição, e habilidade para traduzir conceitos complexos sem comprometer o rigor conceitual — um duplo movimento que expressa o encontro entre as duas atividades e que acumula, em um único sujeito, múltiplas funções antes distribuídas entre uma equipe de produção, sob a cadência incessante de publicações exigida pelo algoritmo. No segundo eixo, a monetização direta raramente cobre os custos efetivos de produção, o que leva os divulgadores a recorrerem a patrocínios ou a outras estratégias de mercado. A ausência de apoio institucional reforça o caráter amador da atividade, tal como demonstrado pelo levantamento de Santos e Müller (2022) em uma planilha pública com mais de 500 canais, do qual apenas cinco permaneciam ativos segundo os critérios estabelecidos.

Na discussão dos dados, destaca-se como resultado transversal o caráter híbrido da divulgação científica, ponto de interseção entre a atividade científica e a comunicativa. Essa hibridez manifesta-se nas trajetórias profissionais: a maioria não possui formação acadêmica específica na área sobre a qual produz conteúdo, ingressando na atividade comunicativa antes de estar integrada à comunidade científica de referência. Diante disso, duas estratégias de legitimação assumem relevo, convergentes com o que Flores e Medeiros (2018) identificam em canais brasileiros de ciência: a busca posterior por formação específica e o estabelecimento de vínculos com pesquisadores especializados, que atuam como consultores ou parceiros de produção, funcionando como pontes entre os dois sistemas de atividade.

Conclui-se que a divulgação científica digital constitui um campo de trabalho ainda em consolidação, atravessado por tensões entre qualidade, produtividade e viabilidade econômica que ecoam debates mais amplos sobre a plataformização do trabalho, mas igualmente marcado por uma hibridez estrutural de funções, saberes e percursos formativos. Sob a ótica da Teoria da Atividade, esse trabalho pode ser compreendido como o esforço contínuo de sustentar, em um único sujeito, duas atividades com motivos e comunidades distintos, cujo objeto compartilhado só se realiza plenamente quando essas dimensões coexistem sem que uma anule a outra. Compreender essa hibridez é condição fundamental para a formulação de políticas públicas e modelos de financiamento que reconheçam a complexidade desse trabalho.

Palavras-chave: Divulgação científica; YouTube; Teoria da Atividade; Atividade híbrida.



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



REFERÊNCIAS

BOCKORNI, B. R. S.; GOMES, A. F. A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. *Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR*, Umuarama, v. 22, n. 1, p. 105-117, jan./jun. 2021.

ENGESTRÖM, Y. Expansive learning at work: toward an activity theoretical reconceptualization. *Journal of Education and Work*, v. 14, n. 1, p. 133-156, 2001.

FILGUEIRAS, V.; ANTUNES, R. Plataformas digitais, uberização do trabalho e regulação no capitalismo contemporâneo. *Contracampo*, v. 39, n. 1, 2020.

FLORES, N. M.; MEDEIROS, P. M. Science on YouTube: Legitimation Strategies of Brazilian Science YouTubers. *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], n. 15, 2018.

GROHMANN, R.; SALVAGNI, J. *Trabalho por plataformas digitais: do aprofundamento da precarização à busca por alternativas democráticas*. Rio de Janeiro: Sesc, 2023.

HORA 1. Pesquisa mostra que brasileiros passam 9h por dia ao celular ou em outros aparelhos eletrônicos. *G1*, Rio de Janeiro, 25 ago. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/hora1/noticia/2023/08/25/pesquisa-mostra-que-brasileiros-passa-m-9h-por-dia-ao-celular-ou-em-outros-aparelhos-eletronicos.ghtml>. Acesso em: 28 jan. 2026.

MESSENDER NETO, H. S. A divulgação científica em tempos de obscurantismo e de fake news: contribuições histórico-críticas. In: ROCHA, M. B.; OLIVEIRA, R. D. (org.). *Divulgação científica: textos e contextos*. São Paulo: Livraria da Física, 2019.

MORAES, R.; GALIAZZI, M. C. *Análise Textual Discursiva*. 3. ed. Ijuí: Unijuí, 2016.

REALE, M. V. Quem divulga ciência no YouTube do Brasil? In: *Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belém: Intercom, 2019.

SANTOS, L. O.; MÜLLER, K. B. Caracterização do atual cenário da divulgação científica brasileira em mídias digitais a partir do levantamento dos perfis de divulgadores científicos. *JCOMAL*, [S. l.], v. 5, n. 2, p. A01, 2022.