

## RESUMO

SANTOS, David Ayrolla dos. **“Fala, galera”:** quem são e o que pensam divulgadores científicos brasileiros no YouTube. 286f. Dissertação (Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde) – Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro: 2021.

A internet trouxe oportunidades inéditas para a área da divulgação científica no que se refere às possibilidades de alcance de públicos cada vez maiores e mais diversos. Um dos fenômenos surgidos na revolução digital que se seguiu à criação da rede é a figura do divulgador científico digital, capaz de utilizar os recursos da internet para a atividade de popularização da ciência na web. Nesse cenário tecnológico, o surgimento de plataformas de publicação de vídeos como o YouTube potencializou a capacidade comunicacional dos divulgadores científicos ao lhes proporcionar um meio audiovisual no qual podem utilizar linguagens e formas diversas para dialogarem com o público. No Brasil, uma comunidade de produtores e apresentadores de vídeos despontou e tem crescido substancialmente nos últimos anos, ampliando significativamente o alcance da divulgação científica no país. Esta pesquisa investiga quem são essas pessoas, analisando suas histórias, suas trajetórias acadêmicas e profissionais, suas motivações, referências e influências, as dificuldades que enfrentam para atuarem como divulgadores e quais são as suas percepções sobre a área da divulgação científica. Para tanto, foi feito um estudo quali-quantitativo que incluiu entrevistas com 11 divulgadores científicos e um questionário respondido por outros 50, todos atuando ativamente na plataforma no momento. Os dados captados pelos instrumentos de coletas de dados e a análise do conteúdo de suas falas trouxeram à luz informações importantes sobre esses divulgadores, desde a pouca diversidade sociodemográfica existente entre eles (ao mesmo tempo em que existe um desejo manifesto de mudar esse cenário) até a existência de pluralidade em suas visões sobre o papel do divulgador científico brasileiro (que encontram reflexos em perspectivas que vão do modelo de déficit ao de engajamento público). Os resultados indicam a necessidade de aumento da representatividade de grupos hoje minoritários atuando na divulgação científica brasileira no YouTube, de maneira a ampliar o alcance da atividade com a adição de perfis e linguagens que dialoguem com públicos mais diversos, bem como a necessidade de criação de medidas de fomento e

valorização da atividade, apontada como uma das maiores dificuldades enfrentadas na área.

Palavras-chave: Divulgação científica. Divulgadores da ciência. Internet. YouTube.