

Consumo de ciência no TikTok: a cultura pop como estratégia de divulgação científica no perfil do biólogo Carlos Stênio¹

Igor LACERDA²

Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Este trabalho analisa o consumo de ciência no TikTok a partir de vídeos publicados pelo perfil do biólogo Carlos Stênio, com ênfase no uso da cultura pop como recurso de divulgação científica. A metodologia adotada é a análise de conteúdo, aplicada a um corpus de seis vídeos publicados em janeiro e fevereiro de 2026, a partir das categorias: conteúdo científico, estratégias narrativas, recursos audiovisuais e engajamento do público. Os resultados apontam a predominância de explicações sobre fenômenos e comportamentos biológicos articuladas a referências da cultura pop, por meio de linguagem informal, humor, perguntas e trechos de produtos midiáticos, organizados em blocos curtos. Conclui-se, assim, que a cultura pop tende a atuar como elemento central na mediação do conhecimento, favorecendo, em determinados contextos, sua circulação e consumo em um ambiente marcado pela lógica do engajamento e pela mediação algorítmica.

Palavras-chave: Consumo de ciência 1; divulgação científica 2; cultura pop 3; TikTok 4; difusão do conhecimento 5.

A divulgação científica pode ser compreendida como práticas comunicacionais voltadas à circulação de conhecimentos científicos para públicos não especializados, por diferentes linguagens, mídias e formatos (Agnez, 2025). Além de aproximar a ciência do público, essa prática exerce função social no enfrentamento da desinformação, uma vez que o uso de evidências científicas nas redes contribui para o combate a notícias falsas, mobilizando estratégias baseadas no entretenimento e na curiosidade (Gomes e Oliveira, 2023). Cada vez mais, essa atuação ocorre em um ecossistema comunicacional marcado pelas dinâmicas das plataformas de vídeo curto, como o TikTok, que redefinem a produção, a circulação e o consumo de conteúdos, inserindo a divulgação científica em ambientes orientados por rapidez, centralidade dos algoritmos e lógica do engajamento (Kletemberg, 2024).

¹ Trabalho apresentado no GP-4 Comunicação, Organizações e Consumo, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Doutor e mestre em Comunicação (UERJ). Comunicador científico no CEPID ARIES, vinculado à Universidade Federal de São Paulo. Recebe apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Brasil. Processo nº 2025/20978-2. E-mail: igorlacerdasa@gmail.com.

Nesse contexto, Araújo e Malvezzi (2025) observam que o TikTok se estrutura por um regime de produção e consumo caracterizado por ritmo acelerado, circulação contínua de conteúdos breves e valorização de formatos espontâneos e frequentemente divertidos, orientados à manutenção da atenção do usuário. Segundo Aires (2024), essa dinâmica é sustentada por um sistema de recomendação baseado na coleta permanente de dados e em processos de retroalimentação entre plataforma e usuário, no qual, embora as interações individuais influenciem as sugestões de conteúdo, não há controle direto sobre o que é exibido, pois a visibilidade é mediada por mecanismos automatizados de personalização. Oliveira Kieling e Almeida (2025), por sua vez, indicam que a circulação dos conteúdos passa a ser organizada pela valorização de métricas como curtidas, comentários, compartilhamentos e tempo de visualização, condicionando as estratégias de produção, bem como a forma e a narrativa dos vídeos.

Considerando as dinâmicas das plataformas de vídeos curtos, este estudo analisa a circulação e a recepção de conteúdos científicos no TikTok a partir de vídeos de divulgação científica publicados no perfil do biólogo Carlos Stênio³. O perfil caracteriza-se pelo uso recorrente da cultura pop⁴ como estratégia narrativa, por meio da apropriação de produtos midiáticos, como filmes e animações, para mediar e contextualizar conceitos científicos, aproximando a ciência de repertórios reconhecidos e favorecendo sua difusão em ambientes de fruição rápida. Parte-se do pressuposto de que a divulgação científica, ao se inserir em um ambiente marcado pelo fluxo acelerado de informações e pela mediação algorítmica da visibilidade, é atravessada por condicionantes técnicos, estéticos e narrativos próprios do TikTok, que influenciam a apresentação dos conteúdos científicos e os modos de interação e apropriação pelo público. Busca-se, assim, compreender como a cultura pop, articulada às dinâmicas de circulação, atua na mediação do conhecimento científico nesses contextos digitais.

Para operacionalizar a análise proposta, adotou-se a metodologia de análise de conteúdo, conforme Bardin (2016), estruturada a partir das etapas de pré-análise, exploração

³ STÊNIO, Carlos. **Steniosuxx (@steniosuxx)**. Instagram, 2026. [Perfil do Instagram]. Disponível em: <https://www.instagram.com/steniosuxx/>. Acesso em: 10 fev. 2026.

⁴ Neste trabalho, a cultura pop é entendida como manifestações e produtos culturais vinculados ao entretenimento e às indústrias culturais, difundidos pelos meios de comunicação, que estruturam formas de apropriação e circulação de conteúdos, promovendo identificação coletiva e vínculos sociais em um contexto globalizado (Soares, 2014).

do material e tratamento e interpretação dos resultados. Inicialmente, realizou-se a seleção do corpus, constituído por seis vídeos publicados no perfil analisado no TikTok ao longo de duas semanas consecutivas, correspondentes ao período de 30 de janeiro a 8 de fevereiro de 2026, seguida da definição das categorias analíticas e do registro sistemático dos dados. Os vídeos analisados apresentam duração média de aproximadamente 57 segundos, caracterizando-se como conteúdos de curta duração. As categorias consideradas foram: tipo de abordagem do conteúdo científico; estratégias narrativas e de linguagem; recursos audiovisuais e ritmo do vídeo; e engajamento do público, observado por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos. Esse recorte temporal mostra-se adequado para a identificação de padrões de formato, linguagem e engajamento, considerando o carácter exploratório do estudo, e tais categorias estão em consonância com os objetivos da pesquisa, pois permitem analisar, respectivamente, as formas de apresentação da ciência, as estratégias comunicacionais, a adaptação dos conteúdos às dinâmicas da plataforma e os modos de consumo e interação do público.

A categoria tipo de abordagem do conteúdo científico identifica a predominância de vídeos voltados à explicação de fenômenos e comportamentos biológicos, como alimentação, reprodução, comunicação animal e características de espécies, além de um episódio dedicado a um fenômeno físico-químico, a formação de lagos de salmoura. Em todos os casos, os temas são articulados a referências da cultura pop como recurso de mediação. Entre os exemplos analisados, destacam-se a diferença entre mosquitos machos e fêmeas e sua relação com alimentação e reprodução; o comportamento reprodutivo da aranha viúva-negra, em comparação ao do inseto louva-a-deus; a vocalização das hienas; as características e estratégias alimentares do peixe engolidor-negro. Em todos os vídeos, o conteúdo científico constitui o eixo central, enquanto a cultura pop é mobilizada como ponto de partida para introduzir os temas e tensionar o senso comum, evidenciando a articulação entre repertórios culturais e explicações científicas na mediação do conhecimento.

A categoria estratégias narrativas e de linguagem destaca a recorrência de aberturas formuladas por perguntas, afirmações provocativas e interpelações diretas, ancoradas em referências a filmes e animações da cultura pop, como “será que a lagoa do Bob Esponja pode existir na vida real?”, “as hienas não conseguem rir. O Rei Leão mentiu para você” e “tá ligado naquele peixinho verde que aparece em Procurando o Nemo?”. Predominaram estratégias baseadas na exploração de curiosidades científicas, na exemplificação por produtos midiáticos,

na comparação entre espécies ou fenômenos e na explicação causal, reforçando o papel da cultura pop como recurso narrativo de mediação da ciência. Aspectos de humor e ironia apareceram em comentários e exageros intencionais, como “tirando o fato de o mosquito ser falante” e “o Rei Leão mentiu para você”, mobilizados para chamar a atenção e criar proximidade com o público. A linguagem é informal, marcada por expressões populares e traços de oralidade, adequando-se à dinâmica da plataforma.

O uso recorrente de música de fundo e de efeitos sonoros para reforçar ideias-chave ou marcar a transição entre blocos explicativos, além de recortes rápidos, efeitos visuais em preto e branco e inserção de legendas e adendos, foi destacado na categoria recursos audiovisuais e ritmo dos vídeos. Observou-se também a presença de memes e emojis como apoio à explicação, frequentemente associados à cultura pop por meio da exibição de trechos de filmes. As legendas funcionaram como recurso de acessibilidade e de apoio à compreensão e à retenção do conteúdo, enquanto os efeitos em preto e branco sinalizavam comentários e complementos. Com esses recursos, os vídeos eram organizados a partir de trechos de filmes ou animações, utilizados como gatilhos narrativos para a apresentação do conteúdo científico. Esse ritmo favorecia a compreensão ao estruturar-se em blocos breves e encadeados.

A categoria engajamento do público mostrou variação moderada entre os vídeos, com volumes que oscilaram entre 31 e 107 curtidas, entre 0 e 3 comentários e entre 0 e 2 compartilhamentos, além de registros de salvamentos em todos os casos. Convites explícitos à interação eram realizados, como “não se esqueçam de comentar”, “curte o vídeo e comenta”, bem como perguntas dirigidas ao público, estratégia que contribuiu para estimular respostas. Recursos discursivos como humor, provocações e a própria referência à cultura pop também favoreceram o engajamento. A análise dos comentários revelou padrões distintos de resposta. Em alguns casos, havia interações lúdicas ou pedidos de atenção ao criador; em outros, identificações afetivas e manifestações de interesse, expressas na evocação de lembranças associadas a filmes e desenhos, como Bob Esponja e O Rei Leão, além de demonstrações de compreensão do conteúdo científico, quando o público relacionou corretamente personagens a referências biológicas, como o grupo de peixes Blennioidei.

Em síntese, a divulgação científica realizada por Carlos Stênio no TikTok se organiza pela articulação entre referências da cultura pop e explicações científicas, mantendo a ciência como eixo da narrativa. Predominam abordagens voltadas à explicação de fenômenos e comportamentos biológicos, mediadas por perguntas, interpelações diretas, curiosidades,

humor e linguagem informal, favorecendo a aproximação com o público. Observou-se ainda que recursos audiovisuais, a organização em blocos breves e o uso de trechos de filmes e animações potencializam a compreensão e a acessibilidade, enquanto o engajamento, embora moderado, manifesta-se por convites à interação e comentários marcados por interesse e identificação afetiva, evidenciando o papel da cultura pop na mediação do conhecimento.

Referências

AGNEZ, Luciane Fassarella. Divulgação científica nas redes sociais: desafios para instituições de pesquisa e influenciadores no TikTok. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 1–17, out./dez. 2025. Disponível em: <https://x.gd/5C2TY>. Acesso em: 10 fev. 2026.

AIRES, Tatiana. TikTok: escolhemos o que vemos ou o algoritmo escolhe por nós? **The Trends Hub**, Porto – Portugal, v. 1, n. 4, p. 1-8, 2024. Disponível em: <https://x.gd/C1pqd>. Acesso em: 10 fev. 2026.

ARAÚJO, Luana Brescancini de; MALVEZZI, Mariana. A cultura imediatista do TikTok. **International Journal of Business & Marketing**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 27-39, 2025. Disponível em: <https://x.gd/LDRX8>. Acesso em: 10 fev. 2026.

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

GOMES, Renata de Oliveira Miranda; OLIVEIRA, Gisele Pimenta de. #Divulgação científica em plataforma: análise de conteúdo do canal Manual do Mundo no YouTube. **Brazilian Creative Industries Journal**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 90-119, jan./jun. 2023. Disponível em: <https://x.gd/kPYza>. Acesso em: 10 fev. 2026.

KLETEMBERG, Karen Sailer. Ciência no TikTok: o uso da plataforma para a divulgação científica no Brasil. In: COSTA, Edwaldo; BARBOZA, Eduardo Fernando Uliana. (Org.). **O poder da comunicação na era da informação**. Ponta Grossa: Atena Editora, 2024.

OLIVEIRA, Emanuelle Silva de; KIELING, Ana Paula; ALMEIDA, Matheus Lucas de. Leio, logo posto? Percepções sobre consumo e engajamento nas comunidades literárias em redes sociais. **Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 16, n. 1, p. 01-19, jan./dez. 2025. Disponível em: <https://x.gd/wCXM2>. Acesso em: 10 fev. 2026.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 24, p. 1-14, 2014. Disponível em: <https://x.gd/cIl0r>. Acesso em: 10 fev. 2026.