

Intelectuais e influenciadores: mediações digitais entre saber sociológico e estudantes de Ciências Sociais¹

Intellectuals and influencers: digital mediations of sociological knowledge among Social Science students

Isolda Santiago dos Santos

Doutoranda em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas, Brasil
isoldasant@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0788-0648>
<http://lattes.cnpq.br/8082627958065594>

¹ Este artigo representa um desdobramento da pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Estadual de Campinas, posteriormente aprofundada no doutorado em andamento na mesma instituição. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo: Este artigo analisa o papel de criadores de conteúdo online na formação inicial de estudantes de Ciências Sociais. A partir de questionários aplicados a ingressantes da Universidade Estadual de Campinas em 2023 e entrevistas realizadas com parte desses estudantes em 2024, investiga-se como repertórios sociológicos oriundos da internet são acessados e mobilizados antes do contato formal com as disciplinas acadêmicas. Os resultados mostram que esses perfis atuam como mediadores do saber, influenciam interesses temáticos e, em alguns casos, a própria escolha pelo curso. A análise sugere que repertórios digitais e acadêmicos se articulam de diferentes maneiras ao longo da trajetória universitária, contribuindo para os debates sobre ensino de Ciências Sociais, divulgação científica e circulação do conhecimento na esfera pública digital.

Palavras-chaves: ciências sociais; influenciadores digitais; estudantes de ciências sociais; esfera pública; formação em ciências sociais.

Abstract: This article analyzes the role of online content creators in the early formation of Social Sciences students. Drawing on questionnaires administered to first-year students at the University of Campinas in 2023 and interviews conducted with some of these students in 2024, it investigates how sociological repertoires acquired through the internet are accessed and mobilized prior to formal academic training. The findings show that these creators act as mediators of knowledge, shaping thematic interests and, in some cases, influencing students' decision to pursue a degree in Social Sciences. The analysis suggests that digital and academic repertoires are articulated in different ways throughout students' university trajectories, contributing to debates on Social Sciences education, science communication, and the circulation of knowledge in the digital public sphere.

Keywords: social sciences; digital influencers; social sciences students; public sphere; social sciences education.

Introdução

As ciências humanas, de modo geral, mas especialmente as sociais, representam um campo de disputas significativas em relação à legitimidade e circulação de ideias no meio acadêmico e fora dele. Os objetos de estudo da sociologia, antropologia e ciência política – a “vida social humana, grupos e sociedades” (GIDDENS, 2012: 2) – são parte do cotidiano de todas as pessoas, portanto, a interpretação sobre eles pode ser realizada independente dos especialistas da área (SANTOS, 2024: 17). Nesse sentido, os temas do mundo social não são debatidos somente pelos cientistas sociais, mas por todos os indivíduos, em diversos formatos e espaços, inclusive nas redes sociais digitais.

Este não é um tema recente, já que as ciências sociais mantêm uma relação historicamente tensa com a esfera pública, marcada por fronteiras frágeis entre especialistas e leigos. Simon Schwartzman (1990) já havia apontado que os cientistas sociais disputam legitimidade em arenas externas à academia – por exemplo na imprensa, nos partidos ou, atualizando para os dias de hoje, nas redes sociais –, e seu prestígio depende muitas vezes do reconhecimento fora do sistema universitário. Isso contribui para a percepção de que o saber sociológico concorre com formas alternativas de interpretação da realidade social, nem sempre mediadas pelos critérios tradicionais de validação acadêmica.

Em um contexto de acelerado acesso a informações e opiniões em diferentes veículos de mídia, a universidade, ainda que mantenha seu reconhecimento e prestígio na sociedade enquanto *locus* privilegiado para o desenvolvimento e propagação de conhecimento, parece estar distante dos debates públicos. A internet e as redes sociais se consolidaram como campos relevantes de entretenimento, mas também de produção e circulação de saberes, e os temas das ciências sociais não estão apartados disso. Plataformas como YouTube, Instagram e TikTok abrigam criadores de conteúdo que divulgam conceitos e autores da área, muitas vezes dialogando diretamente com públicos jovens.

Durante minha pesquisa de mestrado, cujo tema era os imaginários dos ingressantes de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), pude observar a relevância das redes sociais para os sujeitos estudados, especialmente nos aspectos relacionados ao contato, interesse e à aprendizagem sobre temas centrais da área. Os resultados do questionário aplicado naquela investigação demonstraram que criadores de conteúdo online e mídias digitais

que tratavam de assuntos ligados às ciências sociais foram fontes de informação bastante buscadas pelos respondentes antes do ingresso no curso.

No doutorado, recrutei alguns dos respondentes para os entrevistar anualmente, sempre no mesmo período do ano. Neste momento, já fiz o primeiro e segundo ciclos de entrevistas, e noto que o consumo desse tipo de conteúdo na internet pelos discentes segue sendo forte, tanto como meio de entretenimento quanto como complemento àquilo que eles estão estudando na universidade. Entretanto, é perceptível que houve mudança no uso que fazem das plataformas digitais e nas referências que mencionam entre o ano de ingresso e os anos seguintes da graduação.

O recorte que proponho aqui analisa especificamente as perguntas do questionário e das entrevistas sobre os meios de contato com temáticas do campo, as referências (primeiras e atuais) e os conteúdos consumidos acerca das ciências sociais dentro e fora da academia. A partir dessas questões, é possível mapear o tipo, a frequência e o objetivo do acompanhamento de criadores digitais pelos estudantes e como eles diferenciam o que aprendem nas redes e na universidade. Assim, o objetivo deste artigo é analisar de que forma os produtores de conteúdo e as redes sociais têm mediado o processo de aproximação dos estudantes de Ciências Sociais com os debates do campo e como isso se altera ao longo do tempo. Uma contribuição deste estudo está em pensar as formas contemporâneas de circulação do saber sociológico, especialmente na esfera pública digital, e suas implicações para o campo acadêmico.

Alguns dos achados destacados da pesquisa são que, no ingresso, a escola (47%) e as redes sociais (19,6%) foram considerados os principais meios de contato dos estudantes com as ciências sociais. Quando perguntados sobre suas referências no primeiro ano, os alunos responderam majoritariamente pessoas de fora do campo, com presença significativa de influenciadores digitais, aspecto que muda conforme avançam no curso. No segundo ano de graduação, os estudantes reduzem o consumo de conteúdos online sobre ciências sociais, passando a valorizar docentes e autores acadêmicos, ainda que mantenham os influenciadores como referências complementares ou entretenimento. A internet é percebida como mais acessível e próxima da realidade, enquanto a universidade foi descrita como mais aprofundada, porém distante de questões cotidianas.

O artigo está organizado em três seções, além desta introdução e das considerações finais: primeiramente, trato do papel dos criadores de conteúdo digital como mediadores; em

seguida, apresento os dados empíricos coletados no questionário e nas entrevistas; por fim, reflito sobre os desafios e aprendizados para a prática sociológica, considerando como horizonte o exercício de uma sociologia pública (BURAWOY, 2009).

1. Redes sociais e mediação de influenciadores digitais

Criador de conteúdo é alguém que produz postagens e vídeos online, muitas vezes em diferentes redes sociais simultaneamente, de maneira regular visando um público específico. Várias pesquisas sobre mídias digitais e formação de opinião têm sido realizadas no Brasil, principalmente pensando em questões políticas, mas também em relação a engajamento e consumo nas áreas de *marketing* e vendas (ALMEIDA *et al.*, 2018). É possível verificar que dentre os diversos nichos existem perfis produzindo conteúdo sobre temas das ciências sociais, que acabam atuando como formadores de opinião e divulgadores científicos, de certo modo.

Entendo que parte desses perfis pode ser entendida como influenciadores digitais das ciências sociais. Nesse caso, se trata daqueles produtores de conteúdo que atuam em plataformas como YouTube, Instagram e/ou TikTok mobilizando conceitos, autores ou temas ligados à sociologia, ciência política e antropologia, com o objetivo de informar, opinar e/ou educar suas audiências. Apesar de grande parte desses *influencers* não necessariamente possuírem diploma na área², eles foram um grupo considerado como referência para muitos jovens ingressantes do curso de graduação de Ciências Sociais na UNICAMP, conforme apresentei em minha pesquisa de mestrado (SANTOS, 2024). Em diálogo com essa discussão, Cortez Lopes e Martinez (2024) observam que as redes sociais e plataformas educacionais têm se constituído como espaços privilegiados para o primeiro contato com conteúdos sociológicos, fazendo com que o ensino informal tenha esse papel introdutório de acesso à disciplina.

Renato Ortiz (2022; 2025) escreveu sobre influenciadores, diferenciando-os dos intelectuais e mediadores simbólicos, entretanto, o que estou chamando de *influencers* de ciências sociais neste texto em algum grau propõe mesclar essas categorias, especialmente a de

² No artigo *Quem ensina Sociologia no YouTube? Uma análise quantitativa do perfil dos edutubers*, Ricardo Cortez Lopes (2021) corrobora com os dados da minha pesquisa, ao verificar que grande parte dos *youtubers* que lecionam conteúdos de sociologia não possuem formação específica na área.

mediador e influenciador. Os perfis que estou considerando neste sentido tanto estão traduzindo e disseminando conteúdos oriundos de campos consagrados para um público mais amplo, quanto estão construindo uma espécie de autoridade (intelectual inclusive) a partir da interação personalizada com os seguidores e da validação algorítmica, medida por números e engajamento como curtidas, comentários e compartilhamentos – parafraseando as definições do autor sobre mediadores e influenciadores respectivamente.

Os *influencers* que interpretam e adaptam teorias sociológicas para as redes sociais não o fazem de forma neutra, e esse processo de tradução e divulgação de conteúdos envolve tensões entre fidelidade teórica e simplificação visando a viralização. Sobre esse aspecto da mediação³ e deslocamento de hierarquias tradicionais de legitimidade (BOURDIEU, 2004), é possível utilizar o conceito de fronteiras que (WATANABE *et al.* 2019) abordam para tratar de divulgação científica. Sendo a fronteira esse lugar onde se encontram dois universos (WATANABE *et al.*, 2019: 6), – a universidade e a sociedade, no caso deste artigo – há espaço para o diálogo, mas também para a disputa.

Assim, podemos tanto considerar de maneira positiva a ideia de democratização das ciências sociais, sobretudo para públicos excluídos dos circuitos acadêmicos, quanto criticar a adequação desses *influencers* às plataformas, que privilegiam conteúdos curtos, muitas vezes superficiais, e engajamento ao invés de teorias sólidas e complexas. Os influenciadores enquanto mediadores fazem esse duplo movimento de disputarem sentidos, prestígio e autoridade sobre o mundo social ao mesmo tempo em que divulgam e popularizam um campo de conhecimento. Na próxima seção, proponho apreender esse processo a partir do olhar dos próprios estudantes.

³ O conceito é polissêmico (ALMEIDA, 2024), mas utilizo a noção de mediação em sentido amplo para designar a atividade de atores que conectam diferentes espaços de circulação do conhecimento. Embora exista uma vasta tradição de estudos sobre intelectuais e intermediários culturais – ver, por exemplo, Bourdieu (2007) – e revisões sobre esses termos – para uma discussão sobre a categoria de intermediários culturais, ver Ferreira (2002) –, o objetivo deste artigo não é analisar o estatuto dos agentes que chamo de mediadores, mas compreender seu papel na aproximação entre repertórios sociológicos e estudantes.

2. Trajetórias estudantis, formação em ciências sociais e repertórios

2.1. Primeiros contatos com as Ciências Sociais

Durante o mestrado, meu interesse era compreender os imaginários de estudantes de graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas no período de ingresso. Para isso, apliquei aos ingressantes do curso em 2023 um questionário que versava sobre contato com as ciências sociais, referências do campo, universidade e vida acadêmica, carreira, experiências, expectativas profissionais e perfil socioeconômico. O questionário foi distribuído para todos os ingressantes de 2023 (aproximadamente 114 pessoas) por meio do e-mail institucional, e recebi 51 respostas válidas. Os participantes responderam a 63 perguntas, cuja maioria possuía alternativas fechadas, visando mapear aspectos recorrentes e divergentes nas realidades e percepções dos sujeitos.

A escola e a internet se mostraram como os contextos de contato iniciais mais relevantes com as ciências sociais para aqueles alunos: as disciplinas escolares correspondem a 47% e a 25,5%, respectivamente, das respostas nas perguntas sobre o principal e segundo principal meio pelo qual os estudantes tiveram contato com as temáticas do campo; e as redes sociais correspondem a 19,6% e a 29,4%, respectivamente, das respostas nas mesmas questões (SANTOS, 2024: 71-72). Ao cruzar os dados do questionário, foi possível notar uma tendência dos alunos mais ricos apontarem mais a escola como principal meio de contato com a área, enquanto os mais pobres tinham tendência de apontar mais as redes sociais (SANTOS, 2024: 94).

Além dos caminhos pelos quais os conteúdos de ciências sociais foram acessados, também interessava saber o conhecimento dos ingressantes em relação aos autores e produtores de conteúdo das ciências sociais. Tratando de referências, no questionário ofereci alternativas para três grupos. O primeiro foi composto pelos autores consolidados nas bibliografias do curso na UNICAMP, equilibrados pelas 3 principais áreas: ciência política, sociologia e antropologia. Tínhamos: Karl Marx, Max Weber, Claude Lévi-Strauss, Bronislaw Malinowski, Robert Dahl e Nicolau Maquiavel. No segundo grupo, estavam as referências contemporâneas e com alcance externo à universidade, que incluíam os autores Angela Davis,

Djamila Ribeiro, Achille Mbembe e Silvio Almeida. Por fim, o terceiro grupo era formado por aqueles aqui chamados de *influencers*, compreendendo os produtores de conteúdo Jones Manoel, Sabrina Fernandes, Chavoso da USP e Café com Sociologia⁴.

De todas as referências que perguntei, a única conhecida por todos os respondentes foi Karl Marx, que também foi o autor mais lido por eles antes do ingresso (SANTOS, 2024: 72-73). Em relação aos criadores de conteúdo, o mais conhecido pelos estudantes foi o Thiago Torres, também chamado de Chavoso da USP, sendo acompanhado por 54,9% dos respondentes e desconhecido apenas por 7,8% da amostra. Na dissertação, eu já tinha apresentado uma hipótese sobre as muitas menções ao Chavoso da USP como referência, considerando que ele é um *influencer* jovem, com 25 anos, que concluiu o curso de Ciências Sociais recentemente, estando “próximo à fase de vida e formação em que os ingressantes se encontram” (SANTOS, 2024: 75). Além disso, a questão regional e institucional pode gerar identificação pelo fato dele ter sido estudante da USP, que, como a UNICAMP, é uma importante universidade pública do estado de São Paulo.

Assim, a partir dessas perguntas fechadas, é possível observar que os ingressantes possuíam um alto conhecimento prévio à entrada nas ciências sociais, a partir do predomínio de Marx entre as referências conhecidas. Entretanto, a significativa presença de influenciadores digitais não só conhecidos, como também acompanhados pelos estudantes demonstra que, nesse início da graduação, seus repertórios pouco compactuam com as hierarquias internas ao campo das ciências sociais. Ou seja, existe uma mistura entre referências internas e externas, consagradas e emergentes, não seguindo as regras do meio acadêmico nem reconhecendo as fronteiras temáticas (e institucionalizadas) da área.

Havia ainda uma pergunta aberta sobre qual outra referência os alunos traziam, mas que não foi mencionada no questionário. Nesta questão, diversas respostas surgiram com uma característica bastante recorrente: nomes de pessoas que falam publicamente sobre temas das ciências sociais sem possuir diploma específico na área. Foram indicados, predominantemente, produtores de conteúdo formados em diferentes âmbitos das ciências humanas, como História, Filosofia e Letras, por exemplo, e que tinham posicionamentos políticos bastante marcados

⁴ Para conhecer as justificativas para essas escolhas, ver SANTOS, Isolda Santiago dos. *Imaginário de estudantes sobre o ingresso no curso de Ciências Sociais na Universidade Estadual de Campinas*. 2024, pp. 26-27. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/22828>.

como suas referências (SANTOS, 2024: 77). Considerando também as respostas fechadas sobre referências, penso que isso reforça a ideia de que os acadêmicos e pensadores consolidados das ciências sociais disputam o espaço nos debates e na esfera pública em relação aos temas do campo, ainda que autores presentes nas bibliografias do curso também sejam conhecidos por boa parte dos estudantes antes do contato formal com o ensino superior.

Esses resultados foram obtidos por meio de questionário no ano de ingresso dos estudantes, antes mesmo do término do primeiro semestre do curso. Agora, meu questionamento é sobre a permanência ou transformação dessas referências, e como esses repertórios externos à universidade que os alunos trazem complementam ou disputam com o conteúdo aprendido durante a graduação.

2.2. Transformações nas referências a partir da universidade

Minha pesquisa de doutorado tem como objetivo aprofundar o conhecimento sobre o perfil e o imaginário dos sujeitos estudados anteriormente, apreendendo aspectos mais subjetivos presentes em seus itinerários e nas relações estabelecidas a partir do contexto acadêmico. Para isso, estou fazendo o acompanhamento anual de onze estudantes que ingressaram em Ciências Sociais na UNICAMP em 2023,⁵ realizando entrevistas semiestruturadas em profundidade, cujo roteiro aborda os mesmos temas do questionário, mas inclui novas questões. As primeiras baterias de entrevistas, que tiveram duração média de uma hora e meia, foram concluídas de maneira virtual usando Google Meet, de acordo com a disponibilidade dos participantes, ao longo do mês de novembro e início de dezembro de 2024 e 2025, e a intenção é que em 2026 e 2027 sejam refeitas no mesmo período do ano.

Ainda que existam tendências ligadas às origens sociais sobre os meios de contato iniciais com as ciências sociais, como dito acima, nas entrevistas fica nítido que, atualmente, para todos os participantes da pesquisa a internet aparece como contexto pertinente no sentido de complementar os estudos acadêmicos. Também, nesse segundo momento, parece haver por

⁵ No total, são onze sujeitos de pesquisa, sendo todos ingressantes do curso em 2023, mas uma pessoa dentre eles não foi respondente do questionário anterior.

parte deles um movimento de maior curadoria e preocupação com o currículo dos *influencers* que tratam de temas das ciências sociais que seguem.

Eu ficava muito focado em redes sociais. Como não tinha nenhum amigo ou no meu ambiente familiar alguém que cursasse, então as redes sociais pra mim eram a referência, né, pra buscar essas coisas. Então, anterior a isso, antes mesmo de eu escolher as ciências sociais, eu acho que vou colocar a Débora Aladim [como referência], que eu gostava muito de História, História abordava também muito política, então vou colocar ela. Aí depois, pesquisando sobre, veio o Chavoso da USP. E durante o processo, eu acho que o Chavoso também... É porque eu não fiquei muito ligado em redes sociais, então as minhas referências após a entrada na universidade passaram a ser mesmo os textos em si e os professores de uma forma geral também. Agora influências externas assim pra além da universidade... não no ambiente que eu frequento a UNICAMP, eu acho que não tenho muitas. Eu acho que o Chavoso é o único que me vem à mente na verdade (RAUL, 2024).

Após dois anos de curso, os discentes referenciam mais pessoas inseridas academicamente nas ciências sociais, incluindo docentes da própria universidade, em contrapartida às respostas dadas ao questionário aplicado quando ainda eram ingressantes, em que *influencers* vindos de outras áreas apareciam com maior regularidade. Também foram recorrentes as afirmações sobre redução no consumo de conteúdos específicos de ciências sociais na internet depois do ingresso no ensino superior, apesar de logo em seguida declararem ainda ter uma frequência alta de consumo de conteúdos em geral nas redes. Um exemplo disso é Carol, que relata: “de um tempo pra cá, desde que eu entrei na faculdade, dei uma diminuída no quanto eu consumia [conteúdos de ciências sociais] porque eu ia ficar louca [riso]” (CAROL, 2024). E depois afirma:

Ah, eu acho que eu consumo [conteúdos nas redes sociais] todo dia, acho que não tem como fugir, né. Viciadíssima em assistir TikTok, *reels* do Instagram. Acho que todo dia tem algum conteúdo assim. Eu consumo mais jornalístico hoje em dia sobre as notícias que estão acontecendo, e aí... vou numa galera que eu confio pra esse referencial do que está acontecendo. Twitter, bastante Twitter também. Galera fala muito sobre os temas no Twitter e sobre o que está acontecendo também. Acho que movimento de militância também sigo... vejo os vídeos deles sobre o que está acontecendo, tal. Mas

nada muito específico, porque eu acho que são tantos conteúdos que vão passando que eu não sei exatamente uma pessoa específica que eu sigo e que eu acompanho de verdade sobre isso (CAROL, 2024).

Miguel é outro exemplo:

Bom, acho que hoje na verdade eu tenho menos contato com comunicadores. A gente entra na universidade, a gente começa a complexificar um pouco mais as ideias a partir das leituras dos textos, né, então acho que os comunicadores hoje assumem pra mim um lugar mais às vezes de... às vezes mais de entretenimento até, né, do que de fato referência das ciências sociais. Embora a Rita von Hunty e o Chavoso da USP fazem um trabalho mais teórico mesmo e até de pesquisa, aí acho que ainda aparecem, né? Embora eu tenho consumido menos conteúdo deles (MIGUEL, 2024).

Eu consumo bastante conteúdo no geral, principalmente do YouTube, um pouco por vício até. Consumo mais que eu gostaria, né, uma coisa que acontece assim de chegar em casa e pôr alguma coisa pra ouvir enquanto está, sei lá, enquanto está faxinando ou às vezes eu estou tomando banho, eu consumo bastante coisa no geral no YouTube (MIGUEL, 2024).

O influenciador do campo mais mencionado pelos estudantes na pergunta sobre quem acompanham nas redes sociais, seja no ingresso ou no ano seguinte, foi o Chavoso da USP. Ele parece gerar bastante identificação com os discentes da UNICAMP, tendo sido a principal referência de muitos deles, inclusive na decisão pelo curso no vestibular, e as características mais apontadas nele foram a didática e a proximidade que consegue estabelecer com o público, especialmente por meio da linguagem.

Então eu acho que o Chavoso da USP me atraiu no sentido de ele fugir muito, pra mim, da minha mentalidade do que era uma pessoa dentro do campo universitário. Então a forma como ele se vestia, como ele falava, eu acho que quebrou assim uma mentalidade que eu tinha a respeito. E parte das ideias do que ele falava era muito do que eu pensava, mesmo antes de entrar dentro da universidade em si (RAUL, 2024).

Eu acho que o Chavoso mostra... ele tem a visão de um estudante sociais, né, porque normalmente ele pega as notícia ali e aí traz, ó, é isso que está acontecendo, mas é assim, assim, assim que a gente tem que entender, eu acho... E eu gosto muito da didática dele também, acho que ele explica bem, é... não me sinto assim tão profundamente cientista social, então acho que a dialética dele ser mais simples ajuda bastante (HELENA, 2024).

Ricardo Lopes (2021: 120) afirma que as interações estabelecidas nos canais educativos de Sociologia parecem líquidas, já que o conteúdo importaria mais do que o próprio professor, mas isso se deve ao fato de que a legitimação no YouTube se dá por critérios distintos dos adotados pela universidade. A figura do *influencer* escapa à autoridade tradicionalmente conferida pelos títulos acadêmicos ou pela institucionalidade, e elementos como carisma, linguagem acessível, estética e engajamento do público tendem a ser mais valorizados. “Ou seja, para além de estratégias pedagógicas há também estratégias comunicacionais envolvidas na condução da disciplina, pois o aluno pode simplesmente buscar outro professor na plataforma em poucos cliques” (LOPES, 2021: 119). Ainda que o autor se refira a canais com fins mais escolares, sua análise ajuda a pensar sobre a figura do Chavoso da USP, que consegue articular elementos da prática docente no campo da sociologia com as práticas típicas da cultura digital. Seu reconhecimento no nicho em que atua está vinculado não só ao tipo de conteúdo produzido, mas também à forma como se apresenta, criando identificação e proximidade com o público, e rompendo com o estereótipo do cientista social acadêmico tradicional.

Outra pessoa que apareceu várias vezes no questionário e nas entrevistas foi o Guilherme Terreri, mais conhecido por sua personagem *drag queen* Rita von Hunty. O youtuber é bacharel em Atuação Cênica (UNIRIO) e em Letras e Literatura Inglesa (USP), mas atrai diversas pessoas interessadas em conteúdos de ciências sociais ao tratar de temas como cultura, política, desigualdades, gênero, raça, marxismo e questões ambientais. Rita von Hunty também é apontada como uma pessoa didática, mas com o acréscimo de se utilizar de humor e sátiras em seus vídeos, tendo conseguido maior projeção com outros espectadores que não só estudantes, além de ter participado de diferentes programas em TV aberta.

Eu não vejo tanto vídeo no YouTube, eu acho meio chato [riso], porque... acho que a Rita é a única que eu consigo assistir, porque não é aquela coisa séria do cientista social

sentado na frente igual um professor falando, falando, falando, falando, falando. É mais um... eu prefiro uma coisa mais dinâmica e uma coisa que me interesse também. Então quando eu vejo vídeo, é só pra, tipo, ah, vídeoaula de um texto que eu não entendi ou de alguma coisa que eu preciso saber, mas quase nada assim do YouTube (CAROL, 2024).

Em relação ao formato, os estudantes apontam que a comunicação na internet é mais acessível e parece haver um maior esforço de traduzir o conhecimento para diferentes públicos. Eles reconhecem que há superficialidade em vários vídeos e publicações, mas também enfatizam que existem *influencers* preocupados com a didática e divulgação científica, o que pode ser usado como complemento ao que estão aprendendo na universidade. “Aqui na academia eu acho que a gente tem muitas pessoas que não pensam muito nisso, não pensam em como isso vai chegar pra outras pessoas que não são leitores ou produtores acadêmicos também” (CAROL, 2024).

Olha, eu consumo, mas é muito ligado às aulas mesmo, tipo para complementar o conhecimento dos textos, eu faço esse consumo em redes sociais. Por exemplo, tenho um texto pra ler sobre, sei lá, o Krenak, aí eu leio o texto, mas também vou fazer outras pesquisas fora, tipo YouTube, pra ver o que o pessoal está falando sobre, o que ele mesmo fala sobre... sobre a questão do texto mesmo. Então não tem algo específico. O que eu consumo mesmo, que eu acompanho até o momento, é o Chavoso da USP, como mencionei. Agora, de resto, não tem nem algo assim focado mesmo. É só nessa questão de leitura, eu sempre estou pesquisando ali nas redes sociais sobre (RAUL, 2024).

Eu acho que falar o que é melhor é muito difícil, né? Acho que são complementares talvez, porque eu aprendo no teórico, eu consigo escutar... talvez utilizar o que eu escuto, o que eu assisto fora da faculdade também como um método dentro da faculdade seria bom, sabe? Indicar podcasts e tal, que tenha aquele conteúdo de uma maneira mais tranquila. Não como troca, mas como um a mais (HELENA, 2024).

Sobre o questionamento acerca das diferenças entre o que é produzido na universidade e na internet, os estudantes alegam categoricamente não haver um tipo de conteúdo melhor que o outro, porém ressaltam que os propósitos e linguagens são bastante distintos. Alguns inclusive

disseram que deveria haver maior diálogo entre os conhecimentos produzidos na academia e fora dela a partir da utilização das redes sociais, reforçando a ideia de complementaridade dos conteúdos.

Hum, é claramente muito diferente, muito diferente. A gente... na faculdade, nós somos muito acadêmicos, é extremamente acadêmico, então a gente nunca usaria essas referências sobre pessoas que fazem vídeo no YouTube durante uma apresentação na sala de aula. Quase nunca, só quando o professor pede pra gente trazer uma referência de fora que a gente vai pensar num vídeo, numa fala, em alguma coisa, porque na faculdade a gente só fala sobre produtores acadêmicos. Então claramente eu prefiro mais o que eu consumo na internet [riso] do que na faculdade. Eu ainda sinto muito interesse pelas coisas que a gente aprende lá, mas requer uma concentração maior. Por mais que eu consiga acompanhar e eu sinta ainda muito interesse, eu preferiria de outras formas, porque acho que não tem como, né, é muito... é muito mais denso, é intenso também (CAROL, 2024).

Melhor ou pior vai ser muito baseado... depende muito do pressuposto, né? Então assim, melhor assim, se a gente tá pensando em um conhecimento que tenta ser absorvido por diferentes tipos de esferas sociais, acredito que as redes sociais, né, conteúdo de mídia social atinge muito mais, entendeu? Então acredito que não tem um que é melhor ou que é pior que o outro, acho que os dois servem a objetivos diferentes. Então o conhecimento produzido na academia, acredito que é um tipo de conhecimento válido e tals, que é importante e que ele é feito pra, sei lá, contribuir para o conhecimento acadêmico. Então o conhecimento feito por alunos assim, né, fora da faculdade, acredito que esse conhecimento é um tipo de conhecimento das ciências sociais que tem o objetivo de alcançar diversas pessoas, então assim, objetivos deles são diferentes, entendeu? Então acredito que não é melhor que outro. Um é mais complicado que o outro, vamo combinar, né? Um é muito muito mais complicado que o outro, o outro é totalmente mais acessível, então depende de onde você vem (JORGE, 2024).

Quando perguntei qual tipo de conteúdo tem mais relação com a realidade, mais da metade deles respondeu o que é produzido nas redes sociais. Os discentes consideram que os

assuntos tratados pelos *influencers* se aproximam mais da vivência da maior parte da população, contudo, ao mesmo tempo argumentam que a universidade consegue se aprofundar mais nos temas que propõe debater e acaba tendo um alcance menor. “Tem muita produção saindo de dentro, muita, que são muito geniais, mas não chega. Não chega nas pessoas que a gente precisa que cheguem” (CAROL, 2024).

Aquele exemplo de uma pessoa que não teve escolaridade, teve uma escolaridade precária e tal, pô, vamos dizer assim, essa é a realidade do Brasil, né? Então eu acredito que se a gente vai pensar realidade nacional, acho que o conhecimento acadêmico tinha que ser traduzido pra essas realidades, né? (JORGE, 2024).

De fora da universidade tem mais relação [com a realidade]. Eu acho que apesar das ciências sociais ser as ciências sociais, ela ainda assim... ela requer muitas vezes um repertório que assim, acredito que eu não tenho, sabe? Muitas matérias têm um conhecimento estabelecido que às vezes a gente não tem. Por exemplo, eu sou aluna de ensino médio de pandemia, então eu perdi dois anos do meu ensino médio. Então quando eu cheguei na universidade e principalmente pela... eu não sei se é só na minha turma, mas a gente tem muita diferença de idade. Então era um repertório que a gente precisava ter pra aula e que por ser, sei lá, um repertório de um autor muito sério que você não vê com quinze anos, eu não tinha. Então eu acho que é mais voltado pra realidade o que eu assisto fora, porque ele não me requer um conhecimento prévio, sabe? (HELENA, 2024).

Embora o consumo de conteúdos sobre ciências sociais nas redes sociais permaneça presente, sua função e seu peso como referência sofrem transformações ao longo da trajetória dos estudantes, que passam a atribuir mais autoridade a figuras vinculadas à universidade e ao ensino formal. Eles continuam consumindo esses influenciadores digitais, reconhecendo que na internet existem produções relevantes com uma linguagem mais acessível, além de haver essas aproximações com experiências sociais e realidades que muitas vezes são distantes da imagem vinculada à academia. Todavia, os participantes não estabelecem uma oposição direta entre saber acadêmico e extra-acadêmico, mas apontam para possíveis relações entre eles, e alguns ainda afirmam a necessidade de ampliar o acesso da população ao conhecimento produzido na universidade.

Acho que elas [ciências sociais na universidade e fora dela] deviam ser muito complementares, elas não podiam ser tão separadas assim, entendeu? Então o que que a gente devia fazer mais é realmente criar uma ponte muito mais, vamos dizer assim, óbvia na academia, porque eu acho muito raro um professor falar de rede social, entendeu? Falar desse tipo... na questão de compartilhar conhecimento, então eu acho que tinha que ir muito junto (JORGE, 2024).

A figura do *influencer*, especialmente aquele que combina rigor teórico e estratégias de comunicação adequadas às plataformas digitais, como nos casos mais citados, Chavoso da USP e Rita von Hunty, ocupa uma posição ambígua. Ao mesmo tempo que são referências externas à institucionalidade, são legitimadas pelos estudantes como meio de aprendizado e interpretação sobre questões sociais pertinentes. Compreendo que esses influenciadores não devem ser vistos apenas como canais de entretenimento ou simplificação⁶, mas como agentes de mediação entre as ciências sociais e públicos mais amplos, inclusive futuros universitários da área. A atuação deles em algum aspecto pode até competir com o ensino formal, mas quanto mais os discentes avançam na graduação, ela passa a operar como complementação e não substituição, potencializando o interesse e a apropriação dos temas debatidos na universidade.

3. Divulgação científica como exercício da Sociologia Pública

Burawoy (2009) divide o trabalho sociológico em quatro atuações: 1. sociologia profissional, que se estabelece na comunidade acadêmica e produção científica; 2. sociologia crítica, que questiona os fundamentos da disciplina de modo reflexivo e teórico; 3. sociologia política, voltada à resolução de problemas sociais definidos por clientes ou instituições; 4. sociologia pública, que promove diálogos com públicos extra-acadêmicos sobre temas de relevância social e interesses diversos. Vou me ater ao quarto tipo, que ainda é dividido em: 1. tradicional, quando o sociólogo escreve para públicos amplos, mas sem interagir diretamente com eles (por meio de livros, por exemplo); 2. orgânica, quando o sociólogo dialoga diretamente

⁶ Aqui não faço juízo de valor ao usar esse termo, mas considero que mesmo quando um vídeo se propõe denso e rigoroso teórico e cientificamente, dificilmente terá argumentação tão sólida e robusta quanto um texto ou conjunto de textos poderiam ter.

com o público numa relação de troca e aprendizado mútuo. Compreendo que os *influencers*, ao popularizarem as ciências sociais nas plataformas digitais e interagirem com seus seguidores nessa espécie de divulgação científica, são agentes de uma sociologia pública orgânica.

Sobre o trabalho de divulgação científica, Thiago de Souza⁷ (2024), conhecido como Thiagson em suas redes sociais, afirma que é preciso que se entenda as dinâmicas das redes para que os conteúdos realmente se tornem acessíveis e acessados. Nesse sentido, o comunicador reflete sobre a necessidade de adaptar a linguagem e desenvolver estratégias de comunicação para que haja uma apropriação efetiva dos conhecimentos produzidos na universidade por públicos leigos.

É como se a simples existência de meios de divulgação da ciência fosse a própria difusão científica, mas não é! Ou seja, não basta criar perfis e postar nas redes sociais, não basta criar uma revista científica popular, para divulgar a ciência é preciso investir esforço na comunicação para o real espalhamento (SOUZA, 2024: 31).

A divulgação científica é uma prática que exige, além da intenção, o domínio das ferramentas e linguagens próprias da comunicação, nesse caso, digital. Em relação às ciências sociais, repetindo um dos desafios que já citei neste artigo, é possível que qualquer pessoa, ainda que não especializada, interprete e fale sobre o mundo social em qualquer contexto. Entretanto, os influenciadores digitais engajados com uma propagação responsável de repertórios sociológicos em formatos acessíveis ampliam o alcance desse campo de conhecimento e constroem pontes entre as ciências sociais e outros públicos, inclusive atraindo-os para o espaço acadêmico.

Porém, na academia parece existir uma demanda por formas mais acessíveis e dialógicas de mediação do saber, especialmente entre estudantes que chegam ao ensino superior com repertórios marcados pela digitalidade. Algo que talvez a universidade possa aprender com a internet é como inserir mais elementos de identificação entre os discentes e seus objetos de estudo, pelo menos no início da graduação. Nessa direção, os *influencers* dão diversas pistas sobre estratégias de comunicação e ensino que poderiam ser adotadas em contextos específicos. A incorporação de linguagem acessível e elementos como recursos visuais e referências trazidas

⁷ Professor de Música Clássica e doutor em Musicologia pela USP, o *influencer* e pesquisador reflete no início de sua tese acerca do distanciamento entre a sociedade e as universidades (SOUZA, 2024).

pelos próprios alunos não é necessariamente antagônica ao compromisso com a complexidade dos conteúdos e o rigor teórico, ao contrário, pode resultar em um ensino mais preocupado com as formas contemporâneas de atenção e interesse⁸.

Maria José Casa-Nova (2012: 7) interpreta que a sociologia pública oferece “ferramentas analíticas que possibilitem uma leitura da realidade que vá além do imediatamente visível, contribuindo para o desenvolvimento de relações sociais menos desigualitárias e de sociedades mais justas”. Penso que, se estiver correta a percepção dos estudantes de que os conteúdos da internet se relacionam mais com a realidade do que os da academia, esses influenciadores referenciados realmente podem ser considerados modelos de como fazer sociologia pública no momento atual. Segundo minha amostra, eles representaram um ponto de contato com as ciências sociais e ainda inspiraram a decisão pelo curso no ensino superior, que para a maioria teve um forte aspecto moral⁹.

As críticas ao enclausuramento da ciência são particularmente úteis para pensar a divulgação científica e o ambiente digital, já que Burawoy (2009: 19) defende que a sociologia pública não é a negação da sociologia profissional, sendo, na verdade, seu complemento. O autor, entretanto, também adverte que todos os tipos de sociologia possuem patologias, indicando que a sociologia pública corre o risco de ceder à lógica da popularidade, fazendo “concessões no que tange a seus comprometimentos profissionais e críticos” (BURAWOY, 2009: 47). Este é um problema estrutural da sociologia pública, não sendo exclusividade aos *influencers* e às redes, porém as plataformas acabam por reforçar esse risco.

Ainda assim, as tensões existentes não invalidam as potencialidades e a relevância da prática da divulgação científica (ou da sociologia pública, como defendi) realizada pelos *influencers*, mas reforçam a necessidade do debate sobre as transformações contemporâneas que atingem o campo sociológico e acadêmico. Francisco de Oliveira (2009: 8) observou que “uma ciência do social que se imunize contra a sociedade tem tudo para tornar-se academicamente respeitável e... irrelevante”. Levando essa ideia em consideração, a participação dos cientistas sociais em diferentes contextos de produção e disseminação de

⁸ Cabe mencionar que o perfil socioeconômico estudantil nas universidades vem se modificando, o que também gera demandas sobre democratização da educação superior, que compreende não só o ingresso, mas a permanência desses estudantes.

⁹ Interessante ressaltar que quando apliquei o questionário aos ingressantes em 2023, uma das perguntas que mais me instigou foi sobre a principal razão pela escolha do curso, ao que a maioria dos estudantes respondeu “possibilidade de impactar/transformar a realidade” (SANTOS, 2024: 77-80), independente do que cada um entendia por isso, como também acabei apontando nas considerações finais da dissertação (SANTOS, 2024: 105).

conhecimento envolve, para além de legitimidade e responsabilidade social, teórica e crítica, o reconhecimento de que também é papel dos sociólogos se inserir nas disputas simbólicas em curso.

Considerações finais

À luz desses achados, a conclusão do artigo é que a presença de influenciadores digitais no percurso formativo dos discentes de Ciências Sociais não deve ser compreendida como um fenômeno externo ou concorrente à universidade. Não se observa, a partir dos dados analisados, uma substituição do saber acadêmico por um suposto saber das mídias e redes sociais. Na verdade, o que acontece é que os estudantes mobilizam ambos os repertórios, mas os classificam, hierarquizam e utilizam de modos diferentes conforme vão se habituando ao campo acadêmico.

Ao atuarem como mediadores entre conteúdos acadêmicos e experiências cotidianas, alguns *influencers* tensionam hierarquias tradicionais de autoridade intelectual e evidenciam novas formas de engajamento com o conhecimento das ciências sociais. Entretanto, analisando como tais mediações operam, se articulam e são apropriadas pelos estudantes, é notável que além de uma relação conflitiva, também há uma dinâmica relevante de complementaridade entre o que é aprendido dentro e fora da universidade.

Interpreto essas mediações como parte de transformações mais amplas na circulação do saber sociológico em uma esfera pública digitalizada, que atravessa também as práticas institucionais de ensino e formação em Ciências Sociais. Reconhecer essas dinâmicas permite compreender como os repertórios sociológicos se relacionam e se transformam ao longo do percurso universitário, evitando a reprodução de uma oposição rígida entre o acadêmico e o digital.

Nesse sentido, há muito que podemos aprender com as redes e com influenciadores digitais para repensar práticas pedagógicas e ampliar a relevância das ciências sociais no debate público. Trata-se de assumir que as disputas contemporâneas em torno da legitimidade do saber sociológico também passam pela forma como ele é comunicado, apropriado e disputado fora dos

espaços tradicionais da academia, sem que precisemos aderir de forma acrítica às lógicas das plataformas.

Fontes

CAROL (pseudônimo) (2024). Entrevista concedida à autora. Pesquisa “Imaginários estudantis e trajetórias formativas em Ciências Sociais”. Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Número do CAAE: 61423022.4.0000.8142

HELENA (pseudônimo) (2024). Entrevista concedida à autora. Pesquisa “Imaginários estudantis e trajetórias formativas em Ciências Sociais”. Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Número do CAAE: 61423022.4.0000.8142

JORGE (pseudônimo) (2024). Entrevista concedida à autora. Pesquisa “Imaginários estudantis e trajetórias formativas em Ciências Sociais”. Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Número do CAAE: 61423022.4.0000.8142

MIGUEL (pseudônimo) (2024). Entrevista concedida à autora. Pesquisa “Imaginários estudantis e trajetórias formativas em Ciências Sociais”. Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Número do CAAE: 61423022.4.0000.8142

RAUL (pseudônimo) (2024). Entrevista concedida à autora. Pesquisa “Imaginários estudantis e trajetórias formativas em Ciências Sociais”. Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Número do CAAE: 61423022.4.0000.8142

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, M. A. (2024). Mediación y circulación de información cultural. *Informatio*, v. 29, n. 2, e202. Disponível em: <<https://doi.org/10.35643/Info.29.2.2>>. Acesso em: 16 jun. 2026.
- ALMEIDA, M. I. S. *et al.* (2018). Quem Lidera sua Opinião? Influência dos Formadores de Opinião Digitais no Engajamento. *Revista de Administração Contemporânea*, [s. l.], v. 22, pp. 115–137. DOI: <<https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170028>>. Acesso em: 12 dez. 2025.
- BOURDIEU, P. (2004). *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Editora UNESP.
- BOURDIEU, P. (2007). *A Distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk.
- BURAWOY, M. (2009). Por uma sociologia pública. In: BRAGA, R. BURAWOY, M. *Por uma Sociologia Pública*. São Paulo: Alameda, pp. 17-66.
- CASA-NOVA, M. J. *et al.* (2012). *Cientistas sociais e responsabilidade social no mundo actual*. [S. l.]: Edições Húmus. Disponível em: <<https://hdl.handle.net/1822/75064>>. Acesso em: 18 dez. 2025.

- CORTEZ LOPES, R.; MARTINEZ, L. Y. L. (2024). How does Sociology teaching happen on the short video app TikTok? An analysis of the editions. *Sociological Teaching*, [S. l.], v. 3, n. 1, pp. 29–49. DOI: 10.5281/zenodo.13892074. Disponível em: <<https://sociologicalteaching.com/index.php/journal/article/view/31>>. Acesso em: 15 jun. 2026.
- FERREIRA, Claudino (2002). Intermediação cultural e grandes eventos: notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas, Oficina do CES, n. 167. Coimbra: CES-FEUC.
- GIDDENS, A. (2012). O que é sociologia? In: GIDDENS, A. *Sociologia*. 6 ed. Porto Alegre: Penso.
- LOPES, R. C. (2021). Quem ensina Sociologia no YouTube? Uma análise quantitativa do perfil dos edutubers. *Teoria e Prática da Educação*, [S. l.], v. 24, n. 2, pp. 105–121. DOI: 10.4025/tpe.v24i2.58436. Disponível em: <<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/TeorPratEduc/article/view/58436>>. Acesso em: 12 dez. 2025.
- OLIVEIRA, F. (2009). Prefácio por uma sociologia pública. In: BRAGA, R. BURAWOY, M. *Por uma Sociologia Pública*. São Paulo: Alameda, pp. 7-11.
- ORTIZ, R. (2022). Influenciadores, intelectuais, mediadores simbólicos. *RuMoRes*, [S. l.], v. 16, n. 31, pp. 279–289. DOI: <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2022.200396>>. Acesso em: 12 dez. 2025.
- ORTIZ, R. (2025). *Influência*. São Paulo: Alameda.
- SANTOS, I. S. (2024). *Imaginário de estudantes sobre o ingresso no curso de Ciências Sociais na Universidade Estadual de Campinas..* Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas. Disponível em: <<https://hdl.handle.net/20.500.12733/22828>>. Acesso em: 12 dez. 2025.
- SCHWARTZMAN, S. (1990). *O lugar das ciências sociais no brasil dos anos 90*. São Paulo: NUPES/USP (Documento de Trabalho n. 13).
- SOUZA, T. B. A. (2024). *Putologia avançada: musicologia do Funk*. 2024. Tese (Doutorado em Musicologia) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. DOI: <<https://doi.org/10.11606/T.27.2024.tde-23012025-125546>>. Acesso em: 18 dez. 2025.
- WATANABE, G.; MUNHOZ, M. G.; KAWAMURA, M. R. (2019). Contribuições da sociologia para o estudo da divulgação científica na interface campo científico e espaço escolar: um olhar a partir do conceito de fronteira. *Ensaio Pesquisa em Educação em Ciências*, Belo Horizonte, v. 21, e10581. DOI: <<https://doi.org/10.1590/1983-21172019210122>>. Acesso em: 18 dez. 2025.

Declaração de Uso de Inteligência Artificial Generativa

A autora do artigo acima identificado declara que ao longo da elaboração deste manuscrito foram utilizadas as seguintes ferramentas de inteligência artificial: ChatGPT e DeepSeek, com a finalidade de: revisão de linguagem — aprimoramento do estilo textual e da clareza; verificação da correspondência entre citações e referências bibliográficas; e identificação de eventuais inconsistências de formatação. Após o uso das ferramentas, a autora

revisou e editou criticamente todo o conteúdo, assumindo total e integral responsabilidade pelo manuscrito publicado, inclusive por eventuais imprecisões ou incorreções.