

SOCIOLOGIA OLÍMPICA NAS REDES SOCIAIS uma análise do perfil do Instagram do Polo Olímpico de Sociologia

José Eduardo Almeida Soares (licenciando em Ciências Sociais do Colégio Pedro II)
Pedro Cassiano Farias de Oliveira (Orientador)
Email: jose.soares.1@cp2.edu.br, pedro.oliveira.1@cp2.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho realizará uma análise do perfil do Instagram do Polo Olímpico de Sociologia com base em dados fornecido pela plataforma. O projeto é uma iniciativa do Colégio Pedro II (CP2) em parceria com o Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ) contemplada pelo edital da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC/MEC) em parceria com o Instituto Federal de São Paulo (IFSP), que busca promover o treinamento de estudantes para olimpíadas de ciências humanas.

2. OBJETIVOS

O objetivo principal deste trabalho é compreender o perfil dos seguidores e o engajamento no Instagram do Polo. Como objetivos específicos queremos identificar as principais características das interações do perfil com a educação básica, avaliar o impacto de um perfil educacional em uma rede social.

3. DESENVOLVIMENTO E METODOLOGIA

Diante do contexto de hegemonia da comunicação virtual, o Polo decidiu que uma de suas frentes de trabalho deveria ser na internet. A presença nas redes sociais foi definida com base na vivência dos próprios estudantes, respeitando suas percepções e hábitos digitais. O conteúdo produzido visa promover as atividades do projeto, divulgar olimpíadas na área de Ciências Humanas, através do treinamento e discussão de temáticas da área através de linguagem e identidade visual voltada para os jovens.

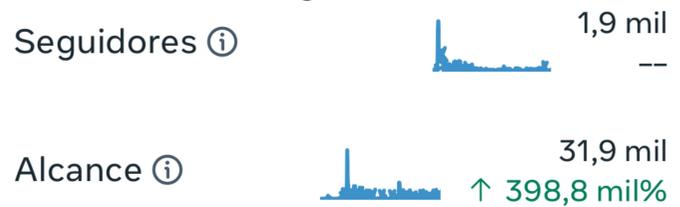
A análise qualitativa será baseada nos dados fornecidos pela *Meta Business Suite* referentes há oito meses (Agosto 2024 a Abril 2025) de atividade. Foram considerados o cruzamento diversos indicadores como gênero, faixa etária, horários de pico, entre outros. Até o momento, foram publicadas 46 postagens no feed e 128 stories, totalizando 63,9 mil visualizações, 1,9 mil seguidores e alcance de 31,9 mil contas.

Figuras 1 e 2: NÚMEROS DA POSTAGEM COM MAIOR ENGAJAMENTO:



Fonte: Acervo do Polo. Acesso em jun. 2025.

Gráfico 1: NÚMERO DE PÚBLICO DO POLO NO INSTAGRAM - agosto 2024 a abril 2025



Fonte: META, 2025.

A publicação de maior alcance foi um vídeo colaborativo bom o perfil do CP2, onde basicamente, explicava o projeto narrado por dois bolsistas do Polo (figuras 1 e 2). A postagem somou 24.672 visualizações, atingindo um total de 888 interações. Em comparação com o melhor post estático e sem colaboração, nos deparamos com números bem modestos, como 4.683 visualizações, num total de 238 interações.

Ao observarmos o gráfico 1, percebemos que ambos apresentam picos acima da normalidade. Isso se dá porque são momentos de postagens com maior engajamento.

Em relação aos 398,8 mil%, esse alto número de crescimento se dá por não haver período anterior para comparação. Assim como o Polo possui pouco tempo que foi criado, o mesmo se dá em relação as redes sociais.

Em relação ao público, temos em torno de 1,6 mil seguidores, cifra considerada alta para um perfil educacional de curto período de existência, mas atingimos público entre 25 e 44 anos (60,8%) e em grande parte do Sudeste (47,2%), não condizendo com o público-alvo esperado, isto é, jovens estudantes de todo o Brasil.

4. CONCLUSÃO

Os dados apontam que as redes sociais contribuem para a divulgação da disciplina e o fortalecimento de práticas pedagógicas inovadoras no ensino de Sociologia. Porém, percebemos que o algoritmo e a necessidade de alta produtividade de conteúdo impõem desafios. Destacamos dois deles: o primeiro é o alcance do público-alvo do projeto, poucos jovens em comparação com o número de seguidores adultos. O segundo em relação à limitação do alcance regional, pois necessita-se de um esforço de colaborações de outras regiões do país.

Assim, nossa experiência aponta para caminhos possíveis, que fortalecem o ensino da Sociologia em espaços não tradicionais.

5. REFERÊNCIAS

META. Meta Business Suite. [S. l.]: Meta, [2023]. Disponível em: <https://business.instagram.com/poscp2/>. Acesso em: 29 abr. 2025.