



O uso das mídias digitais como ferramenta de divulgação científica sobre atividade física e saúde

The use of digital media as a tool for scientific dissemination on physical activity and health

AUTORES

Ingrid Kelly Alves dos Santos Pinheiro¹

Karina de Almeida Brunheroti²

Ana Flávia Andalécio Couto da Silva³

Marja Bochehin do Valle⁴

Edina Maria de Camargo⁵

Paulo Henrique Guerra⁶

1 Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, Sergipe, Brasil.

2 Centro Universitário de Jaguariúna, Curso de Educação Física, Jaguariúna, São Paulo, Brasil.

3 Centro Universitário do Cerrado Patrocínio, Curso de Educação Física, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil.

4 Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

5 Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil.

6 Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências, Rio Claro, São Paulo, Brasil

CONTATO

Paulo Henrique Guerra

paulo.guerra@unesp.br

Avenida 24 A, 1515, Departamento de Educação Física, Jardim Bela Vista. Rio Claro, São Paulo, Brasil.
CEP: 13506-900.

DOI

10.12820/rbafs.29e0331



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional.

RESUMO

Compreendendo o ambiente digital como um importante espaço para aumentar a interação com comunicação científica e aproximação entre as pessoas, desde o início de suas atividades, a gestão 2020–22 da Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde (SBAFS) intensificou sua participação nas redes sociais. O presente ensaio descreve os processos de estruturação e planejamento, assim como a progressão do trabalho desenvolvido nas redes sociais da SBAFS. Dessa forma, pode-se destacar a criação de uma equipe de colaboradoras voluntárias para o trabalho nas mídias sociais (página e endereço eletrônicos, @Facebook, @Instagram, @Twitter e @Youtube), partindo-se de planejamento e plano de trabalho contínuo, centrados na disseminação estratégica dos conhecimentos, avanços e interações com pessoas interessadas nos distintos assuntos que permeiam o tema atividade física e saúde. No @Instagram, a partir da maior frequência de conteúdos postados, foi notável o aumento no número de seguidores, e, conseqüentemente, de interações. O @Twitter também apresentou resultados expressivos, com um aumento de 23,2% de visitas ao perfil e 18,8% de impressões na quantidade de visualizações (“tweets”). Devido ao trabalho desenvolvido, aumentou-se consideravelmente a capilarização das ações da SBAFS entre as pessoas interessadas sobre o assunto. Isso pode ser explicado, pois, com o início da pandemia da COVID-19, viu-se a emergência das interações por meio digital e, por isso, foi identificado um maior engajamento com o conteúdo do perfil. Tais informações ratificam a utilidade das redes sociais como instrumento de divulgação científica de forma rápida, dinâmica, amplamente acessível, atrativa, interativa e prática.

Palavras-chave: Redes sociais; Comunicação científica; Atividade física; Saúde.

ABSTRACT

Understanding the digital environment as an important space to enhance interaction with scientific communication and the society, since the beginning of its activities, the 2020–2022 board of the Brazilian Society of Physical Activity and Health (SBAFS) intensified its participation in social media. This essay describes the structuring and planning processes, as well as the progression of the work carried out on social networks at SBAFS. In this way, we can highlight the creation of a team of voluntary collaborators to work on social media (page and electronic address, @Facebook, @Instagram, @Twitter and @Youtube), based on continuous planning and work plan, focused on the strategic dissemination of knowledge, advances and interactions with people interested in the different subjects that permeate the topic of physical activity and health. On @Instagram, due to the greater frequency of content posted, the increase in the number of followers and, consequently, interactions were notable. @Twitter also showed impressive results, with a 23.2% increase in profile visits and an 18.8% increase in impressions in the number of views (“tweets”). Due to the work carried out, the spread of SBAFS actions among people interested in the subject increased considerably. This can be explained because, with the start of the COVID-19 pandemic, we saw the emergence of digital interactions and, therefore, greater engagement with the profile content was identified. Such information confirms the usefulness of social networks as a tool for scientific dissemination in a fast, dynamic, widely accessible, attractive, interactive, and practical way.

Keywords: Social networks; Scientific communication; Physical activity; Health.

Introdução

Na inexistência de um agente imunizador e na necessidade de controlar a dinâmica de transmissão do coronavírus, os momentos iniciais da pandemia da COVID-19 foram marcados por uma nova organização da

vida e da sociedade¹. Dentro dessa nova organização, viu-se a emergência das interações remotas, principalmente pela utilização das mídias digitais (ex. plataformas virtuais e redes sociais). Desse modo, a população necessitou se adaptar e a comunicação por meio de am-

bientes virtuais, em sua maior parte, foi intensificada².

Assim, um novo olhar para a utilização das mídias digitais possibilitou a realização de distintas atividades e interações sociais, nas dimensões do autocuidado, da educação e do trabalho, tendo como destaques a facilidade na troca de mensagens públicas e privadas, bem como o compartilhamento de conteúdos; a possibilidade de atualizações em curto espaço de tempo; possibilidade da formação de grupos e páginas organizacionais e a inclusão de questionários e enquetes³.

Na dimensão da saúde, mais especificamente, as mídias digitais tiveram seu papel fortalecido nas linhas da informação, educação e autonomia das pessoas sobre importantes questões relacionadas ao vírus, sua dinâmica e aos modos de cuidar-se conforme o conhecimento disponível.

E, em um momento de crise, como observado ao longo da pandemia de COVID-19, reforçou-se a importância da veiculação de informações de qualidade, baseadas no conhecimento técnico-científico disponível, no sentido de manter a população tranquila e informada sobre os passos corretos a serem tomados e controlar a expressiva onda de desinformação, que abre margem para dualidades, sensacionalismo, achismos e, também, a disseminação de notícias falsas, popularmente conhecidas como *fake news*⁴⁻⁶.

Uma das maneiras de enfrentamento às notícias falsas tem sido a ampliação do diálogo entre a população e a prática científica, intensificando-se a divulgação científica relacionada à saúde em canais nas mídias sociais⁷. Como destacado por Souza et al.⁸, mesmo que se colocando como estratégia potencial, este diálogo requer a utilização de linguagem acessível, de modo que o conhecimento possa ser apropriado a pessoas de distintos contextos e, dentro da medida do possível, inserido nos modos de vida. Dessa forma, a equipe de mídias digitais da Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde (SBAFS), ao longo da gestão 2020-2022, construiu e compartilhou informações e conhecimentos científicos acerca da temática “saúde”, com linguagem acessível, de modo a atingir o maior número de pessoas possível, a fim de reduzir a disseminação de *fake news*.

Pelo seu papel protetor em distintos indicadores de saúde, a atividade física foi prontamente alçada como possível estratégia de prevenção e/ou tratamento da COVID-19⁹⁻¹⁰. Esse debate foi abordado por distintas representações científicas que possuem aproximações com o tema¹¹. Contudo, percebendo as inconsistências entre as recomendações e reforçando-se como uma das

sociedades científicas mais relacionadas ao tema no Brasil, a SBAFS preconizou um maior engajamento nas mídias sociais, por meio da criação de conteúdos e maior possibilidade de comunicação com seu público diversificado (ex.: estudantes, profissionais, professores, pesquisadores, ou mesmo pessoas interessadas no tema)¹²⁻¹⁵.

Assim, utilizar-se dessa ferramenta, ao romper barreiras de tempo e distância, tem ajudado a criar e manter parcerias e diálogos com a comunidade visando o fortalecimento da saúde pública, sob a compreensão de que o ambiente digital é um importante espaço para comunicação científica e de aproximação entre as pessoas interessadas no tema atividade física e saúde.

Sendo uma entidade jurídica de direito privado, sem fins econômicos e que, desde sua fundação em 2007, congrega estudantes, profissionais e pesquisadores de diversas áreas de formação com interesse no campo da atividade física e saúde, a SBAFS percebe a importância de sua participação em redes sociais, afim de, dentre outros objetivos, intensificar a divulgação de ações que visam promoção de atividade física e da saúde.

O presente ensaio tem como objetivo relatar a experiência do trabalho desenvolvido nas mídias digitais da SBAFS na gestão de 2020-2022. Para tanto, serão contextualizados o momento de pandemia da COVID-19 e a emergência das redes sociais, a importância da veiculação do conhecimento científico à sociedade, bem como os principais indicadores do trabalho realizado.

Organização do Processo de Trabalho

A gestão de 2020-2022 da SBAFS, compreendendo o ambiente digital como um importante espaço para divulgação científica e aproximação entre as pessoas interessadas no tema atividade física e saúde, teve como estratégia a criação de uma equipe de colaboradoras voluntárias, formada por membros associados à SBAFS, para o trabalho no site institucional e para impulsionar as mídias sociais da Sociedade, com ações nas plataformas do [®]Facebook, [®]Instagram, [®]Twitter e [®]Youtube.

A equipe assumiu o compromisso em outubro de 2020 e trabalhou partindo de um planejamento de ações e de uma demanda de trabalho contínua, voltada à disseminação estratégica dos conhecimentos e avanços, propiciando assim um maior aporte de interações. A comunicação estratégica, que é definida como o uso intencional da comunicação por uma organização para cumprir sua missão¹⁶, foi estabelecida por meio do desenvolvimento, implementação e avaliação: gestão de marketing, rela-

ções públicas, comunicação técnica, comunicação política e campanhas de informação/marketing social.

Resultados

Tratando-se da divulgação científica acerca de atividade física e saúde, destaca-se a rede social [®]Instagram, pela qual se apresentaram as maiores interações entre sociedade e entidade científica, com cerca de 174 postagens e 16 transmissões ao vivo, em um período de 18 meses. Além disso, apresentou aumento exponencial no número de seguidores, partindo de cerca de 500 seguidores, em 2020, para mais de 6.000 seguidores em 2022, sendo a maioria homens e adultos, com idade compreendida entre 18 e 34 anos.

A equipe também adotou a utilização dos vídeos “Reels”, que têm sido cada vez mais utilizados e podem ser visualizados no *feed*, nos *stories* e também em uma aba dedicada apenas para essa função. No perfil da SBAFS, a média de visualização de vídeos publicados utilizando-se dessa ferramenta é de aproximadamente 1.600 visualizações. Outra evolução importante no [®]Instagram é o crescente aumento no número de publicações no decorrer dos anos, sendo que em 2018 a mídia contava com apenas 4 publicações e, em 2019, com 5 publicações. Em 2020, ano em que a equipe de voluntárias passou a trabalhar na rede, houveram 98 publicações e, em 2021, ano em que a equipe trabalhou de janeiro a dezembro, foram realizadas 105 publicações. Em setembro de 2022, já haviam 115 publicações, conforme gráfico demonstrado abaixo (Figura 1):

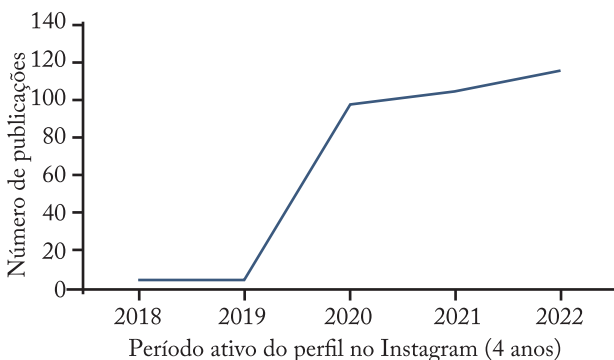


Figura 1 – Avanço das publicações da SBAFS no Instagram, entre os anos de 2018 e 2022.

Realizando uma comparação entre publicações de anos anteriores, nos quais ainda não possuíam o planejamento da equipe de mídias, podemos perceber uma grande diferença de interações. A Figura 2 demonstra uma comparação entre duas publicações acerca do Dia do Profissional de Educação Física, nos anos de 2020

e 2021, respectivamente. Em setembro de 2020, a publicação não rendeu nenhuma visita ao perfil, nenhum novo seguidor, recebeu 205 curtidas e alcançou apenas 50 contas. Em setembro de 2021, a postagem acerca da mesma temática rendeu 31 visitas ao perfil, 16 novos seguidores, 432 curtidas e alcançou 2.678 contas.

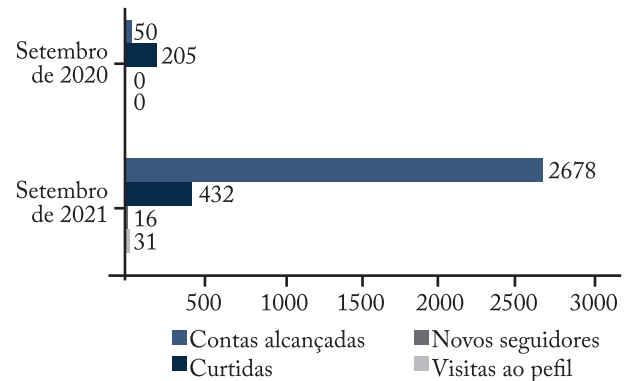


Figura 2 – Comparação entre duas publicações acerca do “Dia do Profissional de Educação Física”, nos anos de 2020 e 2021.

Legenda: “Visitas ao perfil”, quantidade de vezes que as pessoas visualizaram a publicação e visitaram a página da SBAFS devido a isso; “Curtidas”, métrica para indicar se o conteúdo está sendo bem aceito; “Novos seguidores”, quantidade de vezes que as pessoas visualizaram a publicação e seguiram a SBAFS devido a isso; “Contas alcançadas”, número de contas únicas que viram a publicação, pelo menos uma vez.

Também foi realizada uma comparação com outra publicação, feita no dia 06 de abril de 2020, 2021 e 2022 (Dia Mundial da Atividade Física). Os resultados também demonstram uma evolução exponencial nos números da rede social. Em abril de 2020, a publicação não resultou em nenhuma visita ao perfil, nenhum novo seguidor, 80 curtidas e somente 20 contas alcançadas; em abril de 2021, a publicação atingiu 99 visitas ao perfil, 28 novos seguidores, 469 curtidas e 2.917 contas alcançadas; já em 2022, os resultados apresentaram um grande aumento, demonstrando 188 visitas ao perfil e 108 novos seguidores advindos da publicação, além de 723 curtidas e 3.355 contas alcançadas.

Outro fator importante a ser considerado nesta publicação é a quantidade de vezes em que foi encaminhada para outras contas, partindo de 0 em 2020, para 175 vezes em 2021 e 997 vezes em 2022, além do número de vezes que a publicação foi “salva”, partindo de 3 em 2020, para 20 em 2021 e 102 em 2022.

Ainda com relação ao [®]Instagram, as publicações que mais apresentam interação com os seguidores são relacionadas com: 1) divulgação de relatórios científicos e/ou diretrizes de entidades da área da saúde, como a Organização Mundial da Saúde; 2) divulgação de estu-

dos científicos da área da atividade física e saúde; e 3) divulgação de eventos da área da atividade física e saúde.

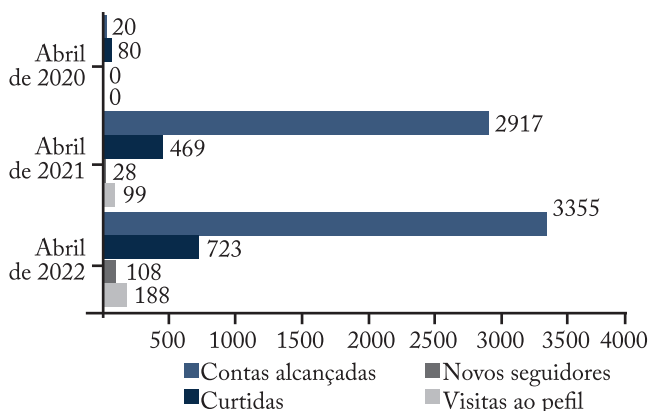


Figura 3 – Comparação das publicações acerca do “Dia Mundial da Atividade Física”, nos anos de 2020, 2021 e 2022.

Legenda: “Visitas ao perfil”, quantidade de vezes que as pessoas visualizaram a publicação e visitaram a página da SBAFS devido a isso; “Curtidas”, métrica para indicar se o conteúdo está sendo bem aceito; “Novos seguidores”, quantidade de vezes que as pessoas visualizaram a publicação e seguiram a SBAFS devido a isso; “Contas alcançadas”, número de contas únicas que viram a publicação, pelo menos uma vez.

De modo geral, o perfil no [®]Twitter também apresentou resultados expressivos, demonstrando um aumento de 23,2% nas visitas ao perfil e de 18,8% nas impressões, definidas como o número de vezes que os usuários visualizaram o “tweet”, no período de 2020 a 2022. Considerando que um dos principais indicadores de engajamento desta mídia são as impressões, realizou-se um comparativo entre períodos específicos dos anos de 2019 (ano em que a equipe de mídias não gerenciava a conta), 2020 e 2021 (anos em que a equipe de mídias gerenciava a conta).

Para efeito de comparação, considerou-se o período de 01 de julho a 29 de setembro para todos os anos. No ano de 2019, neste período, os tweets apresentaram 4,5 mil de impressões, além de 50 impressões por dia e uma taxa de engajamento de 0,6%. Em 2020, as impressões foram de 9,2 mil, 101 impressões por dia e 4,1% de taxa de engajamento. Já em 2021, o mesmo período apresentou 14,2 mil de impressões, sendo 156 impressões por dia, porém uma taxa de engajamento de 3,3%.

No perfil do [®]Facebook, entre 2020 e 2022, houve um aumento de 10,3% no alcance da página (número de pessoas que viram qualquer conteúdo da página, incluindo publicações e “stories”), um aumento de 86,4% de visitas à página (número de vezes que a página foi acessada) e um aumento de 201,4% de novas curtidas na página, quando comparado ao período de 2019 e 2020.

O perfil do público que acompanha a SBAFS nessa rede social é de 39,8% com idade compreendida entre 25 a 34 anos e 38% entre 34 a 44 anos, além de possuir um total de 4.046 seguidores distribuídos em diversos países, como no Brasil (95,3%), Portugal (1%), Chile (0,7%), Estados Unidos (0,5%), Espanha (0,3%), Colômbia (0,2%), Peru (0,2%), Austrália (0,1%), Itália (0,1%) e Reino Unido (0,1%).

O [®]YouTube é uma das redes sociais mais acessadas do mundo¹⁷ e, considerando a divulgação científica sobre atividade física e saúde, é uma importante ferramenta de aproximação com a sociedade. A SBAFS iniciou sua divulgação nesta plataforma em 2018, com 06 transmissões, onde apresentou 1.200 visualizações no evento de maior alcance, em 2019 aumentou em 50% a quantidade de transmissões. No ano de 2020, no ápice da pandemia do COVID-19, ocorreram 19 transmissões, um aumento de 217% se comparado ao ano 2018, com transmissões chegando a 2.000 visualizações.

Ao longo de 2021, 12 eventos foram transmitidos no canal do [®]YouTube, com particular destaque para a apresentação técnica do Guia de Atividade Física para População Brasileira¹⁸, que obteve 5.200 visualizações, um aumento de 334% em relação ao evento mais visto em 2018.

No período compreendido entre 2020 e 2022, o canal da SBAFS no [®]YouTube, criado para a realização de cursos e eventos, obteve aproximadamente 20.148 visualizações, 5.325 horas de exibição, um aumento de 1.122 inscritos no canal e 228.647 impressões (quantidade de vezes que o vídeo foi mostrado aos espectadores). Vale mencionar que faixas etárias mais frequentes entre as pessoas inscritas no canal estão entre 25 a 34 anos (42,9%) e entre 35 a 44 anos (35,9%).

Considerações Finais

À parte de limitações, como a falta de padrão entre as informações que podem ser exportadas das plataformas digitais, gerando impeditivos ao seu acesso e análise, os esforços empregados nas redes sociais da SBAFS na gestão 2020 a 2022 resultaram em uma maior disseminação do conhecimento científico disponível sobre o assunto, atraindo novas pessoas interessadas ao debate. Dessa forma, para além do fortalecimento da estratégia de se ter uma equipe específica ao trabalho nas mídias sociais, a partir da criação de conteúdo e desenvolvimento de uma comunicação estratégica, ratifica-se a utilidade das redes sociais como instrumento de divulgação científica de forma rápida, dinâmica, amplamente acessível, atrativa, interativa e prática.

Contribuição dos autores

Pinheiro IKAS: Conceitualização, Metodologia, Design da apresentação de dados, Redação do manuscrito original, Redação - revisão e edição, Aprovação da versão final do manuscrito. Brunheroti KA: Conceitualização, Análise de dados, Design da apresentação de dados, Redação do manuscrito original, Aprovação da versão final do manuscrito. Silva AFAC: Conceitualização, Análise de dados, Redação do manuscrito original, Aprovação da versão final do manuscrito. Valle MB: Análise de dados, Curadoria de dados, Redação do manuscrito original, Aprovação da versão final do manuscrito. Camargo EM: Supervisão, Redação do manuscrito original, Aprovação da versão final do manuscrito. Guerra PH: Metodologia, Supervisão, Redação do manuscrito original, Redação - revisão e edição, Aprovação da versão final do manuscrito.

Declaração quanto ao uso de ferramentas de inteligência artificial no processo de escrita do artigo

O manuscrito não utilizou de ferramentas de inteligência artificial para a sua elaboração

Disponibilidade de dados de pesquisa e outros materiais

Os conteúdos subjacentes ao texto da pesquisa estão contidos no manuscrito.

Referências

- Dhama K, Khan S, Tiwari R, et al. Coronavirus Disease 2019-COVID-19. *Clin Microbiol Rev.* 2020;24;33(4): e00028-20. doi: <https://doi.org/10.1128/CMR.00028-20>.
- Statista, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>>.
- Pérez-Escoda A, Jiménez-Narros C, Perlado-Lamo-deEspinosa M, Pedrero-Esteban LM. Social Networks'Engagement During the COVID-19 Pandemic in Spain: Health Media vs. Healthcare Professionals. *Int J Environ Res Public Health.* 2020;17(14):5261. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph17145261>.
- Carr E. Combating Fake News. *Clin J Oncol Nurs.* 2020;24(2):121. doi: <https://doi.org/10.1188/20.CJON.121>.
- Edwards IR, Lindquist M. What is fake news in science? *Int J Risk Saf Med.* 2021;32(3):159-61. doi: <https://doi.org/10.3233/JRS-211002>.
- Naeem SB, Bhatti R, Khan A. An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Info Libr J.* 2021;38(2):143-49. doi: <https://doi.org/10.1111/hir.12320>.
- Dantas LFS, Deccache-Maia E. Scientific Dissemination in the fight against fake news in the Covid-19 times. *Res., Soc. Dev.* 2020;9(7):1-18. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4776>
- Souza LP. A pandemia da COVID-19 e os reflexos na relação meio ambiente e sociedade. *Rev. Bras. Ciênc. Ambient.* 2020;8(4):68-73. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4281743>.
- Ezzatvar Y, Ramírez-Vélez R, Izquierdo M, Garcia-Hermoso A. Physical activity and risk of infection, severity and mortality of COVID-19: a systematic review and non-linear dose-response meta-analysis of data from 1 853 610 adults. *Br J Sports Med.* 2022;bjsports-2022-105733. doi: <https://doi.org/10.1136/bjsports-2022-105733>.
- Yang J, Li X, He T, et al. Impact of Physical Activity on COVID-19. *Int J Environ Res Public Health.* 2022;19:14108. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph192114108>.
- Guerra PH, Guimarães JAC, Da Silva ICM, Knuth AG, Loch MR. Comunicados das sociedades científicas brasileiras sobre práticas corporais e atividades físicas ao ar livre no contexto da COVID-19. *Braz J Sci Mov.* 2021;29(4):1. doi: <https://doi.org/10.31501/rbcm.v29i4.11886>.
- SBAFS, Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde. Facebook: SBAFS. Disponível em: <https://www.facebook.com/sbafsbrazil>.
- SBAFS, Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde. Instagram: @sbafs_. Disponível em: https://www.instagram.com/sbafs_/
- SBAFS, Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde. Youtube: @sbafs_. Disponível em: https://www.youtube.com/@sbafs_
- SBAFS, Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde. Twitter: @sbafs_br. Disponível em: https://x.com/sbafs_br?s=11
- Sandhu S. Comunicação estratégica: uma perspectiva institucional. *Int J Estrat Comun.* 2009;3(2):72-92. <https://doi.org/10.1080/15531180902805429>.
- Ertemel, A. V., Ammoura, A. Is YouTube a search engine or a social network? Analyzing evaluative inconsistencies. *Business and Economics Research Journal,* 2021; 12(4),871-81. doi: <https://doi.org/10.20409/berj.2021.357>.
- Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. Departamento de Promoção da Saúde. Guia de Atividade Física para a População Brasileira [online] / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção Primária à Saúde, Departamento de Promoção da Saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2021.

Recebido: 12/09/2023
Aprovado: 31/03/2024

Editor Associado

Atila Alexandre Trapé 
Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto,
São Paulo, Brasil

Como citar este artigo:

Pinheiro IKAS, Brunheroti KA, Silva AFAC, Valle MB, Camargo EM, Guerra PH. O uso das mídias digitais como ferramenta de divulgação científica sobre atividade física e saúde. *Rev. Bras. Ativ. Fis. Saúde.* 2024;29:e0331. DOI: 10.12820/rbafs.29e0331