



CENTRO UNIVERSITÁRIO GOYAZES – UNIGOYAZES
CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA

**AS MÍDIAS DIGITAIS COMO FERRAMENTA PARA A ATUAÇÃO DO
PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA E
QUALIDADE DE VIDA**

Lucas Silveira Rosa Lino
Victor Huggo Ferreira de Oliveira
Yan César Frauzino

Orientador: Prof. Dr. Osmar Pereira dos Santos

Trindade-GO

2023

CENTRO UNIVERSITÁRIO GOYAZES – UNIGOYAZES

CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA

AS MÍDIAS DIGITAIS COMO FERRAMENTA PARA A ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA E QUALIDADE DE VIDA

**Lucas Silveira Rosa Lino
Victor Huggo Ferreira de Oliveira
Yan César Frauzino**

**Trabalho de Conclusão de Curso – TCC
apresentado ao Centro Universitário
Goyazes – UniGoyazes como requisito
parcial para obtenção do título de bacharel
em Educação Física.**

Orientador: Prof. Dr. Osmar Pereira dos Santos

Trindade - GO

2023

**LUCAS SILVEIRA ROSA LINO
VICTOR HUGGO FERREIRA DE OLIVEIRA
YAN CÉSAR FRAUZINO**

**AS MÍDIAS DIGITAIS COMO FERRAMENTA PARA A ATUAÇÃO DO
PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA E
QUALIDADE DE VIDA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Centro Universitário Goyazes –
UniGoyazes como requisito parcial à obtenção
do título de Bacharel em Educação Física,
aprovada pela seguinte banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Osmar Pereira dos Santos
Centro Universitário Goyazes – UniGoyazes

Prof. Ma. Taiana Dias de Matos Ribeiro (Membro Interno)
Centro Universitário Goyazes – UniGoyazes

Prof. Esp. Charlene de Oliveira Sales (Membro Externo)
Secretaria Municipal de Saúde de Trindade-GO

Prof. Ma. Sandra Suely Magalhães (Membro Suplente)
Centro Universitário Goyazes – UniGoyazes

Trindade - GO

12/12/2023

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento desse trabalho de conclusão de curso contou com a ajuda de diversas pessoas, dentre as quais agradecemos:

Ao nosso querido orientador, que, durante esses meses, acompanhou-nos pontualmente dando todo o auxílio necessário para a elaboração do projeto. Aos professores do curso de Educação Física, que, através dos seus ensinamentos, permitiram que pudéssemos hoje estar concluindo este trabalho. A todos que participaram das pesquisas, pela colaboração no processo de obtenção de dados.

Aos nossos amigos e familiares pela compreensão das ausências e pelo afastamento temporário.

DEDICATÓRIA

Dedicamos este Trabalho de Conclusão de Curso a todos vocês que foram responsáveis pela nossa capacitação e por nossa graduação. Nesse contexto, dedicamos também para você que está lendo esse

trecho, pois sem vocês esse trabalho não existiria.

Obrigado aos leitores e aos observadores que contribuem e comentam sobre o trabalho, dando opiniões e elogiando.

AS MÍDIAS DIGITAIS COMO FERRAMENTA PARA A ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NA PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA E QUALIDADE DE VIDA

Lucas Silveira Rosa Lino¹
Victor Huggo Ferreira de Oliveira¹
Yan César Frauzino¹
Osmar Pereira dos Santos²

RESUMO

Introdução: O presente trabalho retrata o uso das mídias digitais como ferramenta de trabalho para os profissionais de Educação Física, bem como mostra a transição da Era digital e a adaptação da vida cotidiana com o início e pós-pandemia.

Objetivo: Evidenciar os achados da literatura brasileira sobre mídias digitais e sociais como ferramenta para a prática de exercícios físicos. **Metodologia:** Trata-se de uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório. **Resultados e Discussão:** A literatura demonstra que as mídias sociais e digitais contribuem imensamente para a área da saúde, especificamente para os profissionais de Educação Física, que utilizam das redes para trabalhar, orientar e aprender. **Considerações Finais:** Por conseguinte, constatou-se que as mídias digitais e sociais têm grande importância na promoção da prática de exercícios físicos, pois facilitam a comunicação entre o profissional de educação física e o cliente.

Palavras-chave: Profissional de Educação Física; Ambiente virtual; Mídias digitais.

DIGITAL MEDIA AS A TOOL FOR PHYSICAL EDUCATION PROFESSIONALS TO PRACTICE PHYSICAL ACTIVITY AND QUALITY OF LIFE

ABSTRACT

Introduction: This paper portrays the use of digital media as a working tool for Physical Education professionals, as well as showing the transition of the digital age and the adaptation of everyday life with the onset and aftermath of the pandemic.

Objective: To highlight the findings of Brazilian literature on digital and social media as a tool for practicing physical exercise. **Methodology:** This is an exploratory bibliographic study. **Results and Discussion:** The literature shows that social and digital media contribute immensely to the health field, specifically for Physical Education professionals, who use networks to work, guide and learn. **Final considerations:** It was therefore found that digital and social media are of great importance in promoting the practice of physical exercise, as they facilitate communication between the physical education professional and the client.

Keywords: Physical Education Professional; Virtual environment; Digital media.

¹ Acadêmicos do Curso de Educação Física do Centro Universitário Goyazes – UniGoyazes. ²
Orientador: Prof. Dr. do Curso de Educação Física do Centro Universitário Goyazes – UniGoyazes.

7

INTRODUÇÃO

Os primeiros serviços com características de socialização virtual começaram em 1969, com a tecnologia *dial-up* e o lançamento de um serviço comercial de conexão em nível internacional. Com a Terceira Revolução Industrial em 1970, a quantidade de informações foi aumentando gradativamente. Em 1995, nasce o *The globe*, com foco voltado para a conectividade entre pessoas, permitindo que seus usuários personalizassem suas experiências on-line ao publicar conteúdos pessoais e interagissem com quem tivesse interesses em comum (FERREIRA, 2011).

No ano de 1994, a empresa Embratel iniciou seu serviço de acesso à internet em caráter experimental, no qual apenas cinco mil usuários foram escolhidos para testar a ferramenta. Pouco tempo depois, por volta de maio de 1995, a conexão à internet via Embratel começou a funcionar de modo definitivo. No entanto, o grande marco da rede aconteceu ao longo do ano de 1996. Isso ocorreu pela melhoria nos serviços prestados pela empresa Embratel, e principalmente pelo crescimento natural do mercado. Dessa forma, a internet brasileira crescia vertiginosamente, tanto em número de usuários quanto de provedores e de serviços prestados através da rede, facilitando, assim, a comunicação e as formas de trabalho no Brasil e no mundo (MULLER, 2023).

Em meados de 2015, as pessoas começaram a buscar mais os exercícios físicos como atividade diária e necessária. Em 2020, com o início e o curso da pandemia de COVID-19 que afetou o país em diversas áreas, muitas pessoas ficaram sem se exercitar, pois tiveram que praticar o distanciamento social e porque vários estabelecimentos tiveram que fechar suas portas, incluindo as academias, por esse motivo, muitos desses sujeitos tiveram suas saúdes prejudicadas. Nesse contexto, os profissionais da área da educação física tiveram que improvisar seu trabalho e criar uma forma de dar aula a distância para seus alunos. Sendo assim, logo os profissionais da área começaram a desenvolver o seu trabalho por meio de atendimentos virtuais, consultorias on-line, aulas a distância e “lives” em redes sociais,

a fim de estimular a prática de exercícios, facilitar o acesso aos seus conteúdos socialmente e, conseqüentemente, abrir caminhos para a educação física no mundo da internet (TELES; FERREIRA, 2021).

Sob essa ótica, a perspectiva de uma educação para a mídia ou mídia na Educação, entendida como contraponto educativo/formativo à cultura criada e

8

veiculada pelos meios de comunicação e tecnologias, remonta aos anos 1950 e o inicial processo de standardização propiciado pela televisão, especialmente no Reino-Unido. Segundo Bévort e Belloni (2009), a mídia na educação visa à formação de receptores e produtores/sujeitos ativos, críticos e criativos em relação à mídia e as novas tecnologias, condição para cidadania na contemporaneidade.

Diante desse cenário, verifica-se que a disponibilidade de atividades de Educação Física é muito ampla, visto que nessa área encontra-se diversas opções para se seguir carreira no mercado de trabalho, tendo em vista que o profissional da educação física tem um importante papel na vida das pessoas. Durante a Pandemia do COVID-19, esse profissional precisou se atualizar no mercado de trabalho, usando as mídias sociais para conseguir engajamento e poder exercer a sua profissão e interagir com o seu público na modalidade on-line, obedecendo ao distanciamento social que foi imposto no decorrer da pandemia. Pensando nisso, convém apontar que a qualidade de vida está amplamente ligada à Educação Física, uma vez que envolve as áreas emocional, física, bem como ambiental e a prática de exercícios físicos ajuda a controlar o estresse físico e psicológico, trazendo grandes melhorias para a vida das pessoas.

Ademais, a imagem corporal está diretamente relacionada às redes sociais, devido aos padrões de beleza, saúde e postura impostos pela sociedade. Tavares e Brasileiro (2003) concordam com esse posicionamento ao defenderem que a mídia também define modelos de beleza e padrões corporais a serem propagados dentro do comércio de padrões de beleza, imitados pela sociedade, tanto no modo de viver como no modo de ver o corpo.

Acerca do mesmo ponto, Giddens (1998) declara que os corpos são apontados como produto, analisados pela eficácia e qualidade, sendo educados, ordenados, catalogados e rotulados. Esse modelo de corpo aparece também nas redes sociais, essas que são consideradas atualmente como uma difusora desse

corpo ideal, sendo o local em que, muitas vezes, esses modelos (de ambos os sexos) são reconhecidos e atribuídos a eles o critério de corpo saudável, em forma, ou seja, o modelo de corpo ideal e satisfatório.

Diante do exposto, o presente trabalho tem como problemática a seguinte questão: Qual é a contribuição das mídias sociais e digitais para o profissional de educação física e a prática da educação física?

9

Dado isso, esta pesquisa tem como objetivo geral identificar como as mídias digitais e sociais tiveram grande crescimento e influenciaram a prática de exercícios físicos nos últimos anos, principalmente a partir da pandemia do COVID-19. Especificamente, evidenciar os achados da literatura brasileira sobre mídias digitais e sociais como ferramenta para a prática de exercícios físicos; mostrar que as mídias sociais e digitais têm um papel facilitador na comunicação entre o profissional de educação física e o cliente; levantar como profissionais de educação física usam o Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, WhatsApp como ferramenta para a divulgação da prática de exercícios físicos.

Por fim, visando alcançar os objetivos propostos, será aplicada a metodologia bibliográfica de cunho exploratório. Após a obtenção dos dados, esses serão analisados e discutidos.

METODOLOGIA

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório. Desse modo, foi realizado um levantamento bibliográfico nas bases de dados do Google Acadêmico, priorizando artigos científicos publicados na última década, com enfoques nos temas ligados ao profissional de educação física e sua atuação no ambiente virtual.

Sendo assim, a escolha dos artigos foi feita a partir da limitação de critérios de inclusão, sendo estes: publicações atemporais (devido à restrição do tema); artigos disponíveis na versão completa e na forma gratuita; publicações nos idiomas português, inglês e espanhol; artigos revisados por pares. Foram excluídos artigos duplicados e os que não tinham relevância para a pesquisa.

A busca pelos artigos aconteceu durante o mês de agosto de 2023. Foram usados os seguintes descritores: Profissional de Educação Física; Ambiente virtual; Mídias

Sociais; Mídias digitais. Na pesquisa, foram encontrados 15 artigos científicos sobre o tema, dos resultados obtidos, foram utilizados 7 artigos após a leitura completa desses. Após a definição da amostra, foram compilados os dados e analisado todo o referencial teórico para fundamentar os resultados e a discussão.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

10

Análise do conteúdo sobre a prática de exercícios físicos e o uso das mídias digitais e sociais segundo a literatura brasileira

As tecnologias digitais tornam o trabalho dos profissionais da área da saúde, como fisioterapeutas, médicos do esporte e profissionais da educação física, mais eficiente, visto que as mídias sociais ampliam o acesso desses profissionais em áreas remotas, sem um custo elevado financeiro. Outrossim, é importante considerar que programas de exercícios físicos vinculados à tecnologia produzem uma série de efeitos positivos, como a construção de um vínculo entre os praticantes. Sendo assim, as informações captadas pelas tecnologias digitais permitem a identificação de diversos padrões de comportamentos dos usuários no que se refere à prática de atividades físicas (OLIVEIRA; FRAGA, 2020). Pensando nisso, a seguir há uma linha do tempo das mídias sociais.

Figura 01: Linha do tempo das mídias sociais.



Fonte: ECDD (2023).

11

Quadro 01: Material pesquisado e selecionado nas bases de dados do Google Acadêmico, Trindade – GO, Brasil, 2023.

Autores e ano	Título	Característica	Objetivo	Resultados
BÉVORT; BELLONI (2009)	Mídia educação: conceitos, história e perspectivas	Artigo científico	Introduzir as mídias digitais e suas funcionalidades.	Apresentar as mídias sociais como mecanismo de trabalho para os profissionais de educação física.
GIDDENS (1998)	A estética da mercadoria	Artigo científico	Evidenciar as consequências da modernidade e a nova estética do mercado de trabalho.	Abordar as questões existenciais da globalização, cultural e da tradição estética na ordem social.

TAVARES; BRASILEIRO (2003)	O espelho de Narciso: o corpo belo representado por adolescentes	Artigo científico	Investigar a relação entre o uso das redes sociais a influência da mídia e a imagem corporal de acadêmicos do curso de educação física.	Evidenciar que quanto mais horas por dia as pessoas acessam as redes sociais, mais elas se apropriam da mídia como fonte de informação.
MEZZAROB; BRANDT; SONODANUNES. (2020).	Educação física e saúde em tempos de COVID-19.	Artigo científico	Mostrar como a educação física por meio de exercícios pode ajudar na recuperação de um indivíduo que foi vítima do Covid-19.	Realizar maiores estudos considerando as implicações a longo prazo do COVID-19 para desenvolver programas de atividades físicas visando a recuperação da saúde das pessoas.
TELES; FERREIRA. (2021).	Prática de atividade física na pandemia de COVID-19: reflexões a partir da revisão de literatura	Trabalho de Conclusão de Curso	Mostrar as dificuldades que a pandemia do COVID-19 trouxe para a vida das pessoas praticantes de atividade física.	Qualificar a necessidade da continuidade da prática de atividades físicas e corporais de forma segura e sustentável.
MEZRICHI (2010).	Bilionários por acaso: a criação do Facebook	Artigo científico	Contar a história de como nasceu uma das maiores redes sociais do mundo.	Mostrar e ensinar as pessoas a se motivarem pelas oportunidades que as mídias digitais proporcionam.
KRIEGER; SYSTROM (2021).	Instagram: A história não contada.	Artigo científico	Relatar a história de um jovem de 26 anos programador que criou o aplicativo do Instagram.	Mais de três anos depois da venda, o Instagram continua totalmente gratuito para os usuários e segue crescendo e angariando fotógrafos profissionais e amadores.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Para Bévort e Belloni (2009), a mídia na educação é parte essencial dos processos de socialização das novas gerações, mas não apenas, haja vista que deve

incluir também populações adultas, numa concepção de educação ao longo da vida. Nesse sentido, trata-se de um elemento essencial dos processos de produção, reprodução e transmissão da cultura, visto que as mídias fazem parte da cultura contemporânea, desempenhando papéis cada vez mais importantes, sua apropriação crítica e criativa é imprescindível para o exercício da cidadania.

Por conseguinte, a literatura demonstra que as mídias sociais e digitais contribuem imensamente para a área da saúde, especificamente para os profissionais de Educação Física, que utilizam das redes para trabalhar, orientar e aprender. Sendo assim, colaboram para uma qualidade de vida melhor. De acordo com o observado e analisado, tornou-se possível observar os benefícios das mídias digitais como ferramenta de trabalho para os profissionais de educação física.

Ferramentas digitais e o seu uso para a prática de exercícios físicos

Utilizando-se da literatura, tornou-se possível analisar o cenário de atuação dos profissionais de Educação Física diante do avanço das mídias digitais. Dessa maneira, convém apontar que o conhecimento transborda por meio dessas mídias, sendo o Instagram o maior compartilhador de conhecimento das redes sociais, visto que há a possibilidade de se discutir em tempo real, tirar dúvidas, ajudar com práticas de exercícios, entre outros. A utilização do marketing nessas mídias sociais também pode alcançar diversas pessoas, no caso as que buscam uma mudança de vida, que mantêm uma alimentação equilibrada e praticam exercícios no qual envolve todo o conhecimento da Educação Física (RESULTADOS DIGITAIS, 2023).

Com a crescente da COVID-19, no ano de 2020, ocorreu uma pandemia global. Nesse contexto, a população mundial sofreu várias consequências negativas no cotidiano, como por exemplo, abdicar de atividades diárias e se isolar da sociedade, com as medidas preventivas. Nessa via, as mídias sociais alavancaram, juntamente com o trabalho do profissional de Educação Física. Diante desse cenário, tais mídias foram utilizadas por esses profissionais como um canal para ensinar e incentivar a prática dos exercícios físicos. Consoante Mezzaroba, Brandt e Sonoda-Nunes (2020), as pessoas buscaram cuidar mais da saúde e melhorar a qualidade de vida, praticando atividades físicas e contando com ferramentas digitais que muito contribuem para tal prática, dentre elas: Youtube, Instagram, Facebook,

Youtube

Análise histórica

De acordo com Souza (2023), o YouTube foi fundado em 2005 por três ex funcionários do PayPal, que queriam criar um site para compartilhar vídeos entre amigos. O YouTube passou por várias transformações ao longo dos anos, tanto em termos de design, recursos, algoritmos, políticas e conteúdo. Um dos marcos mais importantes na história do YouTube é o lançamento dos programas de parceria, a saber: YouTube Space, YouTube Originals, YouTube Kids, YouTube Premium, YouTube Gaming, YouTube TV e YouTube Music.

Tal plataforma teve um papel importante durante a pandemia da COVID-19, visto que forneceu informações confiáveis, apoiando iniciativas sociais e culturais ao oferecer entretenimento e educação por meio de seus criadores de conteúdo (SOUZA, 2023).

Uso da ferramenta

O Youtube é uma das maiores plataformas de vídeo, contendo vídeos longos e curtos, conhecidos recentemente como *Shorts*. Dado isso, o seu nicho é bem diverso, tornando-se possível encontrar diversos temas, como: Músicas, Ciência e Filmes.

Figura 02: As principais funções do YouTube



Fonte: TECHTUDO (2020).

Análise histórica

O Instagram foi criado, em 2010, por Kevin Systrom e Mike Krieger, dois ex-alunos da Universidade de Stanford que queriam fazer um aplicativo para compartilhar fotos com filtros artísticos. Tal rede se tornou uma das redes sociais mais populares e influentes do mundo, com mais de 2 bilhões de usuários mensais e mais de 100 milhões de fotos e vídeos compartilhados por dia.

Nesse sentido, durante a pandemia da COVID-19, a notoriedade do Instagram foi facilmente percebida, uma vez que a plataforma forneceu informações confiáveis, apoiou iniciativas sociais e culturais e ofereceu entretenimento e educação (KRIEGER; SYSTROM, 2021).

Uso da ferramenta

O Instagram é uma das redes mais utilizadas pela população global, as suas ferramentas são bem variadas, sendo elas: *lives*, *stories*, publicações e vídeos curtos, conhecidos como os *reels*, que conseguem facilmente ter um alcance maior na plataforma.

Figura 03: As principais funções do Instagram



Fonte: TECHTUDO (2019).

15

Facebook

Análise histórica

Consoante Mezrichi (2010), o Facebook foi criado no dia 4 de fevereiro de 2004, por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, alunos da Universidade de Harvard. No início, a rede virtual era limitada ao corpo estudantil da Universidade de Harvard, aos poucos, porém, ela foi estendida ao Instituto de Tecnologia de Massachusetts, à Universidade de Boston, ao Boston College, incluindo também alunos de Stanford, Columbia e Yale. Nessa época, a plataforma ainda era conhecida como thefacebook.com.

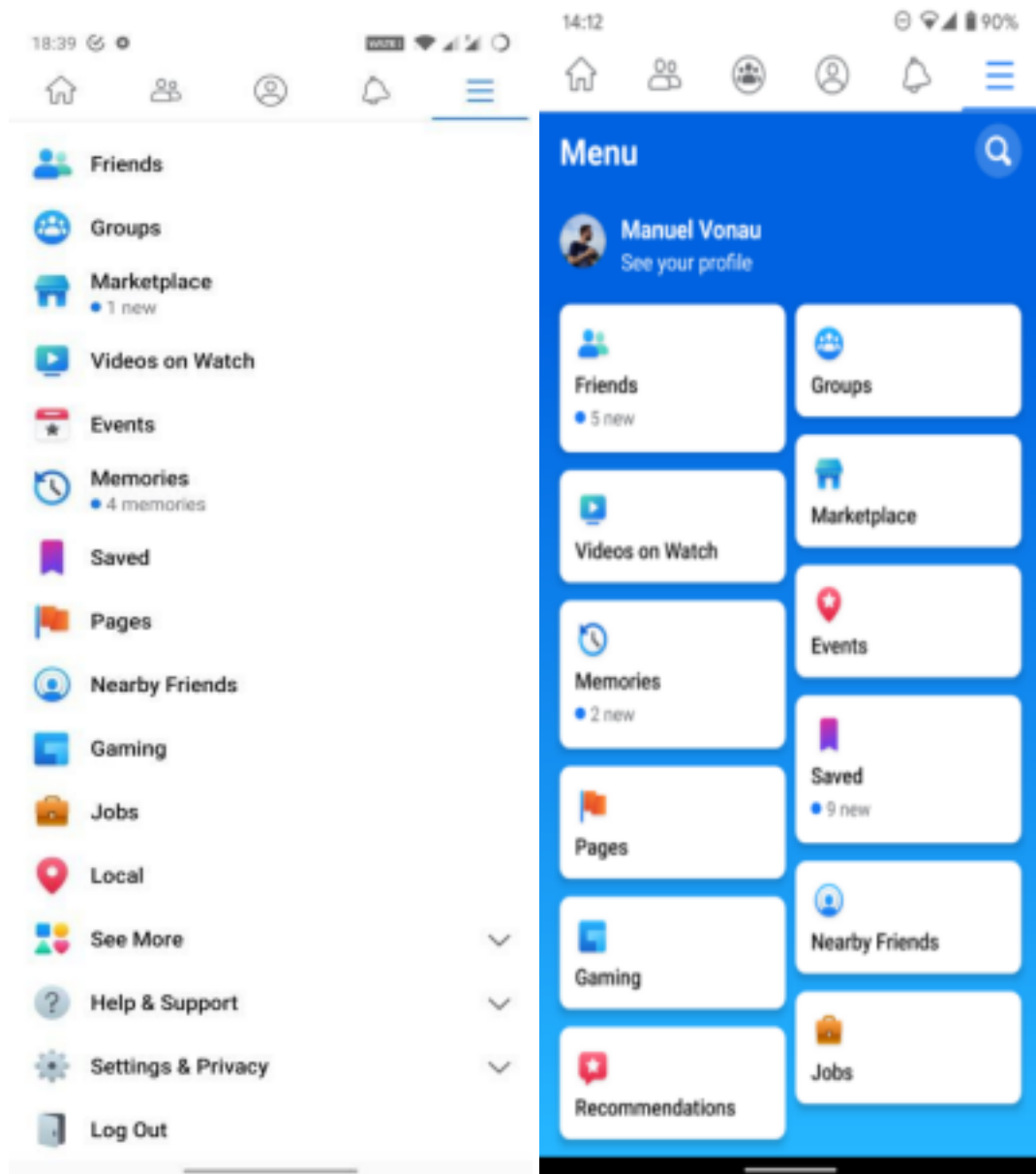
No dia 27 de fevereiro de 2006, o site permitiu que alunos do e trabalhadores de empresas também tivessem acesso à rede. Desde setembro desse ano, somente integrantes a partir de 13 anos podem se inscrever no Facebook, rede na qual todos os usuários têm a opção de se reunir em uma ou mais comunidades, como colégios, empresas ou espaços geográficos.

Diante desse cenário, atualmente o Facebook é utilizado por cerca de 500 milhões de pessoas. No que se refere aos espaços fotográficos, ele é considerado o maior de todos nos Estados Unidos, uma vez que por essa rede circulam aproximadamente 60 milhões de imagens novas toda semana (MEZRICH, 2010).

Uso da ferramenta

É uma rede social que desde o início tem o objetivo de configurar um espaço no qual as pessoas possam encontrar umas às outras, dividindo opiniões e fotografias. Desse modo, apesar de ter aberto espaço para outros públicos, a meta dessa rede social foi preservada: ela existe em função de permitir o compartilhamento de dados e imagens entre as pessoas da forma mais singela possível, propiciando, ao mesmo tempo, puro entretenimento. Nele todos podem se relacionar socialmente e há a possibilidade de conversar por chat, fazer vídeo chamadas ao vivo, fazer *lives*, postagens de vídeos, fotos, notícias e diversos outros conteúdos.

Figura 04: Menu de funções do Facebook



Fonte:

AGÊNCIA DE BOLSO (2020).

Twitter

Análise histórica

Para Silva (2022), a história do Twitter começa em março de 2006, quando foi criado por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, nos Estados Unidos. Originalmente, era um projeto paralelo decorrente da empresa Odeo, uma ferramenta de *podcasting*. A ideia de Dorsey era criar uma plataforma que permitisse compartilhar mensagens curtas a qualquer hora do dia para um grupo de pessoas, de forma similar ao envio de mensagens de textos.

Inicialmente, a plataforma foi nomeada de “twtr”, com intuito de comparar as mensagens de texto ao canto dos pássaros, a rede social era usada apenas pelas

peessoas que trabalhavam na Odeo. Seis meses depois, o nome foi alterado para Twitter. Em julho de 2006, a versão completa da rede social foi apresentada ao público e o site começou a receber cerca de 20 mil tweets por dia. Esse número saltou para 60 mil tweets diários, em 2007, após a conferência interativa South by Southwest (SXSW) em Austin, Texas. Ainda em 2007, a companhia recebeu sua primeira rodada de financiamento e levantou US\$ 5 milhões. Em seguida, a empresa foi avaliada em US\$ 20 milhões (SILVA, 2022).

Uso da ferramenta

Principal objetivo do Twitter é o compartilhamento de conteúdo e criação de comunidades. Isso é feito, na maior parte do tempo, por meio de frases, mas também existe a possibilidade de compartilhar fotos ou vídeos. Hoje em dia, a plataforma é muito usada por pessoas que desejam se manter atualizadas sobre acontecimentos do mundo. Consoante Gusmão (2022), isso ocorre porque a linha do tempo tem um formato bem dinâmico.

Sob tal ótica, os usuários do Twitter ficam interconectados ao publicar atualizações ao site, conhecidas como “Tweets”, para compartilhar, trocar e descobrir informações. Essa ferramenta consiste em mensagens de 140 ou menos caracteres e podem contar ideias e vários tipos de informação, como fotos, vídeos e links para artigos. Usuários podem acessar essas mensagens no Twitter pela Web ou por um dispositivo móvel com conexão a Internet. Uma vez que o usuário publica um Tweet, a mensagem é publicada em seu perfil e enviada para a página inicial (ou *feeds*) de usuários seguidores que se inscreveram para receber as atualizações daquele Twitter.

Ademais, há a possibilidade de navegação pelo seu *feed* para visualizar atualizações de seguidores no Twitter que podem ser desde uma observação pessoal até uma notícia jornalística. Sendo assim, os usuários podem seguir ou serem seguidores de amigos, família, colegas de trabalho, organizações, empresas e figuras públicas (LENOVO, 2023).

Figura 05: Algumas funções do Twitter.



Fonte: UOL (2012).

TikTok

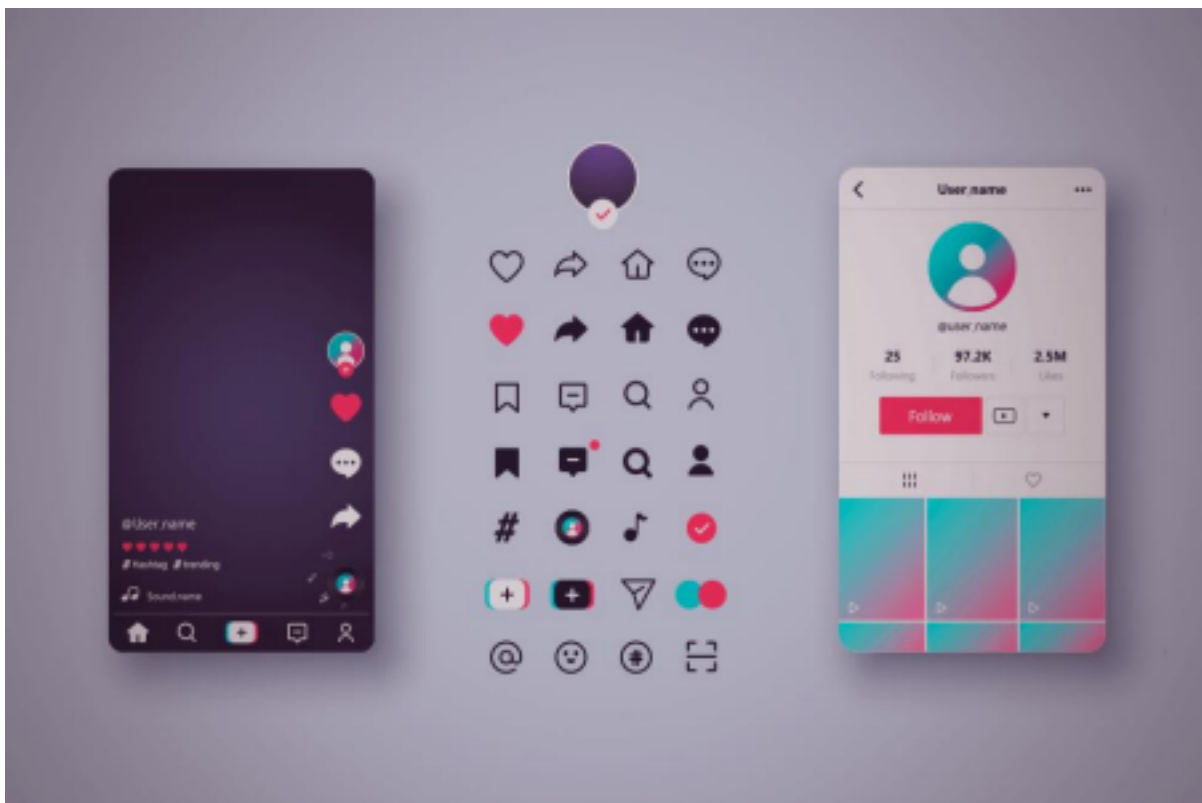
Análise histórica

Segundo Lima (2022), o TikTok surgiu em 2014, ainda com o nome Musical.ly. Desenvolvido por uma empresa chinesa, era um aplicativo para as pessoas postarem vídeos dublando músicas. Em 2017, a empresa foi comprada pela conterrânea ByteDance, que na época tinha um aplicativo parecido, chamado Douyin. Então, o Musical.ly se tornou TikTok, para ser difundido internacionalmente, enquanto Douyin continuou a circular entre os chineses.

Em 2019, o app do TikTok foi baixado 750 milhões de vezes. Essa é uma rede social jovem, para usuários com 13 anos ou mais. No que se refere ao perfil do público usuário, 66% têm menos de 30 anos. Entre os usuários ativos mensais, 60% têm entre 16 e 24 anos. Logo, são adolescentes e jovens adultos produzindo e consumindo a maior parte dos conteúdos publicados na plataforma. Essa rede social é uma rede exclusiva para vídeos e lives em um feed de geração automática e, por isso, praticamente infinito, assim, o fluxo de informações é muito grande (LIMA, 2022).

O TikTok é voltado para interações com vídeos e lives. Além disso, há o consumo de vídeos de diversos temas e assuntos específicos, podendo filtrar eles pelas hashtags e pelo tempo de tela.

Figura 06: Interface do aplicativo *Tik Tok*.



Fonte: FREEPIK (2023).

WhatsApp

Análise histórica

Conforme a Techbuzz (2023), o WhatsApp foi criado em 2009 pelo ucraniano Jan Koum. Na época do desenvolvimento, ele estava desempregado e resolveu criar um aplicativo de mensagens para se comunicar com os amigos e sua criação foi um sucesso. Cinco anos após, ele vendeu sua ideia por 22 bilhões. Posteriormente, em 2009, Koum começou a desenvolver um aplicativo para o novo Iphone e assim ele começou a difundir o aplicativo em todo mundo.

O primeiro investimento que Jan conseguiu foi US\$ 250 mil dólares. Em 2014 ele decidiu vender o aplicativo. O investimento gerou em torno de US\$ 7 bilhões.

Hoje o WhatsApp foi vendido para o Facebook e mantém um número enorme de usuários e mensagens repassadas por dia, sendo ele uma rede que não possui publicidades.

(TECHBUZZ, 2023).

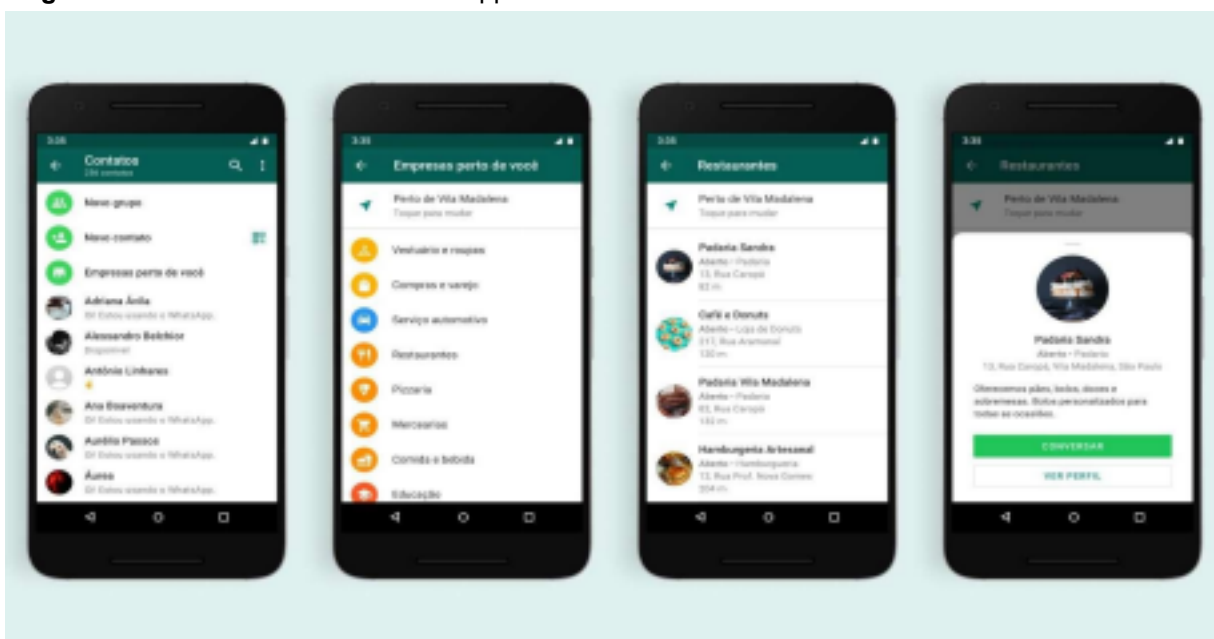
20

Uso da ferramenta

O WhatsApp é um aplicativo que funciona como um serviço de mensagens instantâneas conectado à internet, disponível em multiplataformas. Diante disso, a possibilidade de compartilhar mensagens, fotos e até fazer chamadas de forma gratuita e ilimitada fez sua popularidade explodir desde que foi criado (VOLPATO, 2023).

Essa ferramenta é fácil de usar, com configuração simples a partir do número do seu telefone. Como funciona independentemente das configurações de cada dispositivo, você não precisa ter a mesma marca de aparelho do destinatário das mensagens ou estar em uma plataforma específica: o aplicativo funciona com telefones iPhone, Android e computadores desktop (VOLPATO, 2023).

Figura 07: Funcionalidades de Whatsapp.



Fonte: ISTOE (2023).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo pretendeu identificar como as mídias digitais e sociais tiveram grande crescimento e influenciaram a prática de exercícios físicos nos últimos anos, principalmente a partir da pandemia do COVID-19. Considerando o que foi exposto, pode-se concluir que tanto o objetivo geral quanto os objetivos específicos

21

foram alcançados, uma vez que se tornou possível, por meio da revisão bibliográfica, verificar que as mídias digitais e sociais têm grande importância na promoção da prática de exercícios físicos, pois facilitam a comunicação entre o profissional de educação física e o cliente.

Diante disso, através da análise da literatura, foi possível responder à problemática da pesquisa e afirmar que as mídias sociais e digitais contribuem muito para a atuação do profissional de educação física e para a prática da educação física. Isso porque as suas grandes difusões e dinamicidades, principalmente no período pandêmico, colaboram para que os conteúdos interativos, como aqueles que ensinam e incentivam as atividades físicas, sejam difundidos entre milhões de usuários.

Dessa forma, salienta-se que com a Era digital, os cursos e meios para ensinar ficaram mais práticos e didáticos. No mundo hodierno, a tecnologia tem crescido bastante, nesse sentido, a utilização de redes sociais, sites e das diversas formas de comunicação digital para divulgar os métodos de trabalho profissional da educação física, aumentou bastante durante e no pós-pandemia da COVID-19. Esse cenário

gerou um crescimento muito grande sobre o que não se sabia sobre a Educação Física.

Sob tal perspectiva, a partir desse momento, as mídias digitais e sociais têm auxiliado enormemente no conhecimento, na comunicação, no aprendizado, no acompanhamento e no profissionalismo. Isso faz com que chame a atenção ao público para esse tipo de conteúdo, visto que ele é responsável por trazer informações sobre a saúde do corpo e seus desdobramentos, como, por exemplo, melhorar também a saúde mental e física.

Por fim, é esperado que essa pesquisa contribua para os demais estudos

acerca da temática, entendendo que é um tema imprescindível para um trabalho de excelência entre os profissionais de educação física. Sendo assim, a expectativa é que as pesquisas futuras sejam aprofundadas, principalmente em relação ao período pandêmico e uso de tecnologias, temática ainda muito atual e que deve ser explorada.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE BOLSO. **Menu de funções do Facebook recebe atualização**. 2020. Disponível em: <https://agenciadebolso.com/noticias/menu-de-funcoes-do-facebook-recebe-atualizacao-bem-azul/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. *Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas*.

22

Educ. Soc., Campinas, vol. 30, n. 109, p.1081-1102, set./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>>. Acesso em: 25 jan. 2023.

ECDD - Escola de Comunicação e Design Digital. **A área de mídias sociais: saiba o que é, a história e o mercado de trabalho**. 2023. Disponível em: <https://ecdd.blog/guia-a-area-de-midias-sociais/>. Acesso em: 27 jan. 2023.

FERREIRA, G. C. *Redes Sociais de Informação: uma história e um estudo de caso. Perspectivas em Ciência da Informação*, v.16, n.3, p.208-231, jul./set. 2011.

FREEPIK. **Interface do usuário do Tiktok**. 2023. Disponível em: https://br.freepik.com/vetores-premium/interface-do-usuario-do-tik-tok-e-conjunto-de-icone-do-tiktok-interface-de-tela-de-layout-do-tik-tok-application-media-modelo-simbolos-da-web-aplicativo-de-interface-do-usuario-blogging-conceito-de-midia-social-tik-tok_8449197.htm. Acesso em: 20 nov. 2023.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade** / Anthony Giddens; tradução, Plínio Dentzien. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GUSMÃO, A. **Afinal, para que serve o Twitter? Descubra agora como usar essa rede social**. rockcontent, 2022. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/para-que-serve-o-twitter/#:~:text=sociais%20do%20momento.-,Para%20o%20que%20Serve%20o%20Twitter%3F,de%20compartilhar%20fotos%20ou%20v%C3%ADdeos>. Acesso em: 27 jan. 2023.

ISTOE. **5 funções do WhatsApp business para alavancar seu negócio**. 2023. Disponível em: <https://istoe.com.br/semana-do-empendedor-5-funcoes-do-whatsapp-business-para-alavancar-seu-negocio/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

KRIEGER, M.; SYSTROM, K. **Instagram: a história não contada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

LENOVO. **O que é o Twitter?** 2023. Disponível em:

<https://www.lenovo.com/br/pt/faqs/pc-faqs/que-e-twitter/> Acesso em: 27 jan. 2023.

LIMA, B.I.D. **A história do TikTok**. Oficina da Net. 2020. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/historiasdigitais/29943-a-historia-do-tiktok?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=pt-BR&safesearch=moderate>. Acesso em: 27 jan. 2023.

MEZRICHI, B. **Bilionários por acaso**: a criação do Facebook. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

MEZZAROBIA, C., BRANDT, R., SONODA-NUNES, R. Educação física e saúde em tempos de COVID-19. **Observatório socioeconômico da COVID-19**. Universidade Federal de Santa Maria. 2020.

MULLER, N. **O começo da internet no Brasil**. Oficina da Net. 2023. Disponível em: https://www.oficinadanet.com.br/artigo/904/o_comeco_da_internet_no_brasil. Acesso em: 27 jan. 2023.

23

OLIVEIRA, B. N.; FRAGA, A. B. Uso das tecnologias digitais para a prática de exercícios físicos: uma revisão integrativa. **Conexões: Educ. Fís., Esporte e Saúde**, Campinas: SP, v. 18, p.1-19, 2020.

RESULTADOS DIGITAIS. **Marketing nas redes sociais**: um guia completo para obter os melhores resultados em cada uma delas. 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/marketing-redes-sociais/>. Acesso em: 23 ago. 2023.

SILVA, R. M. C. **Paixão sem fronteiras**: o papel do Twitter na dinâmica de interação online dos torcedores brasileiros de times ingleses. 2022. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/48616/1/PaixaoSemFronteiras_Silva_2022.pdf. Acesso em: 25 ago. 2023.

SOUZA, M. **YouTube**. In: Brasil Escola. 2023. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/youtube.htm>. Acesso em: 22 out. 2023.

TAVARES, L.B.; BRASILEIRO, M. C. E. O espelho de Narciso: o corpo belo representado por adolescentes. In: **Anais da III Jornada Internacional e I Conferência Brasileira Sobre Representações Sociais**, Textos completos, Rio de Janeiro, 2003.

TECHBUZZ. **A Transformação de Brian Acton**: Co-Fundador do WhatsApp e a Revolução nas Mensagens. Disponível em: <https://techbuzz.com.br/a-transformacao-de-brian-acton-co-fundador-do-whatsapp-e-a-revolucao-nas-mensagens/>. Acesso em: 23 ago. 2023.

TECHTUDO. **Dez funções do Instagram que poucas pessoas conhecem**. 2019. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/google/amp/listas/2020/01/dez-funcoes-do-instagram-que-poucas-pessoas-conhecem.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2023.

TECHTUDO. **5 funções do Youtube que você não está usando, mas deveria.** 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/google/amp/listas/2022/05/5-funcoes-uteis-do-app-do-youtube-que-voce-nao-esta-usando-mas-deveria.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2023.

TELES, D. L. S.; FERREIRA, L. X. **Prática de atividade física na pandemia de COVID-19:** reflexões a partir da revisão de literatura. (Trabalho de Conclusão de Curso). Faculdade de Educação Física, Universidade de Brasília. Brasília. 2021.

UOL. Escola Brasil. **YouTube.** 2023. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/youtube.htm>. Acesso em: 23 ago. 2023.

VOLPATO, B. **Tudo sobre Marketing: o que é, evolução, principais canais e tipos mais importantes.** Resultados Digitais. 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/marketing/>. Acesso em: 22 out. 2023.