



# **A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO SOBRE EDUCAÇÃO FÍSICA E SAÚDE NO *YOUTUBE*.<sup>1</sup>**

*THE PRODUCTION OF CONTENT ABOUT PHYSICAL  
EDUCATION AND HEALTH IN YOUTUBE*

*LA PRODUCCIÓN DEL CONTENIDO EDUCACIÓN FÍSICA Y  
SALUD EN EL YOUTUBE*

Yuri Rabelo Freitas da Silva<sup>2</sup>

Angela Rodrigues Luiz<sup>3</sup>

*PALAVRAS-CHAVE: Profissional de Educação Física; Fitness; YouTube.*

## **INTRODUÇÃO**

O acesso à internet possibilitou a experiência de se comunicar com quem está do outro lado da tela. Muitos conteúdos alcançam os diversos interesses das pessoas, dentre os quais destacamos a ação de compartilhar vídeos sobre culinária, esporte, música, jornalismo, atividade física, moda, maquiagem, dentre outros. Os vídeos da internet ficam à disposição para o livre acesso nas redes sociais, nos dispositivos móveis, nas plataformas virtuais.

O dinamismo da internet desenvolveu um ciberespaço para o consumo cultural, com uma democracia ao alcance de qualquer usuário: o *YouTube*. (RENÓ, 2007) Segundo algumas informações contidas no próprio site mais de um bilhões de usuários visitam o *YouTube* todos os meses e mais de seis bilhões de horas são assistidas a cada mês nos diversos canais.

Sobre a diversidade dos conteúdos Motta *et al* (2014) comenta que

Apareceu a internet, a máquina de inovação que, entre tantas outras coisas, também publica. Muito, tudo e de todo mundo. Nem todo mundo, claro, tem alguma coisa relevante a dizer para todo o resto do mundo, no sentido de indústria jornalística [...] mas todo mundo tem alguma coisa a dizer para algum público, nem que seja sua família e amigos (MEIRE, 2011 apud MOTTA *et al*, 2014).

Entre os conteúdos disponíveis no *YouTube* é possível identificar relatos e

1 O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

2 Universidade Federal de Goiás/Regional Jataí (UFG/REJ), yuri-rabelo@hotmail.com

3 Universidade Federal de Goiás/Regional Jataí (UFG/REJ), angela\_rodriguesluiz@yahoo.com.br

sugestões de pessoas que modificaram sua rotina e sua silhueta corporal, postando conteúdo dentro de uma categoria denominada *fitness*. O conteúdo desta categoria apresenta relação direta com as práticas corporais supervisionadas por professores e profissionais de Educação Física, tanto no âmbito das academias de ginástica quanto das atividades promovidas nos serviços de saúde pública.

Diante do alcance de comunicação e mídia estimado pelo *YouTube*, através do número de visualizações e seguidores, instiga-nos conhecer o perfil dos *Youtubers* e sua relação com o campo de saberes e práticas da Educação Física. Tendo em vista que esta é uma área de formação que exige formação universitária e, para alguns campos de atuação, o registro no conselho federal específico.

Considerando este investimento na formação inicial de um profissional de Educação Física e o compromisso com o ensino, orientação e acompanhamento das práticas corporais, este trabalho representa uma forma de análise sobre a valorização e competência do profissional de Educação Física, em comparação à massificação de informações sobre rotina de exercícios contidas no *YouTube*.

Neste contexto, este trabalho apresentará dados preliminares de uma pesquisa que tem por objetivo identificar o perfil dos *Youtubers* brasileiros que produzem conteúdo sobre Fitness, Educação Física, Atividade Física e Saúde.

## METODOLOGIA

A fenomenologia (MERLEAU-PONTY, 1971) é tomada como referência teórico-metodológica para o estudo desta temática. Os dados são descritos e analisados de modo quantitativo e qualitativo a fim de constituir um perfil, que considera dados sobre seu perfil socioeconômico, com ênfase na formação acadêmica e atuação profissional, buscando relação entre às áreas de Educação Física e Saúde.

Os dados descrevem o perfil (idade, sexo, nível de escolaridade) dos *Youtubers* que produzem conteúdos Fitness, Educação Física, Atividade Física e Saúde; se são formados, ou assessorados por algum profissional de Educação Física e, por fim, categorizam os conteúdos dos vídeos oferecidos nos canais pesquisados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A possibilidade de livre acesso e fácil procura, facilita ainda mais ao internauta realizar buscas que auxiliem na satisfação de algum fator pessoal. Identificamos um aumento considerável na quantidade de vídeos que são postados nas redes sociais referente a conteúdos de atividade física, exercício, principalmente no *YouTube*. Os *Youtubers*, vinculados ao conteúdo *fitness*, postam vídeos com dicas de saúde, prática de atividades físicas, rotinas de treinos, dietas.

## REFERÊNCIAS

- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1971.
- MOTTA, B.S M, *et al.* A influência de *Youtubers* no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**, v.17, n.3. Brasília: 2014.
- RENÓ, Denis. *YouTube*, o mediador da cultura popular no ciberespaço. **Revista Latina de Comunicação Social**, 2007.