

CAMPANHA ABRIL VERDE DE COMBATE AO SEDENTARISMO NO *INSTAGRAM*® EM 2023: NARRATIVAS MORALISTAS E CONTROVERSAS NA COMUNICAÇÃO EM SAÚDE

GREEN APRIL CAMPAIGN AGAINST SEDENTARY BEHAVIOR ON INSTAGRAM® IN 2023: MORALIZING AND CONTROVERSIAL NARRATIVES IN HEALTH COMMUNICATION 

CAMPAÑA ABRIL VERDE DE COMBATE AL SEDENTARISMO EN INSTAGRAM® EN 2023: NARRATIVAS MORALISTAS Y CONTROVERTIDAS EN LA COMUNICACIÓN SANITARIA 

 <https://doi.org/10.22456/1982-8918.147528>

 **Ana Carolina Castro Domingues*** <anacastrodomingues@hotmail.com>

 **Alexandre Palma**** <palma_alexandre@yahoo.com.br>

 **José Augusto Dalmonte Malacarne**** <ze_malacarne@hotmail.com>

* Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, Brasil.

** Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Resumo: Teve-se como objetivo analisar as narrativas sobre sedentarismo e exercício físico presentes na campanha “Abril Verde”, promovida pelo Conselho Federal de Educação Física do Brasil em 2023 no *Instagram*®. Com abordagem netnográfica, selecionou-se 17 postagens, discutindo-se as mais curtidas e comentadas pelos seguidores. Identificaram-se discursos medicalizantes e moralistas, com apresentação de dados epidemiológicos sem referências e ausência de menção às políticas públicas do tema. A comunicação parece desconsiderar as desigualdades sociais, reforçando perspectivas neoliberais de responsabilização do indivíduo. Neste sentido, torna-se necessário promover abordagens mais sensíveis aos marcadores sociais para ampliar as discussões e possibilidades de acesso às atividades físicas e práticas corporais.

Palavras-chave: Comportamento sedentário. Exercício físico. Saúde. Análise de rede social.

Recebido em: 16 mai. 2025
Aprovado em: 22 set. 2025
Publicado em: 18 dez. 2025



Este é um artigo publicado sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

1 INTRODUÇÃO

A campanha “Abril Verde”, promovida pelo Conselho Federal de Educação Física (Confef), desde 2022, tem como objetivo combater o sedentarismo através da promoção da prática de atividades físicas, reiterando sua supervisão pelos profissionais de Educação Física (Confef, 2022). Os conteúdos veiculados defendem a atividade física como principal meio de intervenção e prevenção às doenças crônicas não transmissíveis, como as doenças cardiovasculares, alguns tipos de câncer e o diabetes mellitus tipo II (WHO, 2022).

Como estratégia para a promoção e comunicação da campanha com o seu público, composto principalmente por professores/profissionais de educação física, o Conselho tem recorrido às mídias digitais para a divulgação dos conteúdos. A principal delas é o *Instagram*®, uma das redes sociais mais acessadas no Brasil, com cerca de 113 milhões de usuários em 2023 (Volpato, 2023). Dados referentes ao dia 28 de novembro de 2023, mostram cerca de 105 mil seguidores no perfil do Confef, nesta rede.

Embora o sedentarismo seja compreendido como o oposto à movimentação corporal, percebe-se dificuldade consensual sobre seu conceito (Palma; Vilaça, 2010). Deste modo, retoma-se à noção de atividade física, definida como “qualquer movimento corporal produzido por músculos esqueléticos que resulta em gasto de energia” (Caspersen; Powell; Christenson, 1985, p. 126). Essas, podem ser realizadas em quatro categorias/domínios principais: deslocamento, ocupacionais, domésticas e de lazer (Piggin, 2020; Palma; Paiva; Araújo, 2022). Este conceito, hegemônico, é amplamente aceito pelos pesquisadores do campo da Educação Física e das Ciências do Esporte, bem como, pelos órgãos que incentivam sua prática. Contudo, trabalhos mais recentes criticam o fato desta perspectiva privilegiar marcadores biológicos e, portanto, ser insuficiente para caracterizar as atividades físicas em sua plenitude (Piggin, 2020; Palma; Paiva; Araújo, 2022).

No Brasil, anteriormente a Piggin (2020), a noção de “práticas corporais”, entendida como expressões individuais ou coletivas do movimento corporal, decorrentes de conhecimentos e experiências em torno do jogo, da dança, do esporte, da luta, da ginástica, construídas de forma sistemática (na escola) ou de não sistemática (tempo livre/lazer), ancoradas no território e na inclusão das pessoas, já tensionava os ditames hegemônicos (Carvalho, 2006; Brasil, 2013).

Em oposição às atividades físicas, o sedentarismo tem sido definido como níveis irregulares na prática de atividade física, sendo estimado que as pessoas fisicamente inativas possuem um risco de 20% a 30% maior de desenvolver doenças crônicas, que podem ser fatais quando comparadas àquelas fisicamente ativas (WHO, 2020). Assim, as pessoas são consideradas insuficientemente ativas quando não cumprem e/ou atingem os diferentes níveis (minutos, intensidade e duração) recomendados para suas idades e condições (crianças, adolescentes, adultos, idosos, gestantes etc.) (WHO, 2020). Nesta mesma linha, o comportamento sedentário é caracterizado

como o ato de estar acordado gastando pouca energia, como ficar sentado, deitado ou reclinado (Brasil, 2021).

Na intenção de mudar os indicadores atuais, de altos índices de inatividade física na população, setores e organizações, em todo planeta, têm lançado campanhas e diretrizes que estabelecem estratégias para que as pessoas realizem mais movimentos, na defesa do comportamento sedentário como fator de risco à saúde (Brasil, 2021; WHO, 2022).

Por outro lado, observam-se, nessas campanhas e em seus discursos, poucas reflexões sobre como alguns fatores coletivos, especialmente da determinação social do processo saúde-doença, podem influenciar para que diferentes grupos e populações sejam/estejam vulneráveis ao comportamento sedentário (Palma; Vilaça, 2010; Ferreira; Castiel, 2012; Garbois; Sodré; Dalbello-Araujo, 2017; Abib; Gomes; Galak, 2020).

Analisar as campanhas de incentivo à promoção do exercício físico, no contexto digital, torna-se importante, uma vez que as redes sociais têm difundido conhecimentos que alcançam um quantitativo expressivo de pessoas (Nunes; Knuth, 2023). Além disso, a internet é um campo de contínuas disputas de narrativas que podem refletir interesses políticos e sociais (Nunes; Knuth, 2023). Por isso, enxerga-se a necessidade de olhar para essas produções, especialmente no que diz respeito ao exercício físico, do Conselho Federal responsável pela categoria dos profissionais da Educação Física no Brasil.

Diante do exposto, o objetivo deste estudo foi analisar as narrativas sobre sedentarismo e exercício físico, presentes na campanha “Abril Verde” de combate ao sedentarismo, promovida pelo Conselho Federal de Educação Física e divulgada na rede social ® no ano de 2023, bem como, a interação dos seguidores do perfil com as principais postagens que formaram a campanha.

2 METODOLOGIA

2.1 ABORDAGEM E CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

Esta pesquisa é de abordagem qualitativa e de cunho exploratório e descritivo, com discussões ancoradas nas Ciências Humanas e Sociais. Deste modo, buscou-se o entendimento da realidade humana, através das vivências e experiências sociais, fornecendo respostas para questões com diferentes significados (Minayo, 2014).

2.2 TÉCNICA PARA A COLETA DE DADOS

Apropriou-se da *Netnografia* Observacional Passiva como meio para inserção e coleta dos dados (Kozinets, 2014). Este é um método de pesquisa utilizado para investigar informações disseminadas nas mídias e culturas digitais. A adesão às redes sociais tem seguido um caminho crescente nas relações sociais contemporâneas, consistindo em um espaço em que as pessoas se inserem cultural e socialmente

na busca de conhecimento, onde, consequentemente, podem influenciar e ser influenciadas (Kozinets, 2014). Além disso, percebe-se a *netnografia* como meio que utiliza ferramentas que codificam os gostos e interesses das pessoas, investigando as relações sociais que ocorrem *online* (Kozinets, 2014). Neste processo, realizou-se a netnografia observacional passiva, verificando, coletando e analisando as informações conforme o objetivo do trabalho. Segundo Kozinets (2014, p. 75), é, neste processo, “que os dados interativos e conversacionais das comunidades online poderiam ser tratados como dados qualitativos a terem seu “conteúdo analisado”. Não se trata de uma análise de conteúdo clássica, com categorias pré-definidas, mas de uma leitura interpretativa das narrativas e sentidos manifestados no engajamento das postagens e comentários.

2.3 A CAMPANHA ABRIL VERDE

A campanha “Abril Verde” foi lançada pelo Confef em 2022, no mês de abril, como mês de combate ao sedentarismo. A escolha do mês (abril), e sua cor (verde), seguiu o padrão de movimentos que vêm sendo utilizados em outras áreas da saúde, como o “outubro rosa”, o “novembro azul” e o “setembro amarelo”, etc.

Nesse sentido, o objetivo da campanha, de acordo com o presidente do Conselho, Cláudio Boschi, é “mostrar para a sociedade que estar parado não pode ser considerado normal”, assim como “divulgar amplamente os prejuízos causados pelo sedentarismo e, consequentemente, reforçar a importância da atividade física para manutenção da saúde” (Confef, 2022).

A divulgação da campanha ocorre na conta oficial do *Instagram*® do Conselho. No mês anterior à campanha (março), começa a movimentação de anúncio e, ao entrar em abril, ocorre seu início. Neste estudo, ainda que o foco da análise tenha sido a campanha de 2023, para melhor compreensão de sua realização, foi apresentada uma breve contextualização de suas chamadas de lançamentos, no endereço eletrônico do Conselho, nos anos de 2022 (primeira edição), e 2023, ano principal desta análise.

2.4 CONTEXTUALIZANDO O *INSTAGRAM*®

No ano de 2023, o *Instagram*® foi a terceira rede social mais usada pelos brasileiros, possuindo cerca de 113 milhões de usuários (Volpato, 2023). Lançado em 2010, é, atualmente, a quarta rede social mais popular no mundo, com mais de dois bilhões de usuários (Statista, 2023). O *Instagram*® tem em sua composição um perfil que se encontram informações básicas, quantidade de seguidores e publicações realizadas; uma *timeline* ou *feed*, em que se visualizam as publicações dos seguidores; uma seção explorar, em que a pesquisa aparece em forma de mosaico com as publicações mais populares; outras seções com as atividades realizadas em registros, *stories* – publicações de curta disponibilidade –, *direct*, seção de troca de mensagens privadas entre os usuários.

2.5 ELEGIBILIDADE E ANÁLISE DOS DADOS

As postagens realizadas na campanha “Abril Verde” foram coletadas e tabuladas em uma planilha do programa *Microsoft Excel 2021*, com os seguintes dados: data; tema; tipo de mídia; texto que acompanha; *link*; *hashtag*; *transcrição* da legenda e áudio veiculado nas imagens e vídeos; número de curtidas, visualizações e comentários. Dezesete publicações formaram o *corpus* de análise da campanha no ano de 2023, e foram identificadas como P1 (postagem 1), P2 (postagem 2) e assim por diante, até a P17.

Realizou-se a análise de indicadores de engajamento (Pinto, 2019), da campanha no *Instagram*®, especialmente as cinco postagens mais curtidas e comentadas, bem como, as narrativas e significados presentes nelas. A partir de Kozinets (2014), compreende-se que os ambientes digitais possuem dinâmicas culturais específicas, em que as pessoas se relacionam, expressam-se e interagem segundo seus valores, crenças e anseios. Entende-se que o engajamento nas postagens (curtidas, comentários, compartilhamento etc.) pode representar satisfações, aproximações, convergências e divergências entre os usuários, bem como com as dinâmicas próprias da rede social. Assim, buscou-se, dentro da campanha, analisar aquelas que tiveram maior interação dos seguidores, bem como elas ocorreram.

Os principais comentários das postagens foram expostos em C1 (comentário 1), C2 (comentário 2), e assim sucessivamente. Vale destacar que eles foram extraídos na íntegra, logo, da forma como os seguidores escreveram. Além disso, o quantitativo de curtidas e comentários, ao longo do tempo, pode sofrer alterações, uma vez que as publicações ficam disponíveis para acesso e interação.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 NOTAS SOBRE OS LANÇAMENTOS E CHAMADAS PARA A CAMPANHA ABRIL VERDE

Na chamada para o lançamento da campanha, em 2022, de acordo com nota emitida no endereço eletrônico do Conselho, ao ser feita menção ao sedentarismo, tem-se:

Para combater esse problema de saúde pública, o Confef inaugurou, este ano, a Campanha Abril Verde: Mês de Combate ao Sedentarismo. Tendo como mascote o bicho preguiça, a iniciativa adotou um tom bem-humorado, e trouxe à tona um tema tão intrigante quanto necessário. A mensagem é divertida e dá o recado: “Até o bicho preguiça vai se exercitar. E você?”. (Confef, 2022, p. 1)

Nesta mesma nota, apresenta-se “*doença que causa muitas outras, o sedentarismo aumentou durante a pandemia*”. Para dar suporte ao discurso produzido, é citado um projeto da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), em que, segundo eles, 62% dos brasileiros deixaram de fazer qualquer exercício físico durante a pandemia.

Além disso, o texto cita a Organização Mundial da Saúde, ao reforçar que, no mundo, de 4 a 5 milhões de mortes decorrentes do sedentarismo poderiam ser evitadas se a população fosse mais ativa fisicamente (Confef, 2022).

Ademais, a justificativa da campanha se ancora em um estudo da Universidade Federal Fluminense (UFF), de que a inatividade física, no Brasil, gera gastos de até 300 milhões de reais ao Sistema Único de Saúde (SUS), somente por internações. Para finalizar a ideia, há a afirmativa “*por si só, o sedentarismo é uma doença, de acordo com o CID 10 Z72.3*”. Para fechar, afirma que “*isso tudo pode ser evitado, caso o indivíduo inclua em sua rotina um hábito simples: a OMS recomenda de 150 a 300 minutos de atividade física [...]*”. “*Viu, não é preciso muito para sair do sedentarismo*” (Confef, 2022).

Importante destacar que, tanto no *site*, quanto no *Portable Document Format* (PDF) disponibilizado, não há, em nenhum momento, as referências epidemiológicas citadas no texto. Logo, parece que as informações não possuem fontes e, deste modo, podem ser inverídicas. Além disso, percebe-se a gravidade de citar instituições públicas, como a Fiocruz e a UFF, para embasar informações tendenciosas sobre o tema. Ademais, ao considerar a Classificação Internacional de Doenças (CID) para determinar o sedentarismo como doença, o Confef parece fazer uma leitura equivocada do manual, uma vez que o comportamento é colocado como “fator de risco” para algumas doenças e não como condição patológica propriamente dita.

Parece, ainda, de certo modo perverso, a crítica do aumento do percentual de sedentarismo durante a pandemia, momento em que a população mundial vivenciou a maior crise de saúde pública dos últimos tempos e, em muitos casos, o isolamento social se fez necessário. Mas, o próprio Confef, no *Instagram*®, não divulgou medidas sanitárias coerentes contra a Covid-19. Inclusive, defendendo a reabertura precoce das academias de ginásticas, sem o incentivo ao uso de máscaras de proteção (Malacarne et al., 2021).

Em 2023, no lançamento da campanha, pelo segundo ano, o mesmo ocorreu (citação de dados sem referências para comprovar os dados). Com informações provenientes da Organização Mundial da Saúde, de que até o ano de 2030 surgirão cerca de 500 milhões de doenças evitáveis (provocadas pela inatividade física, tabagismo, má alimentação e excesso de álcool). No Brasil, relatam, baseados no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que 40,3% dos adultos são sedentários (Confef, 2023).

O uso de referências é essencial para a confiabilidade das informações apresentadas em um texto, permitindo que as pessoas tenham acesso às fontes que foram citadas (Ferrari, 2020). Neste caso, parece que as postagens, textos e discursos redigidos acabam promovendo um processo de disseminação tendenciosa dos dados. É comum, também, em contextos de informações tendenciosas e/ou falsas, o uso expressivo de termos e/ou palavras chamando a atenção em caixa alta, com informações que podem causar um impacto emocional nas pessoas, ou,

ainda, como estratégia, são colocadas informações verídicas, de forma superficial e/ou mescladas com falsas, para trazer credibilidade ao conteúdo (Ferrari, 2020).

Assim, nos parece, em certos aspectos, que algumas informações propostas pela Campanha podem ser inconsistentes. Isto, pois, uma das principais características de notícias ou matérias que seguem a premissa da desinformação é a não utilização de referências completas ou disposição do *link* de onde elas foram retiradas (Ferrari, 2020). Importante pensar que, embora em alguns modelos textuais da comunicação não seja comum o uso de referências, neste caso, trata-se de um conselho profissional, com seguidores compostos, em sua maioria, por profissionais da área, que podem se interessar pela leitura/aprofundamento/estudo das informações apresentadas.

Nestas chamadas, é incômodo perceber a reincidência de dados epidemiológicos, sem aprofundamentos/notas de como a estrutura social e política afetam esse panorama (Palma; Vilaça, 2010). Neste contexto, o Confef parece incentivar a atividade física estritamente pelo viés do gasto energético, perspectiva atualmente tensionada (Brasil, 2013; Piggin, 2020). Quando isso ocorre, reflexões elementares sobre os domínios da atividade física e seus desfechos para a saúde são desconsiderados (Cruz *et al.*, 2022). Dados referentes à Pesquisa Nacional de Saúde de 2019, com uma amostra de quase 90 mil pessoas, sugerem, por exemplo, que pessoas com jornadas de trabalho longas, do sexo feminino, de cor de pele preta e com menor renda *per capita* têm menores chances de engajamento de atividade física no lazer (Cruz *et al.*, 2022).

Além disso, um fato de grande repercussão da campanha, diz respeito à utilização do bicho preguiça (*Bradypus variegatus*), como mascote. Como justificativa, é explicado: “Apesar da sua fama, a nossa mascote é uma excelente nadadora e só é mais lenta que os demais mamíferos devido a sua baixa atividade metabólica” (Confef, 2023). A preguiça, portanto, parece ser uma das principais representações que a sociedade tem quando se trata do tema, pois “o sedentarismo é atrelado à preguiça, à falta de vontade para caminhar, a ficar em casa, a não trabalhar” (Fraga, 2009, p. 30). Há, portanto, uma ideia vinculada de que o indivíduo é o responsável pela decisão de realizar ou não o exercício físico e, quando não o faz, é preguiçoso, irresponsável, culpado por sua “má conduta” (Fraga, 2009; Bagrichevsky; Estevão, 2012).

O sedentarismo tem sido atrelado a formas pejorativas de apontar os comportamentos considerados inadequados, como se pudesse sofrer alteração por “boa vontade” do indivíduo. Aliás, há uma quantidade exacerbada de recomendações para que as pessoas adotem comportamentos considerados mais positivos à saúde, logo, não as cumprir, segue uma premissa de que estão realizando escolhas individuais danosas (Fraga, 2009). Essa retórica vem sendo observada desde a década de 1990 (Bagrichevsky; Estevão, 2012).

3.2 A CAMPANHA ABRIL VERDE NO ANO DE 2023

A primeira postagem (P1) direcionada à campanha foi realizada no dia 20 de março de 2023, anunciando seu lançamento, com o bicho preguiça no destaque de fundo, acompanhado da seguinte legenda:

Está chegando o Abril Verde, mês de combate ao sedentarismo. A campanha, promovida pelo Confef, tem o intuito de chamar atenção para esse problema tão individual quanto público, que traz prejuízos para a saúde de cada cidadão, mas também para a sociedade e a economia #abrilverde (Confef, 2023, P1).

A partir do Quadro 1, têm-se os dados gerais da campanha de 2023, incluindo o link para acesso às postagens.

Quadro 1 - Postagens que fizeram parte da Campanha Abril Verde no ano de 2023

Data/ Código	Tema Geral	Mídia	Curtidas/ Comentários	Link para acesso
P1 20/03	Lançamento da campanha	Vídeo	1.504 / 74	https://www.instagram.com/p/CqAyJt1uBMd/
P2 01/04	As pessoas não realizam o mínimo de exercícios	Imagens	791 / 15	https://www.instagram.com/p/CqfiSeCvMUn/
P3 02/04	Dá para evitar (sedentarismo)	Imagens	1267 / 10	https://www.instagram.com/p/CqiN9MnPKyb/
P4 03/04	Saúde não se ganha, se conquista	Vídeo	604 / 13	https://www.instagram.com/p/Cqkq0rRvEb5/
P5 04/04	O problema é de todos	Imagens	3.152 / 28	https://www.instagram.com/p/CqnTdjFrNcW/
P6 05/04	Educação física escolar (exercício como direito)	Vídeo	886 / 11	https://www.instagram.com/p/Cqp41fPgCrV/
P7 06/04	Dia mundial da atividade física	Vídeo	1.869 / 45	https://www.instagram.com/p/CqsbzjUgSFU/
P8 07/04	O melhor remédio é a prevenção	Vídeo	1.018 / 11	https://www.instagram.com/p/Cqu4-ohL5u7/
P9 08/04	Câmara tem iluminação verde da "Abril Verde"	Imagens	317 / 8	https://www.instagram.com/p/Cqxj2twN2wj/
P10 09/04	Dia da Páscoa. Endorfina através dos exercícios.	Vídeo	928 / 15	https://www.instagram.com/p/Cq0lfuHvOZY/
P11 11/04	Efeito analgésico da atividade física	Imagens	2.242 / 13	https://www.instagram.com/p/Cq5mVMBrADM/?img_index=1
P12 11/04	Uso de esteroides anabólicos	Imagens	2.391 / 139	https://www.instagram.com/p/Cq6oypKJl94/?img_index=1
P13 12/03	Transpiração como resultado do exercício físico	Vídeo	433 / 2	https://www.instagram.com/p/Cq72k5GqvCk/
P14 13/04	Ajude a reverter esse quadro (sedentarismo)	Vídeo	1.333 / 25	https://www.instagram.com/p/Cq-6Z2uulnF/
P15 17/04	Não existe data para começar atividade física	Vídeo	542 / 9	https://www.instagram.com/p/CrJvcoypOfu/

Data/ Código	Tema Geral	Mídia	Curtidas/ Comentários	Link para acesso
P16 21/04	Faça exercícios por amar o seu corpo, não por odiá-lo	Vídeo	710 / 14	https://www.instagram.com/p/CrUB_keJhZC/
P17 25/04	O sedentarismo onera (3,4 bilhões) anuais ao SUS	Imagens	802 / 20	https://www.instagram.com/p/CrdYwmJrT69/?img_index=1

Fonte: Autores, 2024.

Na busca pela compreensão de alguns indicadores que parecem ter despertado o interesse/interação do público na rede social, na Tabela 1 estão apresentadas as cinco publicações mais curtidas envolvendo a campanha no ano de 2023.

Tabela 1 - Publicações mais curtidas da Campanha Abril Verde no ano de 2023

Código	Data	Temática	Curtidas	Comentários
P5	04/04/2023	O problema é de todos (inatividade física)	3.152	28
P12	11/04/2023	Uso de esteroides (riscos à saúde)	2.391	139
P11	11/04/2023	Efeito analgésico da atividade física	2.242	12
P7	06/04/2023	Dia Mundial da Atividade Física	1.869	45
P1	20/03/2023	Chamada para a Campanha "Abril Verde"	1.504	74

Fonte: Autores, 2024.

A postagem mais curtida da campanha (P5), foi publicada no dia 04 de abril de 2023, no formato de carrossel, em que, na imagem, há uma pessoa, aparentemente do gênero feminino e em um ambiente hospitalar, com traje característico de enfermeiros/médicos, e que no *card* seguinte é descrito: “*A inatividade física afeta não apenas os indivíduos ao longo de suas vidas, mas também suas famílias e, principalmente, os serviços de saúde*” (Confef, 2023, P5). Na legenda desta postagem, são reforçados os “prejuízos” econômicos da inatividade física ao Sistema Único de Saúde (SUS), que podem chegar a “*300 milhões de reais, só de internações, de acordo com um estudo da Universidade Federal Fluminense*” (Confef, 2023, P5). Tais informações não foram acompanhadas de referências.

Percebe-se uma perspectiva de denúncia e culpabilizante quando abordado que o problema é de todos. Contudo, neste “todos”, caberia, de forma coerente, serem realizados direcionamentos de críticas ao Estado, este, com dever de fomentar a saúde, a educação, o lazer e o desporto enquanto direito Constitucional (Brasil, 1988). Isso reforça a tese de que as narrativas de culpabilização dos indivíduos desviam um problema amplo, público e coletivo para os aspectos individuais e pessoais (Palma; Vilaça, 2010). É preciso evidenciar, ainda, que a produção de tal discurso traz a noção neoliberal de que é o indivíduo que precisa cuidar de si, em um Estado que deve ser mínimo (Palma *et al.*, 2021).

Essas premissas camuflam o papel do Estado na promoção e garantia destes direitos, reforçando diretrizes e recomendações, em termos de minutos diários/semanais x intensidade, dissociando do contexto social e a realidade de

cada indivíduo/grupo/população (Nunes; Knuth, 2023). Ademais, o próprio Confef deveria se incluir neste debate, apresentando os esforços que têm sido realizados para valorização da categoria profissional e redução das taxas de sedentarismo da população.

Percebe-se, deste modo, essas narrativas na promoção da saúde e combate ao sedentarismo, em que se padroniza uma forma correta de agir, que deve ser seguida por cada indivíduo, sendo reforçadas e disseminadas por órgãos nacionais e internacionais (Leitzke; Rigo, 2021). Assim, a frase do presidente do Conselho, para justificar a realização da Campanha - “mostrar para a sociedade que estar parado não pode ser considerado normal” - causa certo incômodo. Como Palma e Vilaça (2010) salientam, tal narrativa traz à tona a ideia de pânico moral e imputa aos sujeitos, além da culpa por sua própria condição, um processo de degradação moral.

A segunda postagem mais curtida (P12), teve uma abordagem informativa às pessoas sobre os riscos de uso de esteroides anabólicos, dispondo que “*o profissional da educação física, enquanto profissional da saúde, tem o dever de alertar os seus alunos e clientes quantos aos riscos que os medicamentos oferecem*” (Confef, 2023, P12). Nesta mesma postagem, em um segundo momento, são apresentados alguns efeitos colaterais do uso de esteroides, como, por exemplo, acnes, distúrbios da função do fígado, explosões de ira e comportamento agressivo, paranoia, alucinações, psicose, entre outros (Confef, 2023, P12). Esta publicação, durante a campanha, foi a que mais teve comentários. Por isso, será discutida adiante.

A terceira publicação mais curtida (P11), abordou “*o efeito analgésico da atividade física*”, com ênfase no neurotransmissor endorfina. Na primeira imagem do carrossel, fazendo uso dos sinais matemáticos mais (+) e menos (-), é disposto que menos endorfina resulta em mais dores nas costas, tendinite, artrites, enxaquecas e reumatismo. Na segunda imagem da postagem, tem-se a frase “*a endorfina age como analgésico, o sedentarismo piora as dores*” (Confef, 2023, P11).

A narrativa da mensagem traduz a medicalização da atividade física, ressaltando seus efeitos analgésicos. Isso é reforçado com o uso da simbologia matemática, em uma tentativa de quantificação para validação e afirmação desses efeitos. A apropriação das questões de gênese social pela medicina, configuram, em suma, a medicalização, como se todos os problemas fossem solucionáveis através de remédios/via biológica. E, neste contexto, a atividade física, narrada e vendida como remédio para prevenção e tratamento de diversas doenças, deve ser consumida (Palma; Vilaça, 2010; Ferreira; Castiel, 2012). Para a literatura dominante, a atividade física é a principal forma de medicalizar contra o sedentarismo, seguindo recomendações e focando no quanto de gasto calórico a prática exerce no metabolismo (Palma; Vilaça, 2010).

Uma melhor visualização destas publicações pode ser realizada a partir da Figura 1.

Figura 1 - Publicações mais curtidas na Campanha Abril Verde em 2023.

Fonte: Autores, 2024.

Compreendendo que a *netnografia* se preocupa, para além de descrições, também com as interações que ocorrem nos ambientes digitais, a partir da Tabela 2, foram destacadas as cinco postagens mais comentadas pelo público, tratando-se da campanha “Abril verde”.

Tabela 2 - Cinco postagens mais comentadas envolvendo a campanha Abril verde em 2023

Código	Data	Temática	Comentários
P12	11/04/2023	Uso de esteroides	139
P1	20/03/2023	Chamada para a Campanha "Abril Verde"	74
P7	06/04/2023	Dia Mundial da Atividade Física	45
P5	04/04/2023	O problema é de todos (inatividade física)	28
P14	13/04/2023	Ajude a reverter esse quadro (gastos públicos)	25

Fonte: Autores, 2024.

A postagem 12, no formato de carrossel, foi a mais comentada, fazendo alerta sobre o uso de esteroides e seus efeitos colaterais, psicológicos e físicos, sendo *“a saúde o preço a se pagar pelo seu uso”* (Confef, 2022, P12). Seguindo a P12, apresentada na Figura 1, o carrossel da postagem traz na segunda imagem o texto: *“O uso de esteroides anabólicos gera efeitos colaterais como: aumento de acne, queda de cabelo, distúrbio da função do fígado, tumores no fígado, explosões de ira ou comportamento agressivo, paranoia, alucinações, psicoses, coágulo de sangue, retenção de líquido no organismo, aumento da pressão arterial”*.

Os comentários desta publicação questionam a falta de referências sobre os anabolizantes serem prejudiciais à saúde. Assim:

C1: Paranoia, psicose?? De onde tiraram essa informação?

C2: Então não pode treinar pesado para fins estéticos também? Afinal, sabemos que exercícios intensos têm seus riscos.... Ou vão proibir as cirurgias para fins estéticos também? Aaaaah, não, lembrei: só vale falar mal daquilo que não te beneficia ou para proteger um grupinho de “intelectuais” selecionados. É fogo!

C3: Sobre a questão dos esteroides anabolizantes, é um assunto que não cabe ao Confef e sim à área de medicina e fármacos. O Confef deveria se preocupar mais com a nossa área que está totalmente desassistida tendo professores de educação física mudando de profissão pq estão desanimados com a baixa remuneração, muitas vezes tem que trabalhar em duas academias ou fazer bico para conseguir sobreviver financeiramente.

C4: Esses são potenciais efeitos adversos. O post está mal redigido. Vcs estão afirmando que o medicamento causa essas doenças. Tadinho do esteroide androgênico, tão útil para prevenção de tantas doenças. Valeria mais a pena um post sobre dipirona. Essa sim, até proibida em alguns países é, de tão mal que faz ao organismo. Mas vende muito e é barata... aí pode.

Os próprios seguidores do perfil entendem que algumas informações podem estar sendo usadas de forma tendenciosa para, de repente, gerar aversão ao uso de anabolizantes. Por óbvio, não se trata de exaltar o uso de esteroides, e é preciso considerar que o emprego destas substâncias poderia causar danos à saúde, especialmente quando utilizado de modo abusivo, com produtos adquiridos de laboratórios clandestinos e sem acompanhamento médico. Neste sentido, seria interessante que a postagem, ao invés do tom alarmista, moralista e culpabilizante, trouxesse a ideia de “redução de danos”, dialogando com seus seguidores (Ferreira; Palma; Pasquim, 2023).

A segunda postagem mais comentada (P1), foi a da chamada da campanha feita em março. Nela, houve prevalência de comentários que criticaram o uso do bicho preguiça como mascote:

C5: Lamentável e vergonhoso, mas não surpreende. De um sistema que sempre culpabilizou o indivíduo (especialmente os professores) não poderíamos esperar algo diferente. Confef/Cref sempre ignorando a realidade social e jogando os problemas nas costas do trabalhador.

C6: De novo essa lamentável associação com a preguiça? Errar uma vez, ok! Mas repetir o mesmo erro, é o quê?

C7: Nunca me senti representada pelo conselho, tanto em instância federal quanto estadual. Existem inúmeros estudos sérios deslocando o estereótipo de preguiça dos comportamentos sedentários. Muito além da dimensão individual, estão determinantes sociais que estruturam diferentes condições de existência. Passou da hora do conselho estudar. A visão biomédica de saúde/doença é restrita, não reconhece a realidade de milhões de brasileiros e brasileiras. Lamentável a campanha, o conselho e a manutenção do entendimento individualizante da atividade física. Se fosse um conselho sério, direcionaria seus esforços à elaboração de políticas públicas e ações coletivas de promoção da saúde.

C8: Depois de tantos comentários, inclusive de pesquisadores conceituados da área, criticando a campanha, o mínimo que poderiam fazer é retirar a postagem e rever toda a campanha. Se começa com bicho-preguiça, não quero nem ver onde vai chegar... @confef , parem de destruir a Educação Física!

O uso do bicho-preguiça consiste em uma estratégia de instigação ao seguidor para refletir sobre possíveis insatisfações em seu comportamento e, a partir disto, usa uma linguagem voltada a trazer essa inquietação. Isso corrobora com a ideia de que a promoção das práticas de atividades físicas, através da culpabilização, compõe uma ideologia contemporânea de saúde (Leitzke; Rigo, 2021). Por outro lado, em que pese toda a perspectiva hegemônica que abarca o conhecimento sobre o tema, é aprazível perceber que uma noção contra hegemônica, à qual se fundamenta em pressupostos da Saúde Coletiva e das Ciências Sociais e Humanas, tem sido trazida à tona, nos comentários críticos.

A P7, terceira postagem mais comentada, consistiu em um vídeo no formato *Reels*, sobre o Dia Mundial da Saúde, seguindo a imagem de um homem branco, com corpo dentro de um padrão estético aceito socialmente, dito como atlético. Implicitamente, isso reforça e contribui para a imposição social de características consideradas ideais para “ter saúde”. Essas recomendações também podem estar associadas à esportivização, com a apresentação de vantagens em ser um atleta, uma vez que isto traria benefícios à saúde. Este tipo de mensagem é muito veiculado nos meios de comunicação (Nunes; Knuth, 2023). Além disso, o vídeo tem a seguinte mensagem:

O corpo humano foi criado para suar, os músculos foram feitos para o movimento, o sangue para circular, e os nervos para transportar impulsos elétricos. O organismo existe para queimar energia, e jamais para economizá-la. Ser sedentário é ir contra todas essas leis orgânicas. E o preço que se paga é a destruição sutil, lenta e gradual da saúde. 6 de abril dia mundial da atividade física e abril verde, mês do combate ao sedentarismo. Porque ficar parado não é uma opção (Confef, 2023, P7).

Alguns comentários, nesta postagem, foram ao encontro da ideia do Conselho, como, por exemplo, o C9. Outros, contudo, como o C10 e o C11, questionam a ideia de “jamais economizar energia”.

C9: O movimento é inerente ao ser humano, fazer algo prazeroso que resulte em gasto energético para além do basal é mais interessante do que ficar parado. Para manter a vida ativa não precisa de nada extraordinário. Um caminhar na praça com o pet ou filhos, andar de bicicleta, trocar carro ou moto pela caminhada ou por bicicleta quando for possível, e nesses casos nem precisa de orientação de ninguém. A autonomia e a responsabilidade pela própria saúde também devem ser propagadas.

C10: Em condições de sobrevivência economize energia, logo, a palavra "jamais" não seria a mais adequada.

C11= Q horror. Até o Descartes se mexe no túmulo com tanto mecanicismo.

Pode-se observar que a campanha, nesta postagem, novamente reforça a responsabilidade de se exercitar para o próprio indivíduo, e parece, assim, pelos comentários, que uma parcela significativa dos profissionais da Educação Física possui essa mesma visão. Isto não surpreende, uma vez que este pensamento hegemônico é constantemente reiterado.

A partir do C1, ainda, pode-se dizer que há uma estigmatização que segue as pessoas que se encaixam no comportamento sedentário, sendo legitimada com pesquisas que usam como critério o quanto se gasta em calorias por dia através das atividades físicas (Palma; Vilaça, 2010; Ferreira; Castiel, 2012). A partir do momento em que se promovem as atividades físicas de lazer, por exemplo, operários de obras que passam suas horas no trabalho, com esforço físico extenuante, são enquadrados nessa categoria sedentária, como se fosse possível, dentro de sua rotina, estabelecer o tempo livre para mudanças de comportamentos (Bagrichevsky; Estevão, 2012).

Percebe-se, então, que o estilo de vida considerado saudável só atinge uma parcela privilegiada da população, não sendo simples de ser adotado, conforme a campanha defende. Assim, compreender que um dos fatores que mais afeta o acesso às atividades físicas é a desigualdade econômica e social, além das condições culturais e estruturais nas quais as pessoas estão inseridas, é um passo no sentido de promover políticas públicas focadas nestes marcadores da determinação social (Bagrichevsky; Estevão, 2012; Abib; Gomes; Galak, 2020).

Diante disso, tanto nos lançamentos da campanha, em 2022 e 2023, quanto nas postagens mais curtidas e mais comentadas, há uma tendência da utilização de dados epidemiológicos parciais e/ou gerais que parecem ser divulgados de modo tendencioso para a responsabilização dos indivíduos quanto ao comportamento sedentário. A campanha, em suma, apresenta condições de danos à saúde provenientes do sedentarismo, mas sem discussões além de dados estatísticos (sem referências), e que consideram como os fatores sociais podem impactar nesses números. Vale destacar, ainda, que em nenhuma postagem foram apresentados marcadores sociais da atividade física, como a renda, gênero, cor de pele e escolaridade, globalmente associados ao cumprimento de recomendações diárias/semanais de movimento humano (Bagrichevsky; Estevão, 2012; Leitzke; Rigo, 2021; Cruz *et al.*, 2022; Nunes; Knuth, 2023).

Importante lembrar que, há algum tempo, Palma e Vilaça (2010, p. 106), discutiram as incoerências e inconsistências da noção de sedentarismo, bem como de seu caráter moralista, atestado por meio das investigações epidemiológicas respaldadas por modelos matemáticos usados para “diferenciar, comparar, valorar e hierarquizar condutas e comportamentos, assim como os sujeitos que os colocam em ação”. Neste caminho, articulado aos ideais neoliberais, as normas e padrões difundidos determinam a individualização das ações, formulando sistemas de

condutas, produção de afetos e, consequentemente, o sofrimento psíquico daqueles que não conseguem as cumprir (Safatle, 2021).

Neste contexto, seria interessante que uma campanha de nível amplo, que alcança milhares de pessoas, promovida pelo Conselho Federal de uma importante área da educação e da saúde, a Educação Física, estivesse mais atenta à complexidade de questões e determinações que condicionam o comportamento sedentário. Contudo, os espaços virtuais também são marcados por disputas de narrativas e interesses políticos e sociais (Nunes; Knuth, 2023), o que pode explicitar algumas intencionalidades do Confef neste sentido. Malacarne *et al.* (2021), em uma análise deste mesmo perfil, na pandemia, sugeriram que a produção e reprodução de discursos em prol da reabertura precoce de academias estavam desarticuladas de medidas cientificamente comprovadas de combate à disseminação e contágio do vírus, parecendo se atentar aos interesses financeiros do mercado.

A abordagem da campanha, nestes aspectos, comunga fortemente com os ideais neoliberais, pautados, também, nos discursos de cunho psicológicos em detrimento dos tensionamentos políticos do assunto (Safatle, 2021). É, assim, que a lógica motivacional destas campanhas e ações recaem no campo das emoções, ignorando elementos como a justiça, exploração e equidade, e adotando termos – e preceitos – da esperança, medo, ressentimento etc. O que deveria abordar a vida em sociedade, então, é direcionado à exortação do cuidado e amparo (Safatle, 2021).

Defende-se, assim, que a promoção de atividades físicas e práticas corporais, em todos os seus âmbitos e possibilidades, deve transcender o objetivo de gasto energético e de recomendações globais, atentando-se ao fato de que os seres humanos, originários de diferentes culturas, espaços e territórios, movidos por emoções, interesses, relacionamentos e instruções, movimentam-se a partir de múltiplos significados atribuídos às práticas corporais, sempre que possível.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A campanha “Abril Verde” parece tentar, de modo limitado, promover as atividades físicas no combate ao sedentarismo, reproduzindo discursos neoliberais de individualização e culpabilização das pessoas por apresentarem/possuírem comportamentos sedentários. A partir das 17 postagens analisadas, observou-se narrativas informativas, medicalizantes e utilitaristas da atividade física, com o reforço constante de relações causais entre o comportamento sedentário e doenças. Além disso, constatou-se a ausência das referências dos dados epidemiológicos citados na campanha, seguindo uma lógica tendenciosa na apresentação dos índices expostos para explicar os gastos públicos associados ao sedentarismo.

Diante de uma realidade em que as pessoas estão condicionadas às horas em transportes, no trabalho, além dos cuidados com a família e a casa, a responsabilização e culpabilização presentes na campanha parecem camuflar os deveres do Estado na garantia dos direitos Constitucionais, como a saúde, o lazer, a alimentação, a educação e a renda.

Com isso, são necessárias campanhas que sensibilizem a sociedade sobre os benefícios da atividade física (para além do viés médico-biológico), e que estejam em diálogo com a realidade que a população (sobre)vive, existe e enfrenta. Por fim, percebe-se que sensibilizar talvez não seja suficiente. É preciso promover, incentivar e proporcionar meios para que as pessoas, considerando os marcadores sociais e suas preferências, possam se apropriar das atividades físicas e práticas corporais.

REFERÊNCIAS

- ABIB, Leonardo T.; GOMES, Ivan M.; GALAK, Eduardo L. Conselhos privados e medicalização da atividade física em um aplicativo de saúde móvel: a produção de corpos homogêneos e sujeitos universais. **Motrivência**, v. 32, n. 62, p. 1-18, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2020e65313>
- BAGRICHEVSKY, Marcos; ESTEVÃO, Adriana. O imperativo da epidemiologia dos fatores de risco em face às desigualdades sociais. **Políticas & Trabalho**, v. 37, n. 1, p. 89-102, 2012. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/o-imperativo-da-epidemiologia-dos-fatores-de/docview/1786886513/se-2>. Acesso em: 30 abr. 2025.
- BRASIL. Constituição Federal. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Glossário temático: Promoção da Saúde**. Brasília: Ministério da Saúde, 2013. Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario_tematico_promocao_saude.pdf. Acesso em: 30 abr. 2025.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia de Atividade Física para a População Brasileira**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2021. Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_atividade_fisica_populacao_brasileira.pdf. Acesso em: 30 abr. 2025.
- CASPERSEN, Carl J.; POWELL, Kenneth E.; CHRISTENSON, Gregory M. Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. **Public Health Reports**, v. 100, n. 2, p. 126-131, 1985. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/instance/1424733/pdf/pubhealthrep00100-0016.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2025.
- CARVALHO, Yara M. Promoção da saúde, práticas corporais e atenção básica. **Revista Brasileira Saúde da Família**, n. 11, p. 33-45, 2006. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/periodicos/saudefamilia/revista_saude_familia11.pdf. Acesso em: 20 set. 2025.
- CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA. Confef lança campanha abril verde. 2022. Disponível em: <https://www.confef.org.br/confefv2/comunicacao/noticias/1646>. Acesso em: 30 abr. 2025.
- CONSELHO FEDERAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA. Pelo segundo ano consecutivo, Confef lança campanha. Disponível em: <https://mail.confef.org.br/confef/comunicacao/revistaedf/4783>. Acesso em: 30 abr. 2025.
- CRUZ, Danielle Keilla A. *et al.* Iniquidades socioeconômicas associadas aos diferentes domínios da atividade física: resultados da Pesquisa Nacional de Saúde 2019. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 31, supl. 1, p. 1-15, e2021398, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/SS2237-9622202200015.especial>
- FERRARI, David. Grupo de divulgação científica da USP mostra anatomia das fake news. **Jornal da USP**, 30 jun. 2020. Disponível <https://jornal.usp.br/universidade/grupo-de-divulgacao-cientifica-da-usp-mostra-anatomia-das-fake-news/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

FERREIRA, Marcos S.; CASTIEL, Luís D.; CARDOSO, Maria Helena C. A patologização do sedentarismo. **Saúde e Sociedade**, v. 21, n. 4, p. 836-847, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902012000400004>

FERREIRA, Túlio C.; PALMA, Alexandre; PASQUIM, Heitor M. Redução de danos entre praticantes de musculação que consomem esteroides. **Saúde e Sociedade**, v. 32, n. 3, e220585pt, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902023220585pt>

FRAGA, Alex Branco. **Políticas de lazer e saúde em espaços urbanos**. Porto Alegre: Gênese, 2009. (Série Esporte e Lazer).

GARBOIS, Júlia A.; SODRÉ, Francis; DALBELLO-ARAUJO, Maristela. Da noção de determinação social à de determinantes sociais da saúde. **Saúde em Debate**, v. 41, n. 112, p. 63-76, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-1104201711206>

KOZINETTS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LEITZKE, Angélica T. S.; RIGO, Luiz C. Mercado da #saúde e do #corpo no *instagram*: modulação da subjetividade na sociedade de controle. **Humanidades e Inovação**, v. 8, n. 45, p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/4442>. Acesso em: 30 abr. 2025.

MALACARNE, José Augusto D. *et al.* Análise das publicações do Conselho Federal de Educação Física no *Instagram*® durante a pandemia da Covid-19. **Educación Física y Ciencia**, v. 23, n. 4, p. e196, 2021. DOI: <https://doi.org/10.24215/23142561e196>

MINAYO, Maria Cecília S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14 ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

NUNES, Bárbara Coelho; KNUTH, Alan Goularte. “Eu quero me exercitar”: as controversas recomendações para a atividade física em site do Ministério da Saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 28, n. 2, p. 575-584, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232023282.07462022>

PALMA, Alexandre; VILAÇA, Murilo M. O sedentarismo da epidemiologia. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 31, n. 2, p. 105-119, 2010. Disponível em: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/506>. Acesso em: 30 abr. 2025.

PALMA, Alexandre *et al.* Neoliberalismo, promoção da saúde e atividade física. In: PALMA, Alexandre; RODRIGUES, Phillipe; REIS, Erika C. (org). **Práticas corporais & atividades físicas**: saúde e sociedade. Curitiba: CRV, 2021. p. 267-316.

PALMA, Alexandre; PAIVA, Giovana B.; ARAÚJO, Mariane F. Vidas precárias, saúde e educação física: reflexões sobre a determinação social da atividade física. In: CARVALHO, Rosa Malena A.; PALMA, Alexandre; CAVALCANTI, André dos Santos S. **Educação física, soberania popular, ciência e vida**. Niterói: Intertexto, 2022. p. 55-67.

PIGGIN, Joe. What is physical activity? A holistic definition for teachers, researchers and policy makers. **Frontiers in Sport and Active Living**, v. 2, p. 1-7, jun. 2020. DOI: <https://doi.org/10.3389/fspor.2020.00072>

PINTO, Pâmela. Ministério da Saúde nas redes: estratégias de mobilização nas redes. In: BRASIL. Ministério da Saúde. **Reflexões sobre ensino e pesquisa no SUS**: experiência no contexto hospitalar de alta complexidade. Brasília: Ministério da Saúde, 2019. p. 96-106. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/reflexoes_ensino_pesquisa_sus.pdf. Acesso em: 30 abr. 2025.

SAFATLE, Vladimir. A economia é a continuação da psicologia por outros meios: sofrimento psíquico e o neoliberalismo como economia moral. *In*: SAFATLE, Vladimir; SILVA JUNIOR, Nelson da; DUNKER, Christian (org.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2021. p. 14–43.

STATISTA. Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of monthly active users. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. **Publique-se Digital**. Disponível em: [https://publiquesedigital.com.br/2024/05/06/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/#:~:text=Ranking:%20as%20redes%20sociais%20mais%20usadas%20no,mi\)%20Pinterest%20\(28%20mi\)%20Twitter%20\(24%20mi\)](https://publiquesedigital.com.br/2024/05/06/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/#:~:text=Ranking:%20as%20redes%20sociais%20mais%20usadas%20no,mi)%20Pinterest%20(28%20mi)%20Twitter%20(24%20mi).). Acesso em: 30 abr. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour**. Geneve: WHO, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/publications/item/9789240015128>. Acesso em: 30 abr. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Physical activity**. Geneve: WHO, 2022. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>. Acesso em: 30 abr. 2025.

Abstract: The aim of this study was to analyze the narratives about sedentary behavior and physical exercise in the “Green April” campaign, promoted by the Brazilian Federal Council of Physical Education in 2023 on *Instagram*®. With a netnographic approach, 17 posts were selected, focusing on the most liked and commented posts by followers. Medicalizing and moralizing discourses were identified, along with the presentation of epidemiological data without references and the absence of mention of public policies on the subject. The communication seems to overlook social inequalities, reinforcing neoliberal perspectives of individual responsibility. Therefore, it is necessary to promote approaches more sensitive to social markers to broaden discussions and possibilities for access to physical activities and bodily practices.

Keywords: Sedentary behaviour. Exercise. Health. Social Network Analysis.

Resumen: Se tuvo como objetivo analizar las narrativas sobre el sedentarismo y el ejercicio físico presentes en la campaña “Abril Verde”, promovida por el Consejo Federal de Educación Física de Brasil en 2023 en *Instagram*®. Con un enfoque netnográfico, se seleccionaron 17 publicaciones, discutiendo las más comentadas y con mayor número de “me gusta” por los seguidores. Se identificaron discursos medicalizantes y moralizantes, con la presentación de datos epidemiológicos sin referencias y ausencia de mención a políticas públicas sobre el tema. La comunicación parece ignorar las desigualdades sociales, reforzando perspectivas neoliberales de responsabilidad individual. En este sentido, se hace necesario promover enfoques más sensibles a los marcadores sociales para ampliar las discusiones y posibilidades de acceso a la actividad física y las prácticas corporales.

Palabras clave: Comportamiento sedentario. Ejercicio físico. Salud. Análisis de redes sociales.

LICENÇA DE USO

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que o trabalho original seja corretamente citado. Mais informações em: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

CONFLITO DE INTERESSES

Os autores declararam que não existe nenhum conflito de interesses neste trabalho.

CONTRIBUIÇÕES AUTORAIS

Ana Carolina Castro Domingues: Coleta de dados. Análise de dados. Redação inicial do texto.

Alexandre Palma: Análise dos dados. Revisão final do texto.

José Augusto Dalmonte Malacarne: Concepção do estudo. Análise dos dados. Revisão final do texto.

FINANCIAMENTO

O presente trabalho foi realizado sem o apoio de fontes financiadoras.

DISPONIBILIDADE DE DADOS DE PESQUISA:

Os dados de pesquisa estão disponíveis no corpo do documento.

COMO REFERENCIAR

CASTRO DOMINGUES, Ana Carolina; PALMA, Alexandre; DALMONTE MALACARNE, José Augusto. Campanha Abril Verde de combate ao sedentarismo no *Instagram*® em 2023: narrativas moralistas e controversas na Comunicação em Saúde. **Movimento**, v. 31, p. e31056, jan./dez. 2025. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.147528>

RESPONSABILIDADE EDITORIAL

 Alex Branco Fraga*

 Elisandro Schultz Wittizorecki*

 Mauro Myskiw*

 Raquel da Silveira*

* Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança, Porto Alegre, RS, Brasil.