

IMPACTO DO PROGRAMA DE PROMOÇÃO DE ATIVIDADE FÍSICA NA MÍDIA NÃO PAGA: EXPERIÊNCIA DO PROGRAMA AGITA SÃO PAULO

AYLTON FIGUEIRA JUNIOR
LUÍS CARLOS DE OLIVEIRA
TIMÓTEO LEANDRO DE ARAÚJO
SANDRA M. MATSUDO
DOUGLAS ROQUE ANDRADE
ERINALDO LUÍS ANDRADE
VICTOR K.R. MATSUDO

Centro de Estudos do Laboratório de Aptidão Física
de São Caetano do Sul - CELAFISCS & Programa Agita
São Paulo - Brasil

resumo

O objetivo do presente estudo foi analisar em 27 meses (outubro de 1996 a dezembro de 1998), a penetração na mídia escrita não paga informações do Programa Agita São Paulo. Foram acompanhados diferentes periódicos com circulação na Região Metropolitana, Região Litorânea e Interiorana do Estado de São Paulo, bem como de outros Estados e Jornais Classistas. Os periódicos foram encaminhados pelos parceiros, grupos assessores e coordenadores do programa Agita São Paulo nesse período. O propósito em se determinar abrangências da mídia escrita fundamenta-se no importante papel que possui na mudança de comportamento de uma população. Para tanto foram analisadas publicações que apresentaram algum indicador referente ao Programa Agita São Paulo, como figuras, mensagem, slogan e entrevistas, totalizando 170 publicações no período. Os itens analisados permitiram determinar a frequência das reportagens por ano, região, estado e sessão do periódico, frequência dos periódicos que mais publicaram, número de colunas das reportagens, meses de publicação e presença de fotos ou desenhos. As mensagens foram analisadas considerando dois aspectos básicos: A) área da mensagem (cm²) e B) conteúdo da mensagem considerando as informações da frequência, duração e intensidade da atividade física determinadas pelo Programa Agita São Paulo, bem como a frequência com que a palavra AGITA SÃO PAULO foi observada nas reportagens. Os resultados indicaram que os meses com maior número de publicações foram agosto (45,3%), setembro (11,8%), fevereiro e abril (9,4%) e maio (5,3%), em função da realização dos mega eventos promovidos pelo programa. Ainda pudemos observar uma média de 129 colunas por ano, sendo que as reportagens nas cidades do ABC atingiram 27,7%, enquanto na cidade de São Paulo 25,3% e no interior 37,7%. Por outro lado, a mensagem do programa foi publicada 102 vezes a mensagem, sendo 89 (52,4%) completas nos critérios de frequência, duração e intensidade e 81 incompletas (47,7%). Um dos dados de maior relevância foi o aumento médio da área das mensagens, passando de 164,33 cm² em 96 para 161,63 cm² em 97 e 331,34 cm² em 98, totalizando durante o período estudado uma área publicada de 394,1 m². Embora o número de mensagens tenha reduzido de 85 para 76 (1997-1998), poderíamos hipotetizar que uma maior efetividade na qualidade das reportagens e informações publicadas na mídia escrita seria de grande importância para que aumentasse o conhecimento populacional sobre os benefícios para a saúde de um estilo de vida ativo.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia, Promoção da atividade física, Programa de intervenção

abstract

THE IMPACT OF NON PAGED MEDIA IN THE HEALTH PROMOTION PROGRAM: THE EXPERIENCE OF THE AGITA SÃO PAULO PROGRAM ALONG 27 MONTHS

Physical activity intervention programs and population behavior change are receiving special attention in developed and developing countries as important educational initiative to promote health through an active lifestyle, with particular media contribution to population behavior. This paper analyzed the impact of Agita São Paulo Program (Brazil) in non paid press media for 27 months of the Program. The visibility was observed in 170 media news in traditional newspapers, magazines and bulletins. The analyzed material were published in metropolitan area of São Paulo city, littoral and in the interior of the State. Data analysis comprised as: message and Program slogan in the reports; reports frequency per year, region and months; newspaper session; number of rows; message area and its contents for duration, frequency and intensity related to the Program advise (characterized as complete or incomplete message). Result analysis related to the area from 96-98 presented that August (45,3%), September (11,8%) and February (9,4%) were the months that showed the highest number of publications, due to Program mega events. 129 report rows were published in average per year. Total regional reports were in metropolitan area 27,7%, in São Paulo City 25,3% and in interior 37,7%. Considering frequency, duration and intensity recommended by Agita São Paulo Program it was found 89 complete and 81 incomplete for duration, frequency and intensity. Messages area increased from 1996-1998, however the number of messages presented a slight decrease between 97-98. On the other hand message areas increased 45,4%, evidencing higher effectiveness in message quality and Program visibility. With this results, we may conclude positive impact of non paid media in population toward their behavior change.

KEY WORDS: Media, Promotion of physical activity, Intervention program

INTRODUÇÃO

A prática regular de atividades físicas tem sido considerada uma das formas mais perenes e eficientes para a promoção da saúde em populações, considerando as diferenças etárias, nível sócio-econômico, culturais e etnia em diferentes países do mundo. A importância da atividade física para a população está fundamentada na manutenção, melhoria e recuperação do estado de saúde, que pode sofrer interferências de fatores múltiplos.

A atividade física é um fenômeno complexo, de significativos valores sócio-históricos, integrados com a capacidade de adaptação filogenética e ontogenética da espécie humana. Em termos biológicos a função é a sobrevivência e reprodução, mas em termos sócio-culturais a função é a melhoria da qualidade de vida, garantindo condições mínimas de alimentação, educação, saneamento básico, lazer, cuidados com a saúde, promovendo a sobrevivência digna do ser humano (ROCHA FERREIRA, 1993). Com outro enfoque, CAPSERSEN et al (1985) apresentaram que atividade física é conceituada como qualquer movimento corporal que leve ao aumento do gasto calórico muscular acima dos valores da taxa metabólica de repouso.

Embora a busca de mudança do estilo de vida de população não seja uma tarefa simples, tem-se encontrado em diferentes países do mundo, iniciativas que buscam a mudança de comportamento. Nos últimos 5 anos, ações diversas promovidas por organizações não governamentais e governamentais buscam o incremento do nível da atividade física e conhecimento populacional sobre estilo de vida ativo (CAVILL, 1998). Por outro lado, encontramos no Brasil iniciativas isoladas, destacando no Estado de São Paulo, uma ação sistematizada desde 1996, conhecida como o Programa Agita São Paulo. O Programa Agita São Paulo é um programa de promoção da atividade física que tem como objetivo aumentar o nível de conhecimento da população dos benefícios da atividade física e incrementar o nível de atividade física. O Programa Agita São Paulo seguindo as iniciativas governamentais e não governamentais de outros países, mas considerando a realidade brasileira para a promoção da atividade física, buscou estratégias que permitissem atingir a população do Estado de São Paulo (33 milhões de habitantes) em três grandes focos:

escolares, trabalhadores e idosos. Foram elaborados diferentes materiais educacionais para esses grupos, com mensagens específicas, promoção de eventos para cada grupo, programa de formação de multiplicadores das mensagens através de jornadas educativas, tendo participação de representantes de diferentes cidades do interior e da Grande São Paulo. O Meiorito (mascote do programa), juntamente com o slogan do programa, publicação de um manual de orientação, passaram tomar espaço na mídia escrita, televisiva e radiofônica.

A viabilização do Projeto ocorreu pela parceria entre a Secretaria de Estado da Saúde e o Centro de Estudos do Laboratório de Aptidão Física de São Caetano do Sul-CELAFISCS, que juntamente com um grupo de assessores nacionais e internacionais e mais de 140 entidades parceiras, representam as potencialidades de mudança do estilo de vida populacional, respeitando as diferentes perspectivas sociais (MANUAL DO PROGRAMA AGITA SÃO PAULO, 1998).

A preocupação com a promoção da saúde através de um estilo de vida ativo, respalda-se na prevalência do estilo de vida sedentário em todo o mundo, levando ao aumento dos níveis das doenças relacionadas a inatividade, como obesidade, hipertensão, infarto, doenças cardiovasculares e coronariana, diabetes, diferentes formas de câncer, osteoporose, osteoartrites, doenças mentais e comportamentais, dentre outras (SURGEON GENERAL REPORT, 1995). Esses resultados poderiam levar ao decréscimo nos indicadores pessoais de qualidade de vida de uma população. REGGO (1990) encontrou no Estado de São Paulo maior prevalência de sedentarismo no sexo feminino (80,20%) que no masculino (57,3%). A mesma tendência ocorreu quando comparado com outros fatores de risco como tabagismo, 37,9%; hipertensão, 22,8%; obesidade, 18% e alcoolismo, 7,7%.

Nos Estados Unidos o Programa Healthy People 2000 tem estabelecido metas para mudanças no estilo de vida da população em diferentes idades e grupos sociais, em função da prevalência das doenças crônicas degenerativas e as taxas de mortalidade e morbidade populacional. Por outro lado o aumento da inatividade física tem sido observada. Em 1991 a participação de adolescentes americanos em aulas de educação física era de 42%, passando para 25% em 1995. Em paralelo, 60% da população americana é regularmente

te ativa (SURGEON GENERAL REPORT, p.4, 1995) e 25% são fisicamente inativos.

A iniciativa na implementação de programas de promoção de atividade física e saúde remete à possibilidade de atingir diferentes grupos populacionais, levando a benefícios biológicos (controle do peso corporal, melhoria da mobilidade articular, melhoria do perfil lipídico, aumento da densidade óssea, força muscular, melhoria da resistência a insulina e redução da hipertensão) e psicológicos (aumento do bem estar, autoestima, auto-imagem, autonomia, redução da depressão e isolamento social) (MANUAL DO PROGRAMA AGITA SÃO PAULO, 1998), podendo ter a médio e longo prazo, mudança positiva na qualidade de vida da população, enfocando para esse caso, a interação de variáveis bio-psico-sociais.

Embora a proposta seja de extrema aplicabilidade e interessante para a melhoria do nível de saúde populacional, encontram-se resistências e dificuldades no desenvolvimento de programas de atividade física, em função de um conjunto de fatores inter-relacionados que caracterizam os hábitos individuais (dependentes das crenças, cultura, relação interpessoal – familiar e trabalho) e fatores ambientais.

A associação desses fatores caracteriza o estilo de vida e a aderência em atividades físicas. Estudos recentes (SALLIS & HOVELL, 1990; MORROW, 1994; MATSUDO, 1997) indicam que o envolvimento em atividades físicas ocorre em função da força de interação dos fatores determinantes da atividade física. Esses obstáculos caracterizam a interferência das barreiras pessoais e ambientais no nível de atividade física populacional, que podem ser distintas em idosos, adolescentes, adultos e trabalhadores (ANDRADE, et al., 1997; ARAÚJO et al., 1997; FIGUEIRA JÚNIOR et al., 1997; MATSUDO et al., 1998).

Nesse sentido, os fatores determinantes para a aderência da atividade física, permitem associar os níveis de envolvimento em atividades físicas e a prevalência de doenças crônico-degenerativas. Estudos recentes (SALLIS et al., 1997; GENERAL SURGEON REPORT, 1995), apontam uma menor incidência das doenças crônico-degenerativas em indivíduos com maior nível de atividade física. Segundo SALLIS et al. (1996), MOORE et al. (1991) e FIGUEIRA JÚNIOR (2000) a atividade física, tem uma forte relação com estímulos rece-

bidos pela família, escola e meio social na fase infantil e adolescência.

Um dos desafios mais complexos em saúde pública é modificar o comportamento populacional na perspectiva de redução das barreiras pessoais e ambientais que negativamente interferem no nível de aderência em atividades físicas. Mecanismos de intervenção baseados em propostas educacionais que tenham como ponto de partida a ação na escola, família, mídia (jornal e revistas, rádio e TV), como componente participativo na informação.

MARCUSS, et al (1998) apresentam que a mídia tem forte contribuição na mudança de comportamento populacional, sugerindo o Modelo de Marketing Social. Em outro estudo, MARCUSS, et al (1998) apresentaram que o impacto da mídia tem grande importância na divulgação da mensagem sobre os benefícios do estilo de vida ativo, mostrando que os avaliados lembraram mais detalhadamente das informações das mensagens publicadas na mídia quanto maior o tempo de exposição da mensagem na mídia.

Estudos que buscaram avaliar a exposição da mensagem sobre a importância de um estilo de vida ativo, não mostraram mudanças nas crenças e hábitos em relação ao envolvimento em atividades físicas em períodos longos de avaliação, levando-nos a hipotenzar a necessidade de mensagens continuadas para a mudança de comportamento.

Em estudo recente, BETTI (1999), analisando a mídia televisiva, encontrou que em 107 horas de programação esportiva em canal especializado, somente 9,8% do tempo foi destinado a entrevistas que abordaram a atividade física e exercícios, enquanto o restante do período apresentou atividades esportivas.

Em estudo recente, BRAMANTE (1999), a necessidade de formulação de uma política social de lazer, relacionada a saúde e qualidade de vida de populações, sendo o espaço físico um ponto importante na mudança de comportamento.

O Programa Agita São Paulo baseia-se na intervenção mediante mecanismos educacionais para a aderência de um estilo de vida ativo. Nesse sentido, diferentes mecanismos de intervenção tem sido utilizados, sendo que a participação da escola parece ser uma das formas mais importantes na mudança do comportamento de adolescentes (ANDRADE et al., 1997).

Considerando a realidade do Estado de São Paulo o objetivo do presente estudo foi determinar a penetração da mensagem e informações na mídia escrita não paga do Programa Agita São Paulo durante 27 meses.

MATERIAL E MÉTODO

Para a realização do presente estudo foram analisadas reportagens que enfocaram as mensagens do Programa Agita São Paulo publicadas em diferentes veículos de mídia no Brasil e Exterior no período entre outubro de 1996 e dezembro de 1998.

Foram coletadas e analisadas 170 peças de mídia, incluindo jornais, boletins, revistas institucionais em diferentes regiões do Estado de São Paulo, Brasil (Br) e Exterior (Ex): Grande ABC (ABC) e Grande São Paulo (GrSP); Capital (CP); Interior (I) e Litoral (L). As seções em que as mensagens foram publicadas seguem: Geral, Saúde, Cidades, Esportes, Capa, Lazer, Economia, Cultura e Classista/institucionais. Cada publicação selecionada teve a análise baseada nas dimensões da reportagem (cm²), número de colunas, presença de fotos e meses de publicação. As características da mensagem do Programa seguiram os seguintes aspectos: A) apresentação e descrição correta das informações para frequência, duração, intensidade e modo que o Programa Agita São Paulo preconiza, podendo ser classificadas em completa ou incompleta (Acumule pelo menos 30 minutos de atividade física por dia, na maioria dos dias da semana, com intensidade leve ou moderada, de forma contínua ou acumulada); B) presença de fotografias e do Meiorito (mascote do programa); C) slogan do programa (Atividade física é saúde: Acumule 30 minutos por dia); e D) a palavra AGITA SÃO PAULO. A análise estatística utilizada foi o teste Qui-quadrado (χ^2) para comparação dos valores percentuais sendo $p < 0,05$ o nível de significância.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Estudos populacionais apontam para a modificação do comportamento de uma população como forma de redução da prevalência das doenças crônicas degenerativas (SALLIS and PATRICK, 1994; GENERAL SURGEON REPORT, 1995;

MATSUDO, 1997; SALLIS et al., 1997).

O Programa Agita São Paulo tem como estratégia a informação populacional para adoção de hábitos ativos, priorizando a estratégia de parceria com a mídia não paga. A decisão em utilizar a mídia não paga ocorreu em função dos seguintes fatores: a) por não haver recursos disponíveis que pudessem manter a mensagem e informações do Programa na mídia; b) por acreditar que a mensagem simples: "Acumule 30 minutos de atividades físicas todos os dias", teria aceitação tanto pela editoria das sessões dos Jornais e Revistas, como pelo público, em função da fácil retenção da informação; c) pela necessidade de se manter a mensagem do Programa pelo maior tempo possível em exposição na mídia de diferentes regiões, mesmo que as mensagens não seguissem a mesma ordem; d) principalmente por apresentar alternativas de atividades físicas para a população, respeitando as atividades cotidianas (as atividades no trabalho, em casa, no ambiente escolar e período de lazer), como formas válidas para agregar os benefícios para a saúde e e) por trazer uma nova perspectiva para o movimento humano, baseado no conceito atividade física.

Os resultados analisados por regiões de publicação das mensagens são apresentados na **Tabela 1**. Pudemos observar que as publicações que apresentaram maior frequência foram nas regiões interioranas do Estado e região do ABC, Grande São Paulo e Litoral, com 64, 44 e 43 mensagens respectivamente.

O Programa Agita São Paulo, visa ampliar o conhecimento e nível da participação da população em atividades físicas em todo o Estado. A maior cobertura jornalística no interior que na região metropolitana e GrSP, demonstrou amplo interesse na penetração da nova mensagem em regiões que não tinham recebido propostas da atividade física relacionadas a saúde. É interessante mencionar que a grande participação da mídia da região interiorana do Estado de São Paulo está relacionada a eventos como palestras, jornadas, mega-eventos e cursos de formação de Agentes Agita com frequência mensal e participação de representantes de diferentes municípios do Estado de São Paulo. Encontramos grande possibilidade de alcance em outros estados (5,28%) e no exterior (2,35%), refletindo o interesse e disponibilidade operacional de implantação de programas que estimulam a população a adotar hábitos mais saudáveis.

Em relação as características das 170 mensagens publicadas, encontramos a publicação de 387 colunas em todas categorias de mídia escrita.

Encontramos uma média de 129 colunas por ano, correspondendo a 10,26 colunas publicadas mensalmente. As reportagens foram publicadas em colunas, tendo uma média 2,28 colunas por reportagem (4,5 reportagens/mês). Os meses com maior frequência foram agosto (45,29%), setembro (11,76%), fevereiro e abril (9,41%) e maio (5,29%). Tais publicações estavam associadas a mega-ações realizadas como o Dia da Comunidade Ativa (agosto); Dia do Idoso Ativo (setembro); Agita Verão e Agita Carnaval (fevereiro e abril) e Dia do Trabalhador Ativo (maio) (Tabela 2). Esses resultados indicam que ações mobilizaram a população despertam o interesse da imprensa para a divulgação dos novos paradigmas da atividade física relacionados a saúde. As experiências que as atividades do Programas Agita São Paulo forneceram, permite-nos sugerir que para uma atuação mais direta da mídia não paga, gran-

des manifestações populacionais deveriam ser organizadas, concomitantemente a uma ação permanente com outras formas de intervenção.

Na **tabela 3** apresentamos os anos que as mensagens foram publicadas, bem como as áreas médias de publicação. Encontramos no período estudado uma progressão no número de mensagens de 1996 para 1997, com uma discreta redução de 1997 para 1998.

Embora tenha havido modificação em relação ao número total de mensagens anuais, verificamos um crescimento na área das mensagens entre os anos, passando de 1.479,3 cm² (1996) para 12.738,6 cm² (1997) e 25.181,9 cm² (1998), tendo uma média de 237,6 cm² por reportagem.

O aumento nos resultados encontrados poderia indicar uma maior efetividade na divulgação da mensagem do Programa Agita São Paulo, em função da forma de apresentação e entendimento da mensagem pelos meios de comunicação.

Na **tabela 4** apresentamos as formas que as

TABELA 1. As publicações que apresentaram maior frequência foram nas regiões interioranas do Estado e região do ABC, Grande São Paulo e Litoral, com 64, 44 e 43 mensagens respectivamente.

<i>REGIÃO</i>	<i>FREQUÊNCIA</i>	<i>VALORES %</i>
Região do Grande ABC	44	27,65
São Paulo (capital) e Grande São Paulo	43	25,29
São Paulo (interior)	64	37,65
São Paulo (litoral)	07	4,12
Nacional (outros estados)	09	5,28
Exterior	04	2,35

TABELA 2 - Publicação mensal, número de colunas anual de publicações de mensagens do programa agita São Paulo em jornais e revistas em 27 meses

<i>NÚMERO DE COLUNAS</i>		387
<i>MÉDIA DE COLUNAS – ANOS</i>		129
<i>MÉDIA DE COLUNAS – REPORTAGEM</i>		2,28
<i>MESES COM MAIOR FREQUÊNCIA</i>	AGOSTO	45,29%
Em todos os anos	SETEMBRO	11,76%
	FEVEREIRO e ABRIL	9,41%
	MAIO	5,29%

TABELA 3 - Número de publicações anuais e áeras publicadas da mensagem do Programa Agita São Paulo em jornais e revistas entre 1996 e 1998.

	MESES	N.º ANUAL	% ANUAL
PUBLICAÇÕES	1996 (3)	9	5,3%
	1997 (12)	85	50,0%
	1998 (12)	76	44,7%
	MESES	ÁREA (cm ²)	D% (96-97-98)
PUBLICAÇÕES	1996 (3)	1.479,3	761,1% (96-97)
	1997 (12)	12.738,6	97,7% (97-98)
	1998 (12)	25.181,9	1.602,3% (96-98)
ÁREA MÉDIA PUBLICADAS	REPORTAGEM	39.399.80	237,6 cm ²

TABELA 4 - frequência das mensagens publicadas em jornais e revistas do Programa Agita São Paulo entre 1996 e 1998.

TOTAL DE PUBLICAÇÕES	170	
PUBLICAÇÕES COM A MENSAGENS	102	
PALAVRA AGITA SÃO PAULO POR REPORTAGEM -média	2,2 vezes	
PUBLICAÇÕES DE FOTOS*	com fotos	27,06%
	sem fotos	72,94%

* fotos de atividades realizadas ou fotos do MEIORITO (mascote do Programa)

mensagens foram publicadas. Encontramos a palavra AGITA SÃO PAULO em 102 publicações de 170 analisadas (2,2 vezes por reportagem). Por outro lado, as fotografias/imagens do mascote do programa (Meiorito) foi publicada em 27,1% das reportagens.

Na **tabela 5** apresentamos a frequência que as mensagens completas e incompletas do Programa foram publicadas. Encontramos que as mensagens completas, foram publicadas entre 1 (24,12%) e 2 (22,94%) vezes, enquanto que as mensagens incompletas não ultrapassaram 1 vez (40%), duas vezes (5,88%) e três vezes (1,76%). Esses dados indicam uma forma mais apropriada de apresentação da mensagem, levando-nos a hipotetizar uma maior eficácia na penetração das informações para a população.

Considerando a publicação para os critérios de duração e frequência, encontramos que 52,3% das mensagens apresentaram os critérios recomendados, enquanto que em 47,7% das reportagens houve omissão das recomendações.

As seções que as mensagens foram publicadas com maior frequência são apresentadas na **Tabela 6**. As sessões de esportes e lazer não apresentaram os maiores resultados, embora o Programa Agita São Paulo estimule a prática de atividades físicas regulares no trabalho, em casa e no tempo livre.

Encontramos na seção de saúde a maior frequência de publicação de mensagens proposta pelo Programa Agita São Paulo. A publicação das mensagens por seções, permitiu-nos hipotetizar que existe um particular interesse sobre a atividade física relacionada a saúde. Resultados pouco expressivos foram encontrados na publicação em outras editorias (esporte, lazer, geral, cotidiano e cultura). Dessa forma, verificamos uma característica distinta para a publicação da mensagem do Programa Agita São Paulo, em que cada editoria, representando uma penetração específica em grupos de leitores. Ressaltamos que embora haja uma relevância nas novas informações sobre saúde e atividade física, verificamos que houve restrição do repórter e/ou editor chefe em

pautar determinado assunto relacionado aos benefícios de um estilo de vida ativo.

Considerando a experiência de programas internacionais que utilizaram a mídia paga para a implementação da mensagem, encontramos que a intervenção em geral é direcionada em horários específicos, grupos populacionais (idade e sexo) e com grande necessidade de recursos financeiros. Alguns resultados não apresentaram o alcance esperado, em função da especificidade da linguagem, tempo de exposição da mensagem e retenção da informação pela população.

MARCUSS et al. (1998) encontraram em ampla revisão de literatura de diferentes programas de mídia na intervenção populacional (local de trabalho, hospitais e postos de saúde) encontrou um aumento na aderência individual e do nível de conhecimento sobre os benefícios de um estilo de vida. Interessante notar que a maioria dos estudos que analisaram a influência da mídia

em programas de intervenção em países desenvolvidos, teve na mídia paga e assessoria de imprensa profissionalizada a base para ação populacional.

Nesse sentido a análise da mensagem escrita do Programa Agita São Paulo registrou que os meses com maior veiculação ocorreram antes e após mega-ações, (fevereiro, maio, agosto, setembro), quando ocorrem o Agita Verão e Agita Carnaval, Dia do Trabalhador Ativo, Dia da Comunidade Ativa e Dia do Idoso Ativo respectivamente, indicando uma necessidade de tornar "a ação em notícia". Por outro lado, observamos que os frequentes contatos pessoais com as editorias das revistas e jornais, é fundamental para a veiculação da mensagem na mídia.

Resultados encontrados em diferentes regiões demonstraram que no interior houve grande penetração da mensagem em função do número publicações (Tabela 1). Esses resultados permi-

TABELA 5 - Característica da mensagem do Programa Agita São Paulo segundo critérios de duração, frequência e intensidade sugeridas.

FORMA DA MENSAGEM	1. completa	82 =	52,3%
	2. incompleta	81 =	47,7%
MENSAGENS COMPLETAS	frequência publicada	1 vez -	24,1%
		2 vezes -	22,9%
		3 vezes -	5,3%
MENSAGENS INCOMPLETAS	frequência publicada	1 vez -	40%
		2 vezes -	5,9%
		3 vezes -	1,8%
INFORMAÇÃO MENSAGEM	1. duração (D) e frequência (F)		40%
	2. somente duração		39,4%
	3. sem informação para D e F		20,6%

TABELA 6 - Seções que foram publicadas em jornais e revistas as mensagens do Programa Agita São Paulo entre 1996 e 1998.

SEÇÕES	VALORES		SEÇÕES	VALORES	
	Nº	%		Nº	%
GERAL	78	72,9	CAPA	2	1,8
SAÚDE	9	8,2	LAZER	2	1,8
CLASSISTAS	6	5,9	ECONOMIA	1	1,2
CIDADES	4	4,1	CULTURA	1	0,6
ESPORTES	4	3,5	TOTAL	107	100,0

te-nos hipotetizar que na região metropolitana, as preocupações com emprego, estresse, um cotidiano mais "dinâmico", bem como quantidade de ocorrências da vida diária, possam interferir nos resultados. Em estudo recente, OLIVEIRA, et al (1999) e FIGUEIRA JÚNIOR, et al (1999) apresentaram que o sucesso da participação da mídia na divulgação das mensagens de Programas de intervenção está relacionada a dois fatores básicos: a) necessidade de se estabelecer relações pessoais com as editoriais e b) pelo conhecimento prévio do assunto que será tratado com os profissionais da imprensa.

Uma das ações que fortemente pôde contribuir para o desenvolvimento do Programa Agita São Paulo, foi a realização das jornadas de Formação de Agentes Multiplicadores (Agentes Agita). A importância da imprensa e dos "Agentes Agita" na divulgação da mensagem nas regiões do Estado de São Paulo, parece ter trazido grande contribuição para a continuidade na divulgação da mensagem. Poderíamos ressaltar a presença de um grande número de profissionais e membros da comunidade de cidades do interior nas Jornadas de Formação "Agentes Agita", possa contribuir para a continuidade e apresentação da mensagem nas respectivas regiões. O incremento do número de mensagens por ano, bem como da qualidade da apresentação da informação, poderia indicar melhoria na apresentação da mensagem, bem como interpretação pelos órgãos de mídia, permitindo melhor eficiência na intervenção populacional.

Em levantamento recente realizado pelo Programa Agita São Paulo em parceria com o Instituto Municipal de Ensino Superior (AGITA NEWS, janeiro/fevereiro, 2000 – não publicados) mostrou que na região do ABC, 19,5% dos 641 entrevistados maiores de 18 anos, já ouviram e conhecem os objetivos do Programa AGITA SÃO PAULO. Interessante salientar que 48% dos indivíduos que sabem do objetivo do Programa AGITA SÃO PAULO, disseram que o Programa estimula a prática de atividades físicas e exercícios; 16% citaram que há a preocupação com qualidade de vida, melhoria da saúde com a atividade física e 14,4% relacionado a saúde e atividades de lazer.

HOFSTETTER, et al (1995), analisaram

a exposição da mídia em grupos de adolescentes com diferentes grupos étnicos. O estudo mensurou o tempo que as pessoas assistem TV como critério de mídia televisiva, encontrando que os adolescentes permaneceram em média 2,4 horas/dia assistindo TV durante o dia. Encontrou uma relação inversa entre o nível de atividade física dos adolescentes e o tipo de programa assistido (esportes e exercícios). Correlação positiva foi observada entre a leitura de jornais/revistas especializadas e o nível de atividade física, concluindo que há uma eficiência na mudança de comportamento dos indivíduos considerando a leitura de aspectos ligados a atividade física. A implementação do papel da mídia em programas de saúde pública necessita ser melhor dimensionada, independentemente das diferenças e preferências dos segmentos populacionais em relação a mensagem e da forma de mídia envolvida.

Em outro estudo, MARCUSS, et al (1998), sugerem impacto positivo de mensagens de programas de saúde na população, em campanhas de mídia. O alto custo na manutenção de programas de mídia muitas vezes impede uma maior eficácia nos programas de intervenção em função do tempo de exposição da mensagem. Nesse sentido, intervenções que foram realizadas com maior frequência apresentaram melhor resultado na aderência populacional. Em relação a atividade física, 80% dos trabalhadores do CDC-Atlanta que receberam informações pela imprensa escrita entre 1996 e 1998 sobre estilo de vida ativo, aumentaram o nível de atividade física (leve-moderado) no tempo livre, ocorrendo de modo geral, participação da família nas atividades propostas, concluindo uma interferência multifacetária no comportamento.

Programas de promoção da saúde baseado em um estilo de vida ativo sugerem que há uma dependência complexa da efetividade na intervenção em função de fatores relacionados a dinâmica social, aspectos pessoais e ambientais. Nesse caso uma programação e planejamento específico dos mecanismos de exposição deveriam ser organizados, principalmente pela possibilidade de exposição das informações, podendo contribuir para a mudança do conhecimento e comportamento populacional.

CONCLUSÃO

Pela análise dos resultados, pudemos concluir que em 27 meses de avaliação da mídia escrita sobre o Programa Agita São Paulo, houve uma exposição das mensagens do Programa ou mega-ações desenvolvidas para os grandes focos, bem como pela ação direta dos parceiros. Esses

resultados nos permitem concluir que a visibilidade atingida, possa nesse período, assim como a médio e longo prazo, modificar o comportamento populacional frente aos benefícios de um estilo de vida ativo, como "passaporte" para melhoria da qualidade de vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, D.; MATSUDO, S.; MATSUDO, V.; ARAÚJO, T.; ANDRADE, E.; ROCHA, A.; ANDRADE, R. & ROCHA, J. PHYSICAL ACTIVITY PATTERNS IN GIRLS AND BOYS FROM LOW SOCIOECONOMIC REGION. *European Journal of Physical Education*, v2, p.85, 1997.
- ANDRADE, D.R.; MATSUDO, V.K.R.; FIGUEIRA JÚNIOR, A.J.; ANDRADE, E.L.; OLIVEIRA, L.C.; MATSUDO, S.M.M. & ARAÚJO, T.L. Programa Agita São Paulo – "Agita a galera- dia da comunidade ativa: Relato de experiência". *Anais do 1º Congresso Brasileiro de Atividade Física e Saúde*, p.99, 1997.
- ARAÚJO, T.; ANDRADE, D.R.; MATSUDO, S. & MATSUDO, V. Relação entre atitude e prática de atividade física regular. *Artus-Revista de Educação Física e Desportos*, v13, n,1, p.121, 1997.
- BETTI, M. Esporte, televisão e espetáculo: o caso da TV a cabo. *Conexões: educação, esporte e lazer*, v.3, n.2, p.74-91, 1999.
- BRAMANTE, A.C. Formulação de uma política setorial de lazer: avaliação contextual do Distrito Federal. *Conexões: educação, esporte e lazer*, v.1, n.2, p.108-125, 1999.
- CASPERSEN, C. J.; POWELL, K. E. & CHRISTENSEN, G. M. Physical activity, exercise and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. *Public Health Reports*, n.100, p.126-131, 1985.
- CAVILL, N. National campaigns to promote physical activity: can them make a difference? *International Journal of Obesity*, v.22, n.2, p. 48-51, 1998.
- COLLINGWOOD, T.R. Providing physical fitness programs to at-risk youth. *Quest*, v.49, p.67-81, 1997.
- FIGUEIRA JÚNIOR, A. J.; ANDRADE, D.D.; ARAÚJO, T.L.; MATSUDO, S.; MATSUDO, V.; ANDRADE, E.L. & OLIVEIRA, L.C. Barreiras para a aderência à atividade física em adolescentes e adultos. *Anais do 1º Congresso Brasileiro de Atividade Física e Saúde*, p.61, 1997.
- FIGUEIRA JUNIOR, A.; OLIVEIRA, L.C.; ARAÚJO, T.L.; ANDRADE, D.R.; ANDRADE, R.L.; MATSUDO, V.K.R. & MATSUDO, S.M. Impacto da mídia não em programa de atividade física: experiência do programa Agita São Paulo entre 1996 – 1998. *Anais do XXII Simpósio Internacional de Ciências do Esporte*, p.159, 1999.
- FIGUEIRA JÚNIOR, A. Potencial da mídia e tecnologias aplicadas no mecanismo de mudança de comportamento através de programas de intervenção de atividade física. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, julho, 2000 (no prelo).
- FIGUEIRA JÚNIOR, A.J. *A Família, o adolescente e suas relações com a prática de atividades físicas em região metropolitana e interiorana do Estado de São Paulo*. Dissertação de Mestrado, São Paulo: Escola de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, 2000.
- HOFSTETTER, C.R.; HOVELL, M.F.; SALIIS, J.F.; ZAKARIAN, J.; BEIRICH, H.; MULVIHILL, M.; KEATING, K. & EMERSON, J. Exposure to sports mass mídia and physical activity among ethnically diverse adolescents. *Medicine Exercise Nutrition Health*, v.4, p.234-242, 1995.

- OLIVEIRA, L. C.; FIGUEIRA JUNIOR, A. J.; ANDRADE, D.R.; ANDRADE, E.L.; MATSUDO, S.M.M.; ARAÚJO, T.L. & MATSUDO, V.K.R. Análise dos fatores determinantes de divulgação na mídia impressa de um programa da promoção da atividade física no principais jornais da região metropolitana de São Paulo. **Anais do XXII Simpósio Internacional de Ciências do Esporte**, p.159, 1999.
- OLIVEIRA, L.C. ; FIGUEIRA JÚNIOR, A.; ANDRADE, D.R.; ANDRADE, E.L.; MATSUDO, S.M.; ARAÚJO, T.L. & MATSUDO, V.K. Results of non paid media disclosure in three years of physical activity promotion program in São Paulo State and its input potential population. **Medicine and Science in Sports and Exercise**, v.32,n.5,p.S46, 2000.
- MARCUSS, B.H.; OWEN, N.; FORSYTH, L.A.; CAVILL, N. and FRIDINGER, F. Physical activity interventions using mass media, print media, and information technology. **American Journal of Preventive Medicine**, v.15,n.4,p.362-378, 1998.
- MANUAL DO PROGRAMA AGITA SÃO PAULO. **Programa Agita São Paulo**, 2ª Edição, CELAFISCS, 1998.
- MATSUDO, V.K.R. "AGITA SÃO PAULO": Passaporte para a saúde. **Anais do 1º Congresso Brasileiro de Atividade Física e Saúde**, p.40-42, 1997.
- MATSUDO, S.M.; ARAÚJO, T. L.; MATSUDO, V.K.R.; ANDRADE, D.R. e VALQUER, W. Nível de atividade física em crianças e adolescentes de diferentes regiões de desenvolvimento. **Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde**, v.3, n.4, p.14-26, 1998.
- MORROW, J. R. and FREEDSON, P. Relationship between habitual physical activity. **Pediatric Exercise Science**, v.6,n.4,p.315-329, 1994.
- MOORE, L.L.; LOMBARDI, D.A; WHITE, M.J.; CAMPBELL, J.L. OLIVEIRA, A.S. and ELLISON, C.R. Influence of parents physical activity levels of young children. **Journal Pediatric**, n.118,p.215-219, 1991.
- REGO, C. Prevalência de fatores de risco na população do Estado de São Paulo. **Revista de Saúde Pública**, v.24,n.4,p.227-285, 1990.
- ROCHA FERREIRA, M.B. Aptidão física numa abordagem antropológica. **Revista de Educação Física e Desporto Artus**, v.16,n.24,p.95-100, 1993.
- SALLIS, J. F. and HOVELL, M.F. Determinants of Exercise Behavior. IN: HOLLLOSZY, J.O and PANDOLF, K.B. **Exercise and Sports Science Reviews**, v.18, p.307-330, 1990.
- SALLIS, J.F. and PATRICK, K. A Consensus on Physical Activity for Adolescents. **Pediatric Exercise Science**, v.6,p.299-301, 1994.
- SALLIS, J.F.; ZAKARIAN, J.M.; HOVELL, M.F. and HOFSTETTER, C.R. Ethnic, socioeconomic and sex differences in physical activity among adolescents. **Journal of Clinical Epidemiology**, v.49,n.2,p.125-134, 1996.
- SALLIS, J.F.; JOHNSON, M.F.; CALFAS, K.J.; CAPAROSA, S. and NICHOLS, J.F. Assessing perceived physical environmental variables that may influence physical activity. **Research Quarterly for Exercise and Sports**, v.68,n.4,p.345 – 351, 1997.
- SURGEON GENERAL REPORT – Physical Activity and Health. **US Department of Health and Human Services, CDC**, 1995.

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA:

Rua Coronel Agenor de Camargo, 535, Apto 22
Vila Assunção - CEP 09020-220
Santo André - São Paulo
E-mail: afigueir.fwb@zaz.com.br