

CAPITULO I

INTRODUÇÃO

A questão da beleza e da estética sempre esteve presente na história da humanidade. Padrões de beleza feminina são criados pelas mídias impressa, televisiva e pela Internet despertando na mulher o desejo de atender a esses apelos publicitários fazendo com que a mulher sinta-se insatisfeita com suas formas criando assim um sentimento de desagrado consigo mesma em relação às suas formas anatômicas externas. O exagero ao culto da beleza em jovens adolescentes e adultos é explicado de forma sintética pelo psicanalista Contardo Calligaris. O psicanalista acredita que a responsabilidade pelo comportamento dos jovens tem muito a ver com as expectativas dos adultos . *"Os adolescentes são sempre excelentes intérpretes do desejo de seus pais "* , afirma Calligaris . *"Assim, consciente ou inconscientemente, acabam realizando os sonhos consumistas dos adultos – que, não raro, se dizem horrorizados com os hábitos dos filhos , mas sentem uma ponta de prazer em vê-los realizar sonhos que eles próprios não querem admitir que têm"*. **Revista Veja - Comportamento** Edição 1904. 11 de maio de 2005. <http://www.anhembibr.com/forumpermanente> 11/07/2007.

Assim as academias de ginástica passam a oferecer cada vez mais serviços de embelezamento físico. São vendidas aulas com exercícios físicos específicos para o embelezamento do abdome, outros para os glúteos ou apenas para as coxas. As mulheres são cada vez mais alvos de campanhas publicitárias vendendo a idéia através de revistas, jornais, internet, televisão, de que as academias têm fórmulas para o embelezamento imediato.

Vende-se a ilusão de que em um determinado número de dias a aluna ficará com o corpo igual ao da modelo do out-door que divulga tais serviços. Yara M. de Carvalho (2004), em seu livro "O mito da atividade física e saúde" diz;

“ Esta é uma época ‘neurotizada’ pela idéia da atividade física como saúde associada à beleza estética como o único caminho para o sucesso, para a felicidade e para o dinheiro”.

A autora ainda cita Featherstone (1991), “quanto mais perto o corpo estiver das imagens de juventude, saúde, boa forma, veiculadas pela mídia, mais alto é seu valor de troca”.

A propaganda focada no corpo da mulher apenas como instrumento de marketing tem despertado o que podemos chamar de “síndrome da auto-aceitação negativa”. Quanto menos a mulher aceitar-se como é, melhor para a indústria do corpo perfeito, se é que existe um “corpo perfeito”, melhor para as indústrias de cosméticos, para as fábricas de roupas esportivas e, principalmente, melhor para a indústria do erotismo. Pois, quanto menos erótica a mulher sentir-se mais intensa será sua busca pela perfeição corpórea externa. Digo externa, porque é o que a propaganda provoca. Fazer a mulher esquecer que é um corpo e despertar nela o desejo de ter um corpo que nunca terá. “Existem várias fazes na vida da mulher: mãe, profissional, esposa, e dona de casa. Em todas elas, a publicidade coloca que para ser feliz e bem sucedida a mulher precisa estar bela e parecer jovem. A cultura do glamour move as lucrativas indústrias de cosméticos, publicações, esportes e academias de ginástica e sua isca é a mulher. A estética encontrou grande aliado na ciência que tem buscado o corpo perfeito, o não envelhecimento e outros padrões ditados pela moda. Um exemplo é o fato da sociedade, em geral, querer permanecer jovem, seja por meio de roupas, maquiagens, cosméticos ou até cirurgias. É a moda cada vez mais tornando as pessoas insatisfeitas consigo mesmas, querendo ser o que na realidade nunca serão.

Olavo Feijó, 1998, explica que “auto-aceitar-se não deve ser passando a expressar todo aquele comportamento negativo que os outros esperam da gente”. Esse autor diz ainda que “auto-aceitação é a postura de canalizar para o próprio benefício, para a própria construtividade, aquelas nossas características até então consideradas negativas e positivas. Auto-aceitação implica em uma reorientação das atividades físicas e mentais do organismo. É um movimento de reaprendizagem, em função da auto compreensão atingida pela pessoa”.

É preciso um enorme esforço de memória para tentar lembrar se existe alguma academia de ginástica que tenha em sua fachada ou em seus tablóides ou mesmo em anúncios de revistas, jornais e televisão, algum apelo de marketing

voltado para a família, terceira idade, pessoas com necessidades especiais ou pessoas necessitadas de algum tipo de reabilitação física. Porém já é possível encontrar academias voltadas para o condicionamento físico, para a saúde, para o bem estar. Podemos citar como exemplo a Academia Gustavo Borges que tem o seguinte slogan: “Academia Gustavo Borges, Natação e Bem Estar”. Mas é insignificante o numero dessas academias pois os apelos são sempre direcionados aos padrões que a sociedade considera como “belos”. As imagens são em geral de mulheres em poses insinuantes vendendo a fantasia e o objeto de desejo da própria mulher, seu “corpo perfeito”. Aqui é importante citar a que se presta a tecnologia. “De que modo a tecnologia se insere nesse universo da beleza-saúde? Os corpos que vemos diariamente em televisão, jornais, revistas, vídeos, internet e na mídia em geral, “são imagens, na maioria dos casos, que já foram trabalhadas por computadores altamente refinados que as elaboram de modo a “limpar” qualquer imperfeição esteticamente não desejável. As revistas que veiculam o nu e as atrizes que são dubladas nas cenas de nudismo podem ser exemplos desses avanços e da informática CARVALHO, Yara (2004).

Maria Augusta, (2000), vai além:

“A propaganda descaracteriza o significado afetivo nas relações sexuais, o corpo erotizado é uma mercadoria a serviço do aumento do consumo. O U.S. Department of Health and Human Service citado por Viana Filho, 2003, esclarece que a minoria da população se preocupa com a melhoria da aptidão física, da saúde, da qualidade de vida, ou seja, a outra parte da população, que é a grande maioria, está cada vez mais se preocupando com o estético”.

Talvez um dos fatores que proporcionam a alta rotatividade de alunos de Academia de Ginástica seja o resultado do ideal estético apregoado, posto que ele é inatingível para a maioria das pessoas, SABA, Fabio (1999).

E esse aspecto é um dado importante quando nos referimos às mulheres que iniciam treinamento em academia de ginástica em busca do corpo perfeito.

O medo do feio não reflete o medo da morte? Não seria a gordura o monstro que a medicina atual tenta combater? Não estaria a condição humana dependente de um retardamento da morte, da dor, do sofrimento? Novaes, Joana (2006).

Mesmo com todo o marketing de embelezamento um grande número de mulheres de todas as classes sociais, não aderem aos exercícios físicos em academia de ginástica. Esperamos encontrar nesse estudo respostas a essa evasão de alunas de academia. Acreditamos que essa pesquisa possibilitará entender as reais necessidades dessas mulheres e assim as academias e professores poderão adequar o ambiente de treino, encontrar o melhor tipo de exercício, para que essas alunas tenham estímulos para continuar treinando.

“Descobrir estas razões, será possível desenvolver algum tipo de estratégia motivacional baseada no desejo das pessoas e assim diminuir a taxa de abandono nos programas de atividade física que chega a 70%. Estudar a aderência é de primordial importância para as academias e para essas alunas” FREITAS JR. 1994 (2005 *apud* FERREIRA, Daniel et cols).

Este estudo objetiva encontrar respostas à alta rotatividade de mulheres nos treinamentos em academia de ginástica.

Segundo SABA(2001) “aderência pode ser entendida como o ápice de uma evolução constante, rumo a prática do exercício físico inserida no cotidiano de um indivíduo”. As influências sociais da família e amigos são também de extrema importância à manutenção da atividade física, pois esse suporte social incentiva o praticante a manter o interesse em continuar fisicamente ativo, DISHMAN ,1998 (2001 *apud* SABA).

Mas no nosso estudo não nos preocupamos com os indivíduos em geral, nos atemos às mulheres que são persuadidas pelo marketing de fitness a se matricularem em academia de ginástica.

Essa direção do nosso estudo deve-se a experiências empíricas obtidas trabalhando durante 15 meses em uma academia de ginástica na periferia da zona sul de São Paulo.

CAPÍTULO II

JUSTIFICATIVA

A crescente preocupação com a saúde e o bem-estar pode ser sentida pelo aumento do número de academias ou devido ao aumento do número de profissionais que sem opção no mercado de trabalho acabam abrindo academias em todas as regiões do país. Segundo dados do Instituto Fitness Brasil (organizador de eventos na área), em 1999, o País contava com aproximadamente 4 mil academias. Hoje, esse número saltou para 7 mil, que em 2005 movimentaram aproximadamente R\$ 1,6 bilhão. Além disso, segundo a Body Systems, que desenvolve programas de exercícios nas academias 60% das matrículas são feitas por mulheres e os outros 40% por homens.

A esse respeito NOVAES, Joana Vilhena (2006) afirma:

“Das academias de ginástica e dança que proliferam, dos anabolizantes que são consumidos como jujubas, das lojinhas de produtos naturais que prometem saúde perfeita às inúmeras práticas de trabalhos corporais, tudo nos leva a crer que o corpo passou a ocupar um novo lugar em nossa sociedade e, conseqüentemente, em nossa estruturação Psíquica. Cultivar a beleza, a boa forma e a saúde apontam para uma nova ideologia que se impõe como um verdadeiro estilo do bem viver. Revistas especializadas propagam qual o corpo devemos ter e desejar, e como atingir esse ideal e utiliza-lo de forma mais eficaz. O corpo assim visto passou a ser como um passaporte para a felicidade, bem estar e realização pessoal.

Nossa experiência empírica obtida trabalhando em academia de ginástica e com base em SABA (2001), permite-nos ver que o sistema de consumo que valoriza o corpo feminino, que engana a natureza, que promete o impossível às mulheres, da mesma forma que as levam à academia para iniciar um treinamento as fazem desistir quando em poucos meses percebem que o prometido não foi alcançado e nesse momento em que elas deixam de treinar levam consigo a frustração, a baixa auto-estima, a decepção com a academia e com os professores

e nunca mais voltam a praticar atividade física ou voltam meses depois instigadas por novos apelos de marketing voltando a desistir outra vez pouco depois, é um círculo vicioso que inibe a Aderência à Atividade Física em Academia de Ginástica.

Quando perguntadas, no primeiro dia de treino, sobre o que elas esperam da academia, quais seus objetivos com o treinamento, todas ou a grande maioria responde:

“Quero ganhar um pouco aqui, apontando para os glúteos, mas não quero ganhar aqui, apontando para os ombros e braços, senão vou ficar como um homem”;

“ A única coisa que eu quero é ter os quadris mais largos, mas não muito, só um pouco”;

“Em cima estou muito bem só quero melhorar um pouco em baixo”;

“Só quero treinar pra perder a barriga, mais nada”, “Quero um pouco de músculo, mas eu não vou ficar muito grande?”

Isso só ratifica a tese de mestrado de Joana Novaes (2001), Perdas no Espelho, que deu origem ao livro por ela escrito “O Intolerável Peso da Feiúra, PUC-RIO (2006), ou o erotismo do corpo feminino citado por Maria Augusta, (2000), e também a “auto-aceitação” negativa de Olavo Feijó, 1998 (2003 *apud* LEONE, Danile).

E como não concordar com Yara Maria de Carvalho (2004), quando de forma crítica diz que:

“uma vez que ter “boa aparência” é o caminho para um estilo de vida “de sucesso”, “de prazer”, as pessoas vêm-se impelidas a se sujeitar a hábitos que muitas vezes não condizem com “a promessa”.

Os apelos de marketing criam padrões de beleza exterior, mexendo com as cabeças das pessoas, criando nelas desejos incontroláveis de serem “belas” e até sentindo-se doentes por sentirem-se feias.

Algumas perguntas surgem então: “Essas pessoas têm saúde?”, “Se são doentes, a academia é o lugar certo para curá-las?”, “Se a academia é o lugar certo, os professores que lá trabalham são preparados para atendê-las?”, “Conseguirão

esses professores motivar essas pessoas fazendo com que elas adiram ao treinamento na academia?”, “E as mulheres, conseguirão satisfazer seus desejos anatômicos criados pelo marketing da ditadura da beleza?”

CAPÍTULO III

REVISÃO DE LITERATURA

Atividade Física

A prática dos exercícios físicos vem da Pré-História, afirma-se na Antiguidade, estaciona na Idade Contemporânea, RAMOS (1982).

A evolução da atividade corporal humana é um espelho fiel das condições culturais de cada período refletindo, para cada era histórica seus conceitos de mundo e de homem e a relação dos homens entre si com a natureza, SABA (2001). Considerando que a vida humana é atribuída ao movimento e este é vital para seu bem estar, sabe-se que a natureza da sociedade parece contribuir ao longo do tempo para uma crescente forma de vida sedentária, Oberteuffer & Ulrich, 1977 (2004 *apud* SOARES, Themis).

Assim, entendendo esses autores podemos dizer que quanto mais a sociedade contemporânea evolui menor a necessidade de prática de atividade física. E, para fortalecer esses pensamentos LEITE, Turíbio (2002), diz que:

O vilão do comodismo atual é um elemento de grande utilidade para a produtividade e de enorme prejuízo para a saúde do ser humano: o botão! LEITE, Turíbio (2002) diz ainda que é o botão do automatismo, a tecla ou dispositivo que acionam os mecanismos automáticos, elétricos e eletrônicos que, pouco a pouco, vão substituindo o trabalho físico por máquinas, engrenagens e chips.

Não podemos negar essa evolução tecnológica que facilita a vida de todos, que permitem ao homem evoluir nas comunicações, na produtividade, na criatividade, no conhecimento, LEITE, Turíbio (2002).

Entretanto, apesar dessas considerações preliminares sobre a atividade física, notamos uma preocupação crescente com a saúde por parte das pessoas, e há também um maior cuidado com o corpo e a estética corporal, despertando interesse nas pessoas para a realização de atividades na forma de exercícios físicos, SOARES, Themis (2004).

Nosso organismo está, há milhões de anos, adaptado para interagir com o meio ambiente de forma ativa, LEITE, Turíbio (2002). A sobrevivência do ser humano sempre dependeu de atividades físicas, associadas a um gasto energético significativo LEITE, T. (2002). Todo o raciocínio que estrutura o conhecimento da saúde humana considera que um indivíduo deva gastar por dia de 2.000 a 3.000 calorias, dependendo de sua massa corporal, LEITE, T.(2002).

Contudo, esse valor torna-se cada vez mais distante da realidade. Estamos acrescentando mais e mais recursos para economizar energia.

LEITE, T. (2002) diz que:

O “Botão” é o culpado por toda essa economia de energia e faz um levantamento de quantas vezes por dia apertamos um botão e economizamos energia:

- . Alguns já começam o dia apertando o botão da escova de dentes elétrica;
- . Na cozinha encontramos ainda a cafeteira elétrica, microondas, liquidificador, etc.
- . Botão do elevador para descer do apartamento para o estacionamento;
- . No carro, o botão que aciona o vidro elétrico, a direção hidráulica e o botão para trancar o carro;
- . Durante o dia temos os botões no telefone, no interfone e as teclas do computador;
- . Depois de um dia “exaustivo” apertando botões, chegamos em casa, onde poderemos usufruir dos botões que proporcionam maior prazer e entretenimento, incluindo, é claro, os botões do controle remoto da televisão.

LEITE, T. (2002) ainda alerta que não vale apertar os botões de estimuladores elétricos para levar choques em vez de se exercitar.

Benefícios da Atividade Física

a) Psicobiológicos

Ritmos Biológicos

Para falarmos sobre aspectos psicobiológicos e exercícios físicos precisamos fazer uma reflexão sobre “ritmos biológicos”. Os ritmos biológicos são individuais, ou seja, cada indivíduo tem o seu. Mello et alii, 2005, esclarece que “os ritmos biológicos são conhecidos como ritmos circadianos, ciclando em cerca de um dia ou de 24 horas”. Se esse ciclo varia de indivíduo para indivíduo pode estar nesse ponto umas das possibilidades de difícil aderência à atividade física em academia de ginástica, visto que, a maioria das academias tem horários diferenciados de treinamento com preços variados conforme o horário. Essa determinação de horário faz com que muitos dos alunos tenham que treinar em horários em que seus organismos fisiológicos não se adaptam à atividade física. Essa situação pode tornar os exercícios físicos enfadonhos, cansativos e estressantes causando a desistência dos exercícios físicos em academia de ginástica. Dispostos a seguir os aspectos psicobiológicos estudados por Mello et alii, 2005, tais como: Sono, Transtorno de Humor, Memória, Dependência de Exercício Físico e Esteróides Anabolizantes.

O Sono e o Exercício Físico

Não cabe aqui nesse nosso estudo detalhar cientificamente o que é o sono nem a relação sono-vigília. O importante para nosso estudo é identificar o benefício dos exercícios físicos para o sono. Mello et alii (2005), diz que “as causas mais comuns de prejuízo do sono são a restrição e a fragmentação.

A restrição do sono pode ser resultado da demanda de trabalho ou escola, responsabilidade familiar, uso de medicamentos, fatores pessoais e estilo de vida.” Mello, et alii, 2005 afirma ainda que;

[...] a fragmentação resulta em um sono de quantidade e qualidade inadequadas, sendo consequência de condições médicas e/ou fatores ambientais que o interrompem. Como consequências da alteração do padrão de sono pode ocorrer reduções da eficiência do processamento cognitivo, do tempo de reação e responsividade atencional; além de déficit de memória, aumento da irritabilidade, alterações metabólicas, endócrinas e quadros hipertensivos.

[...] os exercícios são reconhecidos pela American Sleep Disorders Association como uma informação não-farmacológica para a melhora do padrão de sono. Mello et alii, enfatiza ainda que, efetivamente, a prescrição de exercícios físicos com essa finalidade ainda é reduzida, possivelmente como um reflexo da falta de conhecimento por parte de professores e médicos dos benefícios dos exercícios nessa área”.

Transtornos de Humor e o Exercício Físico

Segundo Mello et alii (2005), estudos realizados nos EUA afirmam que a prática sistemática do exercício físico para a população em geral está associada à ausência ou a poucos sintomas depressivos ou de ansiedade. Mello et alii (2005) diz ainda que compreender a intensidade e a duração adequadas do exercício físico é necessário para que possamos observar os efeitos do exercício em sintomas ansiosos e depressivos. Embora haja um consenso de que a prática de exercícios físicos atua na redução de transtornos de humor, não há um consenso de como isso ocorre. Mas, segundo Mello et alii(2005),

Os benefícios da prática de exercício físico para portadores de transtorno de humor são evidentes. O aumento dos níveis de qualidade de vida dessas populações é um consenso entre os estudiosos desse aspecto psicobiológico. No entanto, Mello et alii, 2005, explicita que o que deve ser considerado para que os benefícios do exercício para portadores de transtornos de humor é a monitoração da atividade aeróbia ou anaeróbia em termos de tempo e não em termos de carga de trabalho (relação volume x intensidade).

A memória e o Exercício Físico

“Apesar de existirem na literatura evidências de que o aumento da capacidade aeróbia melhora as funções cognitivas outros estudos não confirmam tais evidências da literatura, Mello et alii (2005).¹

Apesar das controvérsias estudos epidemiológicos confirmam que pessoas ativas têm menos riscos de serem acometidas por doenças mentais do que pessoas sedentárias, demonstrando assim que os exercícios físicos exercem benefícios também sobre as funções cognitivas”, Mello et alii (2005).

¹ Mello, et alii (2005) não deixa claro quais são esses estudos.

b) Outros Benefícios

LEITE, T (2002), em sua obra “O Programa das 10 Semanas” 1ª. edição, São Paulo, cita outros benefícios da atividade física como se segue:

. Psicossociais:

Aumento da auto-estima, redução da Depressão. manutenção da autonomia, aumento do bem-estar social, melhora da auto-Imagem, redução do isolamento social.

. Fisiológicos:

Redução da pressão arterial. controle do peso corporal, melhora da mobilidade articular, aumento da força muscular e da resistência física.

. Composição Corporal:

Diminuição do tamanho das células adiposas, aumento do peso corporal magro, proteção contra perda de tecido magro, elevação do metabolismo, controle ponderal em longo prazo.

Esses são alguns benefícios que a atividade física trás para a saúde baseados nesses renomados profissionais da saúde, Dr. Turíbio Leite de Barros e Dr. Marco Túlio de Mello. Mas podemos citar muitos outros benefícios, como melhora da massa óssea, evitando ou controlando a osteoporose, melhora do sistema circulatório, controle do diabetes, MACARDLER, KATCHER, KATCHER (2001). Podemos perceber, com base nos autores citados, que grande parte dos trabalhos desenvolvidos que têm como objeto, ou como tema, a questão da saúde e atividade física fundamentam-se em uma perspectiva biologista para qual a saúde, na maioria das vezes, restringe-se à ausência de doença; a atividade física é entendida como execução de práticas físicas por meio de modalidades esportivas CARVALHO, Yara (1998). A autora faz essa citação no livro de sua autoria “O mito da atividade Física e Saúde”, com a qual concordamos principalmente se voltarmos nossos olhos às grades curriculares dos cursos superiores de educação física que forma mão-de-obra apenas. E isso não se restringe só às universidades particulares mas encontramos a mesma filosofia na maioria das universidades públicas. São

cursos que enfatizam o esporte, a estética, os músculos. Não se fala sobre a saúde coletiva, sobre a política de saúde mesmo sendo a Educação Física parte da pasta da saúde. Se pensarmos em licenciatura também há problemas pois também não existe um curso de Educação Física voltada para a educação e, quando existe, os conflitos são enormes entre os departamentos de educação e os departamentos de educação física. Temos então 6 binômios inconclusivos: “Educação Física-Saúde”, Educação Física-Esporte”, “Educação Física-Estética”, “Atividade Física-Educação”, “Atividade Física-Exercício Físico”, “Educação Física e Marketing de Consumo”. O que é mito, o que é verdade, o que é saúde, o que é doença?

E os nossos professores de educação física formam-se na universidade capacitados a que? E as “Academias de Ginástica, contratam professores, vendem serviços diversos. Estão dentre esses serviços a preocupação com a saúde dos alunos, da educação, do esporte, do exercício físico ou estão simplesmente a serviço do Mercado de Consumo?

Percebemos então uma situação dialética em relação aos professores de educação física de academia de ginástica. O professor estuda educação Física, portanto, é um profissional da saúde, mas a grade curricular não atende as exigências da saúde coletiva. Temos então um profissional da saúde, que não estudou para esse fim, que aprendeu a pensar em educação física para o esporte, para a estética do “bumbum sarado e barriga tanquinho”, trabalhando em academia de ginástica que é estruturada para atender o mercado de consumo, para remunerar o capital, para gerar lucro. Pensando por esse enfoque voltamos ao livro “O mito da Atividade Física e Saúde”, em que CARVALHO, Yara (1992) define atividade física como;

“mercadoria que é veiculada pelos meios de comunicação de massa tende também a ”assumir as características dos empreendimentos do setor produtivo ou de prestação de serviços capitalistas, ou seja, empreendimentos com fins lucrativos, com proprietários e vendedores de força de trabalho, submetida às leis do ‘mercado Bracht, 1989:89 (1992 APUD CARVALHO, Yara)’.²

² Bracht quer dizer que a Academia de Ginástica é como se fosse uma indústria ou qualquer outro estabelecimento comercial que compra e vende produtos apenas com a finalidade de obter lucro.

CAPÍTULO IV

MARKETING DE ACADEMIA DE GINÁSTICA

Fazendo um estudo etimológico dos termos Marketing e Academia temos que Marketing significa comprar e vender (Dicionário Michaelis) e Academia de origem grega, akadēmía, “podia ser a corporação de sábios, ou a corporação de estudantes de qualquer estabelecimento de ensino médio ou superior, ou mesmo um sarau instrutivo ou recreativo. Akadēmía deriva de Akadèmus, nome de um jardim em Atenas, inspirado em um herói grego mitológico, onde Platão ministrava suas aulas de filosofia” Saba (2001). “Nos dias atuais, o significado que tomou para si a expressão Academia de Ginástica foi o mais simples e o mais amplo de todos: o lugar, ou a escola, onde se ministra a instrução física” Saba (2001). Para ilustrar ainda mais se faz necessário passar pelo significado da palavra ginástica. Termo este que tem origem no Latim, gymnastica, originado do grego, gymnastiké Saba (2001). Desmembrando a palavra grega temos o termo gymnos que significa “sem roupa, nu, ou com muito menos roupas do que se costumava usar no cotidiano” Saba (2001). A explicação para esse termo gymnos é que os gregos praticavam exercícios totalmente ou quase completamente nus.

Nos dias de hoje o conceito de ginástica é bastante diverso.

“Academia de Ginástica é o termo que se tornou mais conhecido dos centros de prática de exercícios físicos” Saba (2001). Isso posto seria natural entendermos Marketing de Academia como sendo o “local onde alunos se encontram para a prática de compra e venda”. Partindo dessas análises poderíamos facilmente dizer que Academia é um local onde se fabrica corpos para atender o mercado de consumo e se acrescentarmos o termo Ginástica poderíamos entender como “local onde se comercializa corpos nus”.

Voltando à contemporaneidade podemos encontrar nos dias de hoje em bibliotecas de universidades onde se estuda Educação Física em nível superior livros que ensinam aos alunos de Educação Física o que é Marketing de Academia.

O livro “Marketing de Academia”, Leite Neto (1994), é dividido em cinco partes. Na primeira parte o autor trata de salários, piedade com os funcionários, informalidade no relacionamento entre patrão e empregados, motivação do funcionário e necessidades dos funcionários. Na segunda parte o autor trata da “Trilha do Sucesso” e o “Despertar da Consciência”. Nessa parte o aluno de Educação Física aprenderá que o objetivo maior de uma academia de ginástica é o lucro. Aliás é normalíssimo, nenhum empreendedor investe sem objetivo de lucro. Sem lucro não há negócio. Porém, explicita o autor com enorme lucidez que, a academia não pode visar apenas lucro, que a academia não pode ser um negócio puramente comercial. O autor complementa, “não podemos dirigir programas generalizados ao extremo”. “É nossa obrigação personalizar o atendimento ao máximo possível”.

O referido autor em momento algum ensina ao leitor que academia de ginástica atende seres humanos com cabeça e corpo e que estes seres humanos têm necessidades que precisam ser atendidas pra sentirem-se felizes e com vontade de retornar no dia seguinte. São 109 páginas voltadas para a academia de ginástica apenas como um empreendimento que presta serviço visando lucro.

O livro “Qualidade Total em Academias”, Nogueira (1997) traz na página 11 o curriculum do autor. O autor é graduado em Educação Física. Sabemos que o curso de Educação Física é um curso voltado para a saúde, para o treinamento esportivo e para a educação. No entanto o autor preocupou-se em pós-graduar-se em Marketing Esportivo. São diversos cursos de especialização, todos direcionados à gestão de academia. Continuando com o livro “Qualidade Total em Academias”, Nogueira (1997), as citações a seguir são no mínimo curiosas. O autor define “Qualidade Total” como: “Acompanhar constantemente e procurar satisfazer as necessidades dos clientes da melhor forma possível e levar toda a equipe à modernização, eficiência e eficácia de forma educativa e progressiva, inovando e avaliando os processos para oferecer vantagens claras e indiscutíveis”. Teoricamente é um conceito muito bom, porém genérico e superficial pois não há uma página sequer que trate das necessidades do cliente. E indo mais adiante na página 63 o autor mostra uma caricatura interessante. Ensina como vender um horário específico com o seguinte apelo: “Troque a sua hora de almoço

por saúde e malhação com 40% de desconto”. O modelo exposto no leiaute da peça publicitária é um “obeso comendo vorazmente”.

Analisando outro livro “Gestão em Atendimento”, Saba (2004) usou 123 páginas pra ensinar como gerir uma academia com a maior lucratividade possível sem reservar uma página sequer para ensinar que o aluno da academia é a razão de ser do empreendimento e que suas expectativas devem ser sempre superadas.

Por último encontramos um livro na biblioteca da universidade, “(Re)” Projetando a Academia de Ginástica, Nobre (2000) com características voltadas a ensinar como o aluno deve ser tratado e principalmente a importância de se abrir as portas da Academia de Ginástica para atender populações especiais como, Cardiopatas, Diabéticos, RPG, Deficientes Físicos, Deficientes Intelectuais, Portadores de Osteoporose, Reabilitação Física, Obesos, Terceira Idade e por ultimo o autor de forma brilhante cita o publico feminino como um publico especial.

O referido autor, Nobre, demonstra em seu livro que essas preocupações devem existir antes da abertura da academia. E que deve fazer parte do projeto da academia qual público será atendido e se forem diferentes públicos como deve ser o tratamento para cada um.

Os livros citados podem ser encontrados nas bibliotecas de faculdades de educação física entre livros de treinamento físico, saúde e educação. Podemos perguntar o porquê de estarmos escrevendo sobre os livros citados. A resposta está na necessidade de discernirmos sobre a real missão dos profissionais de educação física. Os cursos de licenciatura devem preparar o professor para a educação. Ou seja, a Educação Física para a educação. Os cursos de Licenciatura Plena preparam os alunos para atuarem tanto na educação como na saúde e no esporte. Se nos basearmos no marketing de academia ensinado por Saba, Leite Neto e Nogueira, o professor de educação física teria que ser preparado para ser um profissional das áreas de compra e venda pois o que esses autores demonstram é que saúde, educação e esporte não fazem parte da missão de Academia de Ginástica.

CAPÍTULO V

PROPAGANDA DE ACADEMIAS DE GINÁSTICA

Nesse item “Propaganda” podem estar respostas importantes que esperamos ajudem a encontrar motivos que levam a mulher a treinar em academia de ginástica e porque não aderem aos exercícios físicos.

“A propaganda sempre teve o objetivo de persuadir na venda de produtos e serviços para os mais diversos públicos. Ela acompanha mudanças e consegue transformar produtos materiais e simbólicos em objetos de desejo e de consumo. É nessa perspectiva que se define que a propaganda é uma tática mercadológica, um instrumento de vendas. Pode parecer óbvio, mas essa é uma obviedade que precisa ser certamente revista, porque a atividade publicitária é tão complexa e rica em dimensões humanas e tecnológicas que raramente os seus profissionais desviam-se do objetivo do mercado, ALDRIGHI, 1995

“A propaganda trabalha com arte, criatividade, raciocínio, moda, cultura, psicologia, tecnologia, enfim, um complicado conjunto de valores e manifestações da capacidade humana” ALDRIGHI, 1995, p.54. “A propaganda produz um excesso de imagens e informações que ameaça nosso sentido da realidade, TUNICO, Alecsandro Bariani (2005). “É preciso então, com base nas definições, ter cuidado com a propaganda, “que pode ser uma verdade ou uma mentira, uma farsa, uma simulação”. TUNICO, Alecsandro Bariani (2005)³. A esse respeito BAUDRILLARD, 1991 conceitua simulação dizendo que “ Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem”.

“A sociedade convencional enfrenta problemas morais, sociais e econômicos. Com a constante mudança de valores, novas verdades tomam conta da atual conjuntura da sociedade contemporânea. Assim, a propaganda explora o erotismo para inseri-lo como componente de felicidade adquirido pela posse de um corpo atraente, sexualizado, consumível, prazeroso, conforme diz Barreto (1982, p.84) citado por TUNICO, Alecsandro Bariani (2005). A propaganda de academia que simula e dissimula a perfeição física do corpo feminino não seria uma caso de estudo de semiótica?

³ Para entender melhor o que Tunico escreve sugerimos ler SIMULACROS E SIMULAÇÕES Baudrillard (1991)

Vejamos então algumas propagandas que visam levar pessoas à adesão de práticas de exercício físicos em Academias de Ginástica.

1- FIGURA 1



Propaganda da academia Bio Ritmo ,www.bioritimo.com.br, 10/06/2007,22:00h.

2) O site www.listas.cev.org.br, janeiro/2005, 21:00h, cita o seguinte:

“Uma mulher enviou a Runner e distribuiu o seguinte e-mail por aí...”“Ontem vi um outdoor da Runner, com a foto de uma moça escultural de biquíni e a frase: Neste verão, qual você quer ser? Sereia ou Baleia?

Respondo: Baleias sempre estão cercadas de amigos. Baleias têm vida sexual ativa, engravidam e têm filhotinhos fofos.

Baleias amamentam. Baleias nadam por aí, cortando os mares e conhecendo lugares legais como as banquisas de gelo da Antártida e os recifes de coral da Polinésia. Baleias têm amigos golfinhos.

Baleias comem camarão à beça. Baleias esguicham água e brincam muito. Baleias cantam muito bem e têm até CDs gravados.

Baleias são enormes e quase não têm predadores naturais. Baleias são bem resolvidas, lindas e amadas.

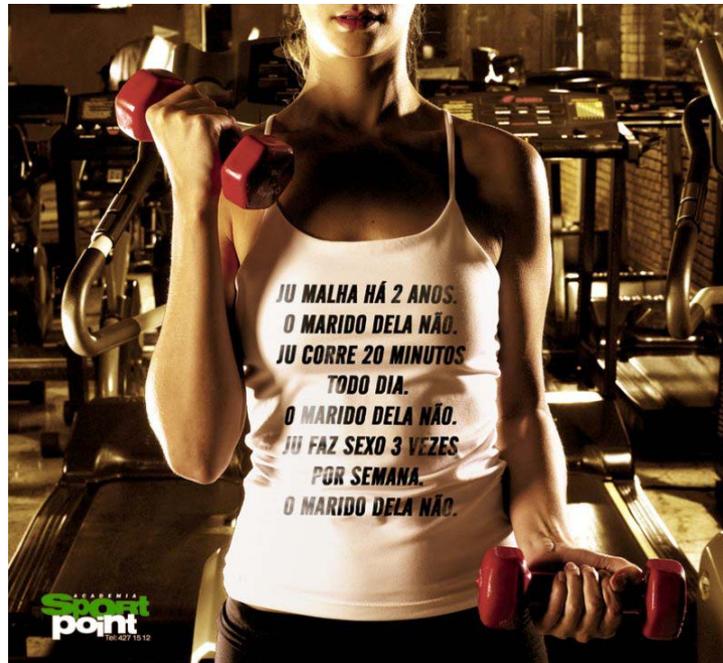
Sereias não existem. Se existissem viveriam em crise existencial: Sou um peixe ou um ser humano?

Não têm filhos, pois matam os homens que se encantam com sua beleza. São lindas mas tristes e sempre solitárias... Runner querida, prefiro ser baleia!”.

3) FIGURA 2

Sugestão para propaganda de ginástica no site

www.photos1.blogger.com/blogger/3237/1946/1600/15242.jpg, junho, 2007



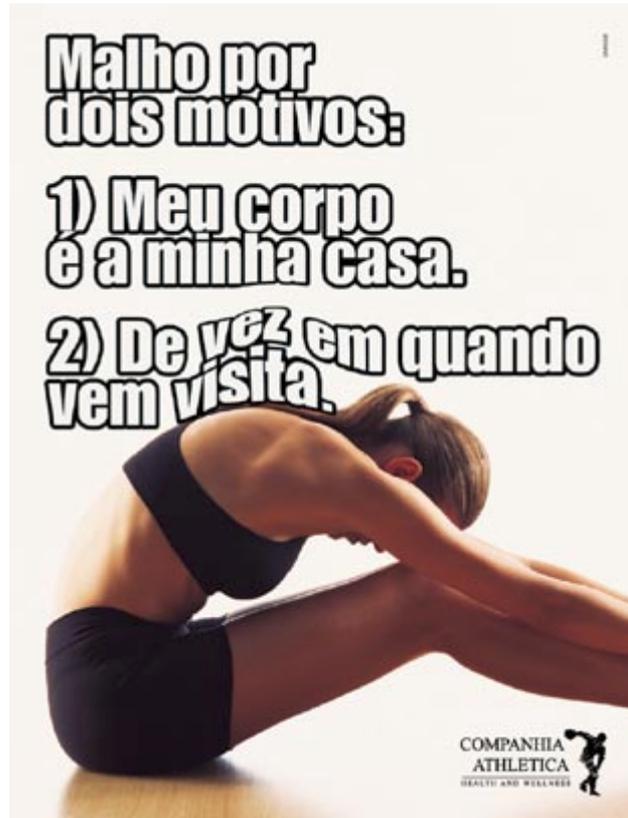
“Transcrição do texto da camiseta da modelo: *JU MALHA HÁ 2 ANOS. O MARIDO DELA NÃO. JU CORRE 20 MINUTOS TODO DIA. O MARIDO DELA NÃO. JU FAZ SEXO 3 VEZES POR SEMANA. O MARIDO DELA NÃO.*”

4) FIGURA 3



www.runner.com.br, 18 junho 2007

5) FIGURA 4



<http://images.google.com.br/images?q=outdoor+de+academia+de+ginastica&gbv=2&ndsp=20&svnum=10&hl=pt-BR&start=40&sa=N> 18/06/2007

Podemos, com base nos exemplos acima, sugerir que se a cliente matricular-se na academia conseguirá adquirir físicos semelhantes às modelos ou que toda mulher que treina em academia terá suas necessidades sexuais atendidas fora do casamento?

O que dizer do prazo de 45 dias que a propaganda da Bio-rítmo oferece. A mulher que aderir ao treino ficará com o físico igual ao da modelo?

E o que pensar de uma propaganda que chama as obesas de baleias e as magras de sereias?

As propagandas acima sugerem que é preciso ter saúde para ter físico “perfeito” ou que o corpo “perfeito” é sinônimo de saúde?

Essas questões podem ter respostas na bibliografia que norteia nossa pesquisa, como o livro “O intolerável Peso da Feiúra”, Novaes, 2006, no capítulo “No Reino das Academias”.

A autora explicita respostas de alunas de academia à pesquisa realizada por ela como veremos no próximo tópico desse nosso trabalho.

Obteremos conhecimento real sobre o que o marketing da ditadura da beleza pode fazer com algumas mulheres além de começarmos a entender porque a aderência aos exercícios físicos em academia de ginástica é tão difícil para grande número de mulheres que não possuem atributos físicos genéticos levando-as à insatisfação consigo mesma e ao conseqüente abandono às práticas de atividade física.

CAPÍTULO VI

ACADEMIA DE GINÁSTICA: FONTE DA BELEZA!?!?

Podemos agora com base no que está descrito em todos os segmentos anteriores entender porque as mulheres vêem a academia de ginástica como a fonte da beleza eterna, da juventude, de testosterona e progesterona. Lendo as respostas que mulheres deram à pesquisa de Joana Vilhena Novaes transcritas em “O intolerável peso da feiúra” (2006) entenderemos o poder e a eficácia das atividades de marketing e propaganda.

No capítulo 4.2.2 “No Reino das Academias” p. 128 do livro “O intolerável peso da feiúra, Novaes (2006) . Novaes define Academia de Ginástica como “ Passo inicial para a construção de um “belo corpo”, esse é o mundo das grandes esperanças, decepções e incríveis sofrimentos”.

As mulheres parecem ter ouvido Certeau, citado por Novaes (2006), “sonhe que faremos o resto” para exprimir a submissão dos sujeitos diante do marketing e das propagandas.

Assim as mulheres passam a sonhar e transferem suas camas para os salões das academias e começa a saga atrás da beleza sonhada. Nas academias suas camas passam a ser os bancos de supino, do peck deck, pulley e tantos outros, sendo um dos principais a máquina que transforma glúteos em “bumbum sarado” além do aparelho que transforma abdome em “barriga tanquinho”.

Pouco importa a idade, a genética, a cultura, se são mães ou não, é preciso sonhar e correr atrás da estética ideal. Pois é isso que mandam as propagandas e as mensagens publicitárias que divulgam a ditadura da beleza.

Se a genética e a idade não ajudam, pouco importa, pois entram em ação a propaganda e o marketing das drogas alternativas e coadjuvantes.

Vejamos então o que algumas mulheres assumem em entrevista com Joana Vilhena Novaes (2006).

“Para todas as nossas entrevistadas (jovens ou não), malhar está associado à saúde, mas também à estética”.

Assim, malha-se:

“Por saúde...pelo coração, para manter a forma”; “por saúde...para ficar forte, enrijecer os músculos”; “...para ganhar mais definição”; “pra ficar sarada”; pra definir melhor”; para ficar bem consigo mesma”; para mim é uma terapia”; “porque faz bem”. (SIC)

Se a “malhação” não resolve, o coquetel de drogas milagrosas pode resolver. “Para conseguir a estética ideal, a cautela no tocante à ingestão de bombas, fat burners ou mesmo anorexígenos é, muitas vezes, deixada de lado”, Novaes (2006).

Algumas mulheres justificam o uso de drogas dizendo:

[...]“Porque malhava pesado”; Porque já tomei de tudo...bomba, aminoácido, fat burner e além disso ainda me trato com ortomolecular”; “Tomo Inadrine que é um Fat Burner, mas vou parar porque está dando taquicardia, sinto agonia, meu metabolismo não se habituou, além disso tomo um estimulante. Sabe quem os receitou? O melhor amigo desses medicamentos é o espelho !” ; “Eu sei que vou morrer mais cedo, mas, tudo bem, até lá eu vivo magra” ; “Quando estou magra, me sinto uma máquina perfeita, bem azeitada, eficiente...”

Mas o que chama mesmo a atenção nas respostas dessas mulheres diz respeito à falta de prazer na prática de exercícios para obter a estética ideal. “Indagadas se gostavam ou achavam divertido malhar, houve quase unanimidade nas respostas: “*Não... eu malho obrigada. Meu sonho é ficar velhinha para poder comer uma macarronada sem culpa*”; “*Não... só quando meu namorado reclama que estou caída*”; “*Não... só gosto pela sensação do dever cumprido... aí eu posso ir correndo para a praia*”, Novaes (2006).

Incrível também a culpa que assumem quando não treinam: “*Lógico... não fiz nada, só estudei... só comia e não queimava*”; “*muito, fico muito complexada... fico nervosa quando como porque não vou queimar*”; “*não... aí eu*

como porque não vejo aquelas meninas todas saradas”; “não... mas a gente murcha logo”; “eu como e não gasto”, Novaes (2006). É como se cometessem pecado mortal por não terem treinado.

Novaes observa ainda que as mulheres mais velhas querem concorrer com as mais jovens muitas vezes com as próprias filhas:

“desde o momento em que resolvi adotar uma outra postura com relação ao meu corpo, colocando-o como prioridade, passei a ter uma grande vantagem em relação às mulheres da minha idade”; “ Outro dia, menina, fui a uma festa da velharia, na

qual a idade média deveria ser de 50 anos... me senti uma deusa, todos os maridos das minhas amigas me olharam. É por isso que hoje em dia só saio com a garotada, com os amigos dos meus filhos, para evitar esse tipo de constrangimento, como roubar marido de amiga minha, por exemplo”, Novaes (2006).

FERNANDES, Rita de Cássia. Significados da ginástica para mulheres praticantes em academia. Revista Motriz, p.107-112 maio/agosto 2005, realizando pesquisa em uma academia de ginástica da cidade de Americana/SP entrevistou 10 mulheres da faixa etária entre 25 e 35 anos. O objetivo da pesquisa era encontrar respostas sobre os significados que a prática de exercícios em academia tem para as praticantes.

No contexto da manutenção da saúde a participante (J) diz *“eu acho melhor continuar pagando uma academia do que esse dinheiro ser gasto com remédio...”*. Dando seqüência à pesquisa a autora identifica que para as participantes *“a correspondência do trinômio formado pela saúde, beleza e boa forma, expressa o entendimento mais restrito do próprio conceito de saúde, como se fosse algo que dependesse, unicamente, do esforço individual, desconsiderando sua complexidade e abrangência. Os significados atribuídos à saúde parecem estar entrelaçados ao bem estar e à estética corporal, considerados em alguns casos como sinônimos”*, Fernandes (2005).

As participantes foram na seqüência da pesquisa indagadas sobre a questão- *“O que é o corpo para você?”*

A participante (A) metaforicamente compara o corpo à uma moldura: *“Eu acho que o corpo é uma moldura, é o que se vê. A princípio você nunca vai*

ver o interior da pessoa, se vê primeiro o exterior, depois o interior. E continua com outra metáfora; “quando a gente vai servir ou colocar uma mesa, você ajeita ela, bonitinha. Você faz um bife gostoso, bem temperado e bem frito, mas só ele. E aí você coloca um bife sem sal, sem tempero, mas todo bonito, com alface do lado. Você olhando, do qual você vai servir, sem saber o que tá dentro. Só de você olhar, é o mais bonito. Eu acho assim, que primeiro, não que eu acho o corpo mais importante. Mas, a princípio de você olhar, a primeira impressão é a que fica”, Fernandes (2005).

Fernandes (2005) finaliza o artigo dizendo “ Lidar com essas questões, seus limites e possibilidades “andar no fio da navalha”, é um desafio que se coloca para a nossa área.

CAPÍTULO VII

Metodologia

Tipo de Pesquisa

Uma das principais características desse estudo é a descrição. Seu objetivo principal é “descrever características de determinado fenômeno ou população, Rudio (2003). Essa característica indica que esse estudo é uma Pesquisa Descritiva. Segundo Rudio (2003), descrever é “narrar o que acontece, e “estudando o fenômeno, a pesquisa descritiva possibilita conhecer a natureza, sua composição, processos que o constituem ou nele se realizam”.

Ainda conforme o referido autor podemos caracterizar este trabalho como uma “Pesquisa de Opinião”, onde “se procura saber que atitudes, pontos de vista e preferências têm as pessoas a respeito de algum assunto, com intuito geralmente de se tomar decisões sobre o mesmo”.

Podemos considerar também esse estudo como “Pesquisa Bibliográfica”, pois segundo Mattos et alli (2004) esse estudo “recolhe e seleciona conhecimentos prévios e informações acerca de um problema ou hipótese, já organizados e trabalhados por outro autor.

A revisão de literatura, como instrumento de pesquisa bibliografia possibilita obter conhecimentos gerais, culturais e científicos já existentes sobre o fenômeno objeto desse estudo”, Mattos et alli (2004). Podemos ainda reduzir todas essas características citadas em “Pesquisa Fenomenológica”. Segundo Daniel Dantas (2004) p. 67, “Fenomenologia é um movimento filosófico do século XX cujo objetivo básico é a investigação direta e a descrição dos fenômenos como experimentados na consciência [...] o propósito principal é estudar os fenômenos ou aparências, da experiência humana [...] é a descrição e o estudo das aparências [...] é a análise cuidadosa dos processos intelectuais dos quais somos introspectivamente conscientes. [...] a experiência vivida do mundo da vida de todo dia é o foco central da investigação fenomenológica”

Objetivo do Estudo

O objetivo desse estudo foi analisar, pesquisar, conhecer e entender o que leva essas mulheres a matricularem-se numa academia de ginástica e abandonarem os treinamentos em curto espaço de tempo. Esse estudo objetiva ainda encontrar respostas ou **despertar nos profissionais de educação física o interesse pela saúde das alunas e não apenas atender as tendências do mercado de consumo**. Motivar essas mulheres, fazê-las entender a importância da atividade física para uma vida mais saudável, fazê-las entender o binômio corpo e mente, inculcar nessas mulheres a auto-aceitação positiva e admirarem-se, amarem-se como realmente são, possa ser o caminho para a **Aderência à Atividade Física em Academia de Ginástica**.

Amostra da Pesquisa

Participaram da pesquisa 47 (quarenta e cinco) mulheres, ex-alunas de academia de ginástica. Primeiramente pesquisamos mulheres indicadas por duas academias de ginástica da zona sul de São Paulo, e a seguir o questionário foi encaminhado aleatoriamente a outras mulheres indicadas pelas que já haviam respondido. Não nos preocupamos com o tempo que as mulheres tinham parado de treinar, nem com a classe social ou profissional da pesquisada. Ser ex-aluna de academia de ginástica foi a condição única para fazer parte da amostra desse estudo.

Procedimentos para a coleta de dados

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário baseado em Saba (1999) com questões fechadas e abertas encaminhado às participantes por e-mail e pessoalmente. O questionário, **ANEXO I**, contendo 17 questões, foi enviado à

mulheres que já tinham sido alunas de academia de ginástica. As respostas possibilitaram entender dados importantes que esperamos poder ajudar os profissionais de Educação Física a verem suas alunas através de suas reais necessidades e a partir dessa visualização e entendimento poder elaborar planos de atividade física na academia de forma que elas sintam-se motivadas a continuar praticando atividade física em academia de ginástica.

Tratamento dos dados

Os dados coletados através das questões fechadas foram tratados de forma quantitativa por meio de procedimentos da estatística descritiva (frequência e percentual). As questões abertas foram tratadas através da interpretação do discurso das respondentes.

Apresentação e discussão dos resultados

Os dados relevantes para o objetivo desse estudo são apresentados a partir do perfil da amostra da população. Em seguida, os resultados da pesquisa de campo são expostos e discutidos. Esperamos responder à hipótese descrita pelo autor e demonstrar dados que atendam os objetivos do trabalho. As variáveis que compõem o perfil da amostra estudada são, as faixas etárias, estado civil e grau de escolaridade.

QUADRO 1- Número de indivíduos total e estado civil distribuídos por faixa etária.

IDADE	n	EST. CIVIL		ESCOLARIDADE	
		Casada	Solteira	2o.Grau	Superior
20-30	26	9	17	17	9
31-40	15	7	8	6	9
41-50	2	1	1		2
51-60	4	1	3		4
TOTAL	47	18	29	23	24
%	100	38,30	61,70	48,94	51,06

A **TABELA 1** mostra as faixas etárias de 20 à 60 anos com distribuição de frequência com intervalo 10 sendo 61,70% solteiras e 38,29% casadas. Esses dados são importantes para conhecimento da população pesquisada com relação aos objetivos e sentimentos que os indivíduos expressam quanto a prática de atividade física em academia de ginástica.

TABELA 1- O QUE VOCÊ ESPERAVA DOS TREINOS NA ACADEMIA QUANTO AOS ASPECTOS PSICOBIOLOGICOS

O QUE VOCÊ ESPERAVA DOS TREINOS NA ACADEMIA					
IDADE	QUANT	Diminuir Stress	Diminuir Ansiedade	Dormir Melhor	Diminuir Depressão
20-30	26	12	6	6	1
31-40	15	9	7	4	5
41-50	2				
51-60	4	1		1	
TOTAL	47	22	13	11	6
%	100	46,81	27,66	23,40	12,77

A **TABELA 2** expressa dados importantes que sugerem ser alguns dos motivos de adesão ao treinamento em academia de ginástica. São aspectos psicobiológicos que conforme Tulio de Melo et col. (2005) têm na atividade física uma alternativa de tratamento não medicamentosa. Podemos notar a importância dada aos quesitos **Bem-Estar Geral, Diminuição do Stress, Diminuir Ansiedade e Dormir Melhor.**

TABELA 2-O QUE VOCÊ ESPERAVA DOS TREINOS NA ACADEMIA QUANTO AOS ASPECTOS “ESTÉTICA E SOCIALIZAÇÃO”.

O QUE VOCÊ ESPERAVA DOS TREINOS NA ACADEMIA					
IDADE	QUANT	Novos Amigos	Reduzir Gordura	Estética Corporal	Diminuir Cansaço
20-30	26	2	14	20	10
31-40	15		7	11	8
41-50	2				13
51-60	4		2	1	
TOTAL	47	2	23	32	31
%	100	4,26	48,94	68,09	65,96

A **TABELA 2** demonstra outros aspectos relevantes quanto aos fatores que fazem com que as mulheres procurem uma academia de ginástica para a prática de atividade física, a **Redução da Gordura Corporal (48,94%)** e a busca por melhor **Estética Corporal (68,09%)**. A **TABELA 3** também ratifica SABA (2001) no que diz respeito ao alto índice de busca por “Estética Corporal”, com “Redução de Gordura” indicando serem itens importantes para se adquirir boa forma física e estética, atendendo assim a “Ditadura da Beleza” citada por NOVAES (2004). A diminuição do cansaço confirma a **TABELA 2** no item Bem-Estar Geral e mostra de forma surpreendente que poucas mulheres se interessam pela socialização. **Apenas 4,26%** das pesquisadas têm interesse em fazer novas amigas no ambiente das academias de ginástica.

Motivos de abandono aos treinos em Academia de Ginástica

Após entendermos o que essas mulheres esperavam do treino em academia de ginástica vamos analisar os motivos que as fazem abandonar os treinos. Temos que **72,34%** das pesquisadas alegam **Falta de Tempo**, **21,28%** abandonam os treinos por **Falta de Companhia** e **34,04%** por **Falta de Motivação Própria**. O quesito Falta de Tempo confirma SABA (1999), o quesito Motivação Própria tem uma participação bem superior àquela apresentada por SABA (2001), mostrando alteração no comportamento da população. Então surgem questões importantes; “São os Professores de Academia de Ginástica preparados para motivarem suas alunas?” “Por que o modelo de treinos de Academias de Ginástica não consegue motivar número tão grande mulheres?”

TABELA 3- Duração da sessão de treino

DURAÇÃO DO TREINO			
ATÉ 45'	DE 45/60'	DE 60/90'	90' ou mais
	18	7	1
	9	3	3
	1	1	
	2	2	
	30	13	4
	63,83	27,66	8,51

Para tentar encontrar respostas aos motivos de abandono aos treinos perguntamos às ex-alunas qual a duração de seus treinos e quantas vezes por semana elas treinavam. Obtivemos os seguintes dados: **63,83%** tinham programa de treinamento com duração de **45 à 60 minutos**. Com respeito às sessões de treino, **53% treinavam 3 vezes por semana**. Outra questão relevante levantada diz respeito ao Tipo de Exercício Físico Praticado. Encontramos os seguintes dados: **72,34% praticavam exercício na Esteira**, **51,06% praticavam Bicicleta Estacionária**, **76,60% musculação** e **53,83% alongamento**. Esses são os exercícios com relevante percentual de praticantes.

TABELA 4- Motivos de abandono aos treinos

IDADE	n	EST. CIVIL		FALTA DE	FALTA DE	FALTA DE
		CASADA	SOLTEIRA	TEMPO	MOTIVAÇÃO	COMPANHIA
20-30	26	9	17	19	8	7
31-40	15	7	8	10	6	3
41-50	2	1	1	2	1	
51-60	4	1	3	3	1	
TOTAL	47	18	29	34	16	10
%	100	38,30	61,70	72,34	34,04	21,28

A **TABELA 4** mostra os motivos mais importantes encontrados na pesquisa para o abandono aos treinos. A Falta de Tempo continua sendo desde SABA, 1999 o principal motivo, porém a Falta de Motivação e a Falta de Companhia apresentam números que devem ser considerados para justificar o abandono aos treinos em academia de ginástica.

TABELA 5- TIPOS DE TREINO

IDADE	n	TIPO DE TREINO							
		Esteira	Bike	Spining	Alongamento	Luta	Musculação	Localizada	Outros
20-30	26	22	18	5	19	1	22	9	1
31-40	15	10	5	3	9	2	12	6	1
41-50	2	2	1	1			1		
51-60	4				2	1	1	1	
TOTAL	47	34	24	9	30	4	36	16	2
%	100	72,34	51,06	19,15	63,83	8,51	76,60	34,04	4,26

Temos na **TABELA 5** o retrato do que ocorre nas academias, é uma constatação empírica. Esteira, Bike, Musculação, Ginástica Localizada, Alongamento e Spinning, são modalidades praticadas pela maioria dos freqüentadores de academia de ginástica. Nota-se que a quantidade de atividades não é compatível com o tempo que as alunas têm disponível para o treinamento, vide **TABELA 4**.

CONCLUSÕES

A faixa etária da população pesquisada compreende as classes de 20 a 30 anos e de 31 a 40 anos equivalentes a 55,31% e 31,91% respectivamente. As faixas de 41 a 50 anos e de 51 a 60 anos representam 12,76%.

O principal motivo de abandono aos treinos é FALTA DE TEMPO e o tempo de cada sessão de treino é de 45 a 60 minutos. Essa informação é muito importante para adequação dos programas de treinamento em termos de qualidade e não de quantidade.

Considerando a grande quantidade de alunas que passavam pela esteira (72,34%) e (51,06%) na bicicleta estacionária e sabendo de forma empírica que o tempo na esteira e na bicicleta é padronizado em 15 minutos em cada aparelho as alunas têm apenas mais 15 minutos para concluir a sessão de treino. Visto que além da esteira e bicicleta 76,60% praticavam musculação e 63,83% alongamento em cada sessão de treino, sugere-se que os treinos devam ser melhor planejados e o tempo que as alunas disponibilizam para as atividades devem ser considerados. Esses dados sugerem ainda que o treino padrão encontrado nas Academias de Ginástica não atende as necessidades das alunas no quesito Tempo. Quando perguntadas se um treino de 40 minutos às ajudaria foram unânimes em responder afirmativamente. Por que então as academias tradicionais não se preocupam com a realidade da mulher moderna que trabalha, cuida dos filhos e estuda...?

FALTA DE MOTIVAÇÃO PRÓPRIA, é outro motivo importante para o abandono aos treinos, variável dependente que pode ser total ou parcialmente eliminada pelos professores da academia. É óbvio que não se consegue motivar alguém a praticar atividade física na academia se o planejamento dessas atividades extrapolam o tempo disponível pelas alunas. Não seria estrategicamente mais conveniente se as academias focassem qualidade ao invés de quantidade?

A expectativa dos indivíduos referente aos ASPECTOS PSICOBIOLÓGICOS também sugere grande importância entre os motivos que levaram essa população a abandonar os treinos.

Os Aspectos Psicobiologicos se desprezados pelos professores de Academia de Ginástica quando do planejamento dos treinos, podem ter seus sintomas acelerados se a mensuração de carga, freqüência de sessões de treino e intensidade não forem individualizadas, MELO, Túlio et cols (2005). No ASPECTO CORPORAL, a ESTÉTICA (68,09%) representa a maior preocupação da amostra populacional pesquisada , em segundo lugar a REDUÇÃO DA GORDURA (48,94%) e em terceiro lugar REDUÇÃO DO CANSAÇO (65,96%).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho sugere mudanças importantes na forma de atuação das Academias de Ginástica. Desde a idealização do empreendimento, o projeto da academia, propaganda e marketing, funcionários administrativos e principalmente os professores, parece-nos que novas metodologias pedagógicas, nova visão empresarial e novos focos de atenção devem ser tomados. Os empreendedores, quando da área de educação física, normalmente não têm capacitação administrativa para gerir negócios. Quando o empreendedor é apenas um investidor que não tem visão na área da saúde e não escolhe corretamente os profissionais que serão responsáveis pelo gerenciamento do negócio o problema é ainda maior.

A começar pela propaganda e marketing de academia que vendem e criam desejos através da erotização do corpo da mulher sem preocupar-se com a saúde coletiva e individual. Essa propaganda que atrai é a mesma que afasta as alunas dos treinamentos.

Os dados coletados para este trabalho nos fazem acreditar que a academia que deveria ser um local onde se busca saúde, bem-estar geral e prazer acaba tornando-se para as mulheres um local de transformação corpórea, um local mágico, fonte da eterna juventude. Quando em poucos meses a aluna percebe que a propaganda não condiz com a realidade acontece o êxodo.

Hoje estamos nos deparando com novas metodologias de treinamento trazidas por empreendedores internacionais que segundo suas estratégias de marketing visam atender essas mulheres que não têm seus objetivos alcançados nas academias tradicionais. São Mulheres, senhoras casadas, mães, donas de casa que estão fora dos padrões que a “ditadura da beleza” impõe à sociedade.

Mulheres com atividades profissionais fora do ambiente doméstico não dispõem de tempo para longas sessões de treino. A padronização, que convencionou-se ser de 15 minutos de esteira, 15 na bicicleta e depois musculação, nossa pesquisa demonstra que o treino torna-se um tédio, causando desmotivação e o abandono às atividades físicas em academia de ginástica.

Para suprir essas necessidades surgem atualmente no Brasil academias denominadas “Express” com metodologia própria com sessões de treino de no máximo 30 minutos. Não queremos aqui dizer o que é certo ou errado mas apenas mostrar que se as academias de ginástica convencionais não tiverem seus conceitos alterados cada vez mais perderão alunas. Nossa pesquisa sugere atenção para os seguintes fatores importantes:

- a) O Marketing de Academia tem que considerar a mulher como um ser humano normal e não apenas como objeto sexual.
- b) A Propaganda que divulga os serviços de Academia de Ginástica é ÉTICA E VERDADEIRA?
- c) É preciso definir qual o real objetivo das Academias de Ginástica; “Saúde, Beleza, Sexo, Venda de Suplemento Alimentar, Bronzeamento Artificial?
- d) Qual a função do Professor de Educação Física na Academia de Ginástica? Atender o Mercado de Consumo, Vender Suplemento “Alimentar”, Promover Saúde através de atividade física, ou vender sonhos?.

Fatores psicobiológicos são também aspectos que devem ser considerados pelos professores de educação física. Apesar de ESTÉTICA e REDUÇÃO DE GORDURA representarem os aspectos mais citados pelas pesquisadas com relação aos motivos que as levam a treinar em academia, os ASPECTOS PSICBIOLÓGICOS da TABELA 2 revelam a importância que as pesquisadas dão ao Bem-Estar-Geral, Diminuição da Ansiedade, Redução do Stress, Qualidade do Sono e Depressão. Sentir-se bem esteticamente pode melhorar os mal-estares causados pelos DISTÚRBIOS PSICBIOLÓGICOS? Ou a cura dos DISTÚRBIOS PSICBIOLÓGICOS pode ajudar a mulher a aceitar-se como realmente é melhorando a auto-estima? O Stress do treinamento em academia de ginástica, principalmente a musculação, é um bom exercício físico para quem sofre de DISTÚRBIOS PSICBIOLÓGICOS como STRESS E ANSIEDADE ?

Sabendo da importância da solução de Distúrbios Psicobiológicos de mulheres frequentadoras de Academia de Ginástica não seria benéfico para as alunas se as academias contassem com profissionais da área de Psicologia ou Psicanálise para uma orientação mais condizente com as necessidades dessas alunas?

Outro fenômeno até certo ponto triste que esse estudo revelou é que as pesquisadas pouco se importam em fazer amigos. Esse dado contradiz a grande maioria de teóricos behavioristas e autores que dizem que a academia de ginástica é um local para socialização. A TABELA 2 demonstra não ser verdadeira essa afirmativa.

Um estudo fenomenológico mais profundo em todas as regiões do país possivelmente proporcionará conhecimentos que nos ajudem a rever e mudar conceitos enraizados nas nossas mentes. Esperamos que novos conceitos permitam-nos olhar e ver nossas alunas de academia na sua verdadeira essência para assim tornar a academia de ginástica um verdadeiro local de promoção da saúde e bem estar geral.

Acreditamos que essas hipóteses se confirmadas possam ajudar muito as Alunas, as Academias e os Professores de Educação Física, aumentando o índice de aderência dessas alunas às atividades físicas em Academia de Ginástica..

BIBLIOGRAFIA

1. ALDRIGHI, Vera. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. 3ª. Edição São Paulo Editora Atlas, 1995
2. BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Editora Relógio D'água, 1991 Portugal, 1991
3. BARROS, T. L. **O programa das 10 semanas**. São Paulo, Editora Manole, 2002
4. CARVALHO, Yara Maria. **O mito da atividade física e saúde** 3ª. Ed. São Paulo Editora Hucitec, 2001
5. CALLIGARIS, Contardo. **Comportamento**. Revista Veja Edição 1904, 11 de maio de 2005
6. DANTAS, Daniel. **Pesquisa Fenomenológica**. Editora Pioneira São Paulo 2004
7. FEIJÓ, Olavo. **Psicologia para o Esporte**. Editora Shape 1998
8. FERNANDES, Rita de Cássia. **Significados da ginástica para mulheres praticantes em academia**. Revista Motriz, p.107-112 maio/agosto 2005.
9. FERREIRA, Daniel; FARIAS, Edvaldo. Monografia **Fatores Geradores da Aderência ao Yoga** Rio de Janeiro, 2005-U.E.Sá
10. GONÇALVES, Maria Augusta Salin. **Sentir, Pensar, Agir Corporeidade e Educação**. São Paulo 3ª. Edição Papirus Editora 1994
11. J. PICCOLI, João Carlos. **Normatização para Trabalhos de Conclusão em Educação Física** 1ª. ed. Editora Ulbra 2004.
12. K.M. ANTUNES, Hanna; L. ANDERSON, Mônica; TUFIK, Sergio; TULIO DE MELLO, Marco. **O estresse físico e a dependência de exercício físico**. vl.12 2005 Set/Out, 2006 **REVISTA BRASILEIRA DE MEDICINA DE ESPORTE**
13. LEONE, Daniele. Monografia **Contribuição do Acadêmico de E. Física à Aderência de seus Familiares na Prática de Atividade Física**, R.Janeiro (2003)-U.E.Sá
14. MARTINS, Paulo J. F; MELO, Marco Túlio; TUFIK, Sergio. **Exercício e Sono** p. 28-36- Jan/Fev, 2001 **REVISTA BRASILEIRA DE MEDICINA DE ESPORTE** p. 234-238

15. MATTOS, Mauro G.; ROSSETTO JR. Adriano José; BLECHER, Shelly. **Teoria e Prática da Metodologia da Pesquisa em Educação Física** São Paulo Phorte Editora, (2004)
16. MELO, Marco Túlio; AURÉLIA BOSCOLO, Rita; MACULANO ESTEVES, Andréa; TUFIK, Sergio. **O exercício físico e os aspectos psicobiológicos. REVISTA BRASILEIRA DE MEDICINA DO ESPORTE** p. 203-207- Maio 2005
17. MELLO, Olga. **As doenças da beleza.** Jornal Econômico 16/02/2007. www.publique.rdc.puc-rio.br/clipping
18. NETO, Leite. **Marketing de Academia.** Rio de Janeiro Editora Sprint 1994
19. NOGUEIRA, E. M. **Qualidade Total em Academia de Ginástica.** Editora Sprint . Rio de Janeiro, 1997
20. NOBRE, L. **(Re) Projetando a Academia.** São Paulo. Phorte Editora, 2000.
21. NOVAES, Joana de Vilhena. **O Intolerável Peso da Feiúra** Rio de Janeiro 1ª. ed. Editora Puc-Rio 2006
22. RAMOS, J. J. **Os exercícios físicos na história e na arte.** Ed. Ibrasa 1982
23. RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica.** R.Janeiro Editora Vozes (2003)
24. SABA, Fabio. **Aderência à prática de atividade física em academia de ginástica.** São Paulo 1ª. ed. Editora Manole 2001.
25. SABA, Fabio. **Determinantes da prática de exercício físico em academias de ginástica.** São Paulo, 1999. Dissertação de Mestrado-USP
26. SABA, Fabio. **Gestão de Atendimento para Academias de Ginástica.** Editora Manole, 2004
27. SOARES, Themis. **Motivação e Aderência de Mulheres Ativas: Um estudo de fatores determinantes da Atividade Física-** R.Janeiro 2005
28. TUNICO, Alessandro Bariani. Monografia **A Agressividade Moral da Propaganda e o Paradoxo da Sedução: O Caso Duloren, 2005** <http://gestcorp.incubadora.fapesp.br/portal/monografias/pdf/78.p>

ANEXO I

QUESTIONÁRIO PARA MONOGRAFIA DE CONCLUSÃO DE CURSO DE
EDUCAÇÃO FÍSICA

GRADUANDO: ADALBERTO A. DE SOUZA.

UNIVERSIDADE: UNIVERSIDADE PAULISTA-UNIP

CAMPUS: INDIANÓPOLIS

QUESTIONÁRIO

1- Sexo: masc () Fem ()

2- Idade:

3- Estado Civil:

4- Grau de Instrução: 1º.grau completo () 1º. Grau incompleto ()

2º. grau incompleto () 2º. grau completo ()

Superior (Incompleto) Superior Completo ()

5- Profissão:

6- Horário de Treino: Manhã () Tarde () Noite ()

7- Há quanto tempo abandonou os treinos na academia?

8- Quantas vezes por semana você treinava?

9- Qual a duração de cada Sessão: até 45 min () De 45 a 60 min ()
de 60 a 90 min () 90 min ou mais ()

10- Fuma ? Sim () Não ()

12- Tipo de exercício que praticava

a- Esteira ()

b- Bike ()

c- Spinning ()

d- Alongamento ()

e- Lutas ()

f- Musculação ()

g- Ginástica localizada ()

h- Outros _____

13- Motivos que fizeram com você abandonasse os treinos:

a- Falta de Tempo ()

b- Variação Climática (calor/Frio) ()

c- Falta de companhia ()

d- Difícil acesso à academia ()

e- Treinos muito fortes ()

f- O treino que me passavam não atingiram os objetivos ()

g- Os treinos eram muito chatos ()

h- Só podia fazer o que o professor mandava ()

i- Os professores não conseguiram me motivar ()

j- Falta de motivação Própria ()

k- Salas com muitos Alunos

l- Academia com poucos alunos no meu horário ()

m- O som era muito alto ()

n- Não gostei do ambiente ()

o- O Treino não permite conversar ()

p- Professores mal preparados ()

q- Professores davam atenção só para as bonitinhas ()

r- Dificuldade Financeira

14- O que você esperava que o treino na academia fosse proporcionar:

a- diminuição do stress ()

b- Diminuição da ansiedade ()

c- Melhora da qualidade do sono ()

d- Bem estar geral ()

e- Novos amigos ()

f- Perda de Gordura ()

g- Melhoria da estética corporal ()

h- Prazer e alegria

i- Diminuição da Depressão ()

j- Resistência ao cansaço ()

k- Outros

16- Você foi entrevistada por algum professor antes do seu primeiro treino?

Sim () Não ()

17- Na entrevista o professor preocupou-se em saber sobre:

a- Sua pressão arterial ()

b- Seus objetivos na academia ()

c- Se você tem atestado médico de saúde para treinar ()

d- Se você tem filhos ()

e- Sua idade ()

f- Se você se sente gorda ()

- g- O que você quer melhorar no seu corpo ()

- h- Se você se sente magra ()

- i- Se seu ciclo menstrual é normal sem cólicas ()

- j- Se você sofre de TPM ()

- k- O período do mês que você fica menstruada ()

- l- Se você é casada ()

- m- Se você é feliz ()

18- O que você respondeu ao professor nas questões:

b: _____

c: _____

f: _____

g: _____

h: _____

i: _____

m: _____

19- Já experimentou treinar em outro ambiente fora da academia?

Sim () Não ()

20- Se fosse possível você fazer um treino de qualidade em 40 minutos 3 vezes por semana, te ajudaria?

Sim () Não ()