

2024

**SARA ALEXANDRA
PACHECO BARATA**

**Entre Pesos e Preconceitos: A Jornada das
Mulheres no *Fitness***

2024

**SARA ALEXANDRA
PACHECO BARATA**

**Entre Pesos e Preconceitos: A Jornada das
Mulheres no *Fitness***

Dissertação apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Mestrado de Gestão de Design realizada sob a orientação científica do Doutor Filipa Isabel de Almeida Fernandes Vilaça, (*Marketing, Economia e Gestão*) da (*Prof Auxiliar do IADE- Universidade Europeia*)

agradecimentos

Com o termo desta tese, é imprescindível expressar minha gratidão pelo apoio permanente.

Primeiramente, aos meus pais, minha sincera gratidão tanto pelo apoio emocional e financeiro que foi fundamental. Embora não tenha enfrentado alguma crise durante esta fase desafiadora, tenho a certeza que iriam permanecer a meu lado, caso fosse necessário.

Aos meus avôs maternos, pela constante preocupação e interesse manifestados em conversa ao longo do decorrer do desenvolvimento desta tese.

Quanto à minha orientadora, obrigada desde o primeiro momento, que senti desamparada. Foi um momento inesperado e peculiar, encontrava-me desorientada sobre qual tema escolher. Sinceros agradecimentos pelo apoio durante aquela pequena crise existencial, por se voluntariar em orientar-me nesta jornada e por oferecer sua ajuda. Além disto, agradeço por outra conversa inicial deste percurso, ter-me fornecido uma visão sobre o tema específico do meu interesse, mesmo que naquele momento eu não sabia por caminhos seguir.

Ao Diretor Técnico Hélder, expressar a minha profunda gratidão pela inestimável contribuição nesta fase.

Agradeço especialmente os momentos em que concedeu o seu precioso tempo de trabalho e horário de almoço onde proporcionei pequenos debates sobre as minhas dúvidas e auxiliou-me no aprofundamento do tema pela partilha dos seus conhecimentos com a sua boa disposição. Além da sua capacidade de transformar assuntos sérios em momentos descontraídos tornou a experiência mais enriquecedora no pouco stress acumulando ao longo deste percurso. À oportunidade de ter ouvido os conhecimentos valiosos, nas conversas subsequentes.

À Soraia, o apoio, os conselhos e, assim como a sua disponibilidade no pouco convívio que teve, em apenas 5 meses, ter confiado em mim, muito obrigada pela confiança.

Nunca teria sentido encorajada a explorar este tema tao profundamente. A prestabilidade de ambos, o ambiente acolhedor e a abertura que criaram comigo enquanto cliente , que os vejo como família, foram influentes na escolha deste tema dentro do meu contexto diário.

palavras-chave

Estereótipo, Inclusão, Ginásio

resumo

A presença persistente de estereótipos de gênero nos ginásios e nos health clubs continua a impor limites de participação, especialmente nas mulheres. O desconforto e a inquietação que muitas mulheres enfrentam ao frequentar ginásios são mais do que apenas obstáculos superficiais, estes sentimentos refletem uma dinâmica complexa de expectativas culturais arraigadas, que tem implicações profundas seja para a saúde física e mental. Estatísticas preocupantes ressaltam a urgência quanto a este problema. Hales et al. (2020) destacaram a crescente prevalência da obesidade, doenças crônicas e, mais alarmante ainda, mortes evitáveis no contexto feminino. O problema estende-se além da idade adulta, pois a disparidade nos níveis de atividade física começam a manifestarem-se logo após na infância (The Lancet Public Health, 2019). Ao enfrentar este desafio multifacetado, surge a necessidade fulcral de uma abordagem inovadora e abrangente, não apenas à reestruturação do espaço físico dos ginásios como também reconceituar as normas sociais que moldam as interações nestas instalações. Este estudo procura explorar as estratégias de design emocional, promovendo a inclusão, quebrando este estereótipo de gênero, para assim, conseguir um novo paradigma que priorize tanto o bem-estar físico e emocional de todos os frequentadores, mais propriamente as do sexo feminino.

Keywords

Stereotype, Inclusion, Gym

abstract

The persistent presence of gender stereotypes in gym and health clubs to impose limits on participation especially for women. The discomfort many women face when attending gyms are more than just superficial these feelings reflect a complex dynamic of deeply ingrained cultural ex which have profound implications for both physical and mental health statistics underscore the urgency of this issue. Hales et al. (2020) highlighted the increasing prevalence of obesity, chronic diseases, and, alarmingly, preventable deaths in females context. The problem extends beyond adulthood, as disparities in level of physical activity begin to manifest as early as childhood (The Lancet Public Health, 2019). In confronting this multifaceted challenge, there arises a crucial need for an innovative and comprehensive approach, not only to restructuring the physical space of gyms but also to reconceptualizing the social norms that shape interactions within these facilities.

ÍNDICE

1.Capitulo I - Introdução	6
1.2 Problema de investigação	7
Estrutura da Dissertação	8
Definições dos conceitos atividade física, exercício física e desporto	9
2. Inatividade física	10
2.1.1 Inatividade física emPortugal	12
3. COVID-19 e AtividadeFísica	13
4.Benefícios para asaúde	14
5. Impactoda Atividade Física na Autoestima	16
6.Hegemonização masculina no desporto	17
6.1Barreiras femininas	19
7.Ginásio e Desigualdade naSaúde	19
8. Cultura Fitness	21
8.1Evolução do fitness	21
9.Imagem corporal e os meios de comunicação	23
10. Assédio Sexual	24
Capitulo II - Metodologias	25
Referencias	41
Anexos I	45
Anexo A. Transcrição da Entrevista Diretor Técnico (E1)	45
Anexo B. Transcrição da Personal Trainer (PT)	54
Anexo II	70

Guião entrevista semiestruturada
70

Guião entrevista Focus Group 70

ÍNDICE DAS FIGURAS

Figura 1 - Estrutura da Dissertação

Figura 2 - Tabela das perguntas das entrevistas

1. Capítulo I - Introdução

O tema desta dissertação surge de duas formas distintas. Inicialmente, provém da minha vivência pessoal como mulher que frequenta regularmente um ginásio. Durante os meus treinos, percebi de forma evidente que a presença de mulheres comparativamente aos homens era bastante reduzida. Seguidamente, fui inspirada pelo vídeo produzido pela BBC (2020) intitulado “*Gym harassment is not a compliment – BBC Stories*”. Este vídeo destacou as complexidades e desafios enfrentados pelas mulheres nestes contextos, tocando num tema importante que merece ser mais explorado.

Mulheres que sentem desconforto e mal-estar no ginásio é um problema urgente especialmente porque as taxas de obesidade, doenças e mortes evitáveis estão aumentando (Hales et al. ,2020). A discrepância nos níveis de atividade física entre homens e mulheres começa na idade jovem (The Lancet Public Health , 2019) , influenciada pela inatividade na infância ou pelo estilo de vida sedentário , que pode gerar comportamentos negativos em relação ao exercício na fase adulta.

Devido aos benefícios de um estilo de vida ativo e à recomendação de que os adultos pratiquem no mínimo de 150 minutos de atividade física por semana (Centro de Controle e Prevenção de Doenças , 2020), o condicionamento físico tornou-se um tema onipresente na vida cotidiana, especialmente nas redes sociais, aumentando a popularidade entre jovens-adultos. (Cataldo et al. 2021). No entanto , o *marketing do fitness* e a promoção da saúde também trouxeram desafios, influenciado a perceção do corpo e à motivação para um estilo de vida saudável, com efeitos positivos e negativos. (Cataldo et al. 2021).

Apesar do aumento fase as oportunidades comerciais relacionadas à adesão aos ginásios nos últimos anos, é evidente que esses espaços continuam a ser marcados fortemente pelo género (Andeasson & Johansson, 2018 ; Coe et al. , 2019, 2020). A participação das mulheres em atividades físicas como treinos de resistência, musculação e exercícios de intensidade moderada é inferior à dos homens (Coe et al. 2016 ; Guthold et al. 2018).

A experiência de desconforto e incomodo das mulheres neste ambiente é uma questão que requer atenção imediata, especialmente com o aumento das taxas de obesidade e doenças relacionadas (Hales et al. 2020). Seguir as orientações da OMS sobre atividade física poderia reduzir o peso das doenças e prevenir mortes prematuras (OCDE/OMS , 2023). No entanto, se os governos não adotarem medidas urgentes para estimular a prática de atividade física poderá haver um aumento significativo de doenças não transmissíveis e seus custos associados. (OMS , 2022).

Além disto, o mundo desportivo é altamente masculinizado e dominado seja por valores sociais e culturais ocidentais, o que muitas vezes marginaliza as atletas femininas, reforçando ideias restritivos de “masculinidade” e “feminilidade” (Mohapatra, 2021).

1.2 Problema de investigação

O foco deste presente estudo pretende explorar a relevância da desconstrução dos estereótipos de género, com um enfoque específico na presença feminina nos ginásios. Para o propósito do estudo, a questão central de investigação que será respondida ao longo da tese : **“Como a cultura do ginásio e a indústria *fitness* afetam os estereótipos do corpo feminino”**.

E por conseguinte, surgem a sub-questões a ela associadas, tais como:

- Até que ponto as mentalidades atuais aceitam mulheres na musculação e no treino de força?
- Como a exposição das mulheres a padrões de beleza idealizado, disseminados pelas redes sociais, afeta a relação com o *fitness* e a percepção do próprio corpo?
- Como os objetivos de *fitness* são moldados pelas expectativas sociais e pessoais em relação à saúde e bem-estar?

Estrutura da Dissertação

Este documento encontra-se dividido em seis partes. A presente parte diz respeito à Introdução, onde esta inserida a Identificação e Contextualização do Problema, e apresentadas as Questões e Objetivos da Investigação (gerais e específicos) e ainda a Estrutura da Dissertação. De seguida, já no Capítulo I dado o nome de Revisão Literatura, são abordados variados temas relacionados diretamente e indiretamente ao tema deste documento, *Entre Pesos e Preconceitos: A Jornada das Mulheres no Fitness*. No Capítulo II, é descrita a Metodologia utilizada ao longo do estudo, que sustenta a Análise de Dados e a Discussão dos Resultados que são apresentados nos Capítulos 3 e 4, respetivamente. Por fim, na ultima parte, que diz respeito às Conclusões, são apresentados os Contributos Finais, as Limitações de estudo e Futuras Linhas de Investigação.



Figura 1 - Estrutura da Dissertação

Capítulo I – Revisão Literária

1. Definições dos conceitos atividade física, exercício física e desporto

A Organização Mundial da Saúde (OMS , 2022.) caracteriza a atividade física como qualquer movimento do corpo que envolve músculos-esqueléticos, como o consumo de energia. Este termo abrange uma ampla gama de atividades que não são, necessariamente consideradas como exercício físico tradicional. Abrange diversos contextos nos quais a atividade pode ocorrer em ambiente de trabalho (ocupacional), durante o tempo de lazer, em casa (atividade domésticas) e durante o deslocamento (transporte).

Visto que maioria das pessoas contem empregos predominantemente sedentários, é provável que a atividade física seja praticada principalmente durante o tempo de lazer ou parte da deslocação. (OMS, 2016).

As formas populares das pessoas manterem-se ativas incluem caminhada, passeio de bicicleta, a prática de desporto, atividade ativa e brincadeiras, podendo ser realizado em qualquer nível de habilidade e alcançando o prazer de todos. (OMS, 2022).

Quanto ao Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2021) afirma o seguinte: exercício é *“uma distração, passatempo, passeio, movimento (dado ao corpo)”* fase ao desporto que é *“prática regular de uma atividade que requer exercício corporal e que obedece a determinada regras, para lazer, para desenvolvimento físico ou para demonstrar agilidade, destreza ou força (ex. desporto escolar, fazer desporto , praticar desporto)*.

Em 2021, a Estratégia Global sobre Atividade Física da Organização Mundial da Saúde (OMS) introduziu uma pequena alteração quanto a definição – em vez de atividade que *resulta* num gasto de energia, a OMS afirmou que *“qualquer movimento corporal produzido pelos músculos esqueléticos que requer gasto de energia”*.

Nos estudos culturais físicos de Silk, Andrew e Thorpe (2017) mencionam que o movimento humano pode e deve ser considerado a partir de uma variedade de níveis, incluindo “o sociocultural, discursivo, processual, institucional, coletivo, comunitário, corporal, afetivo e subjetivo” (p.1).

A Organização Mundial de Saúde (2023) estima que o aumento dos níveis de atividade física de acordo com as recomendações da própria OMS reduziria o fardo de doenças e evitaria mais de 10 000 mortes prematuras anualmente nos países europeus.

A atividade física refere-se a qualquer movimento de corpo acionado pelos músculos esqueléticos, exigindo a utilização de energia de várias formas. Isto pode assumir diversas formas, como caminhar, andar de bicicletas, participar em desportos e envolver-se em atividades recreativas ativas como dança, ioga e tai chi. Além disso, a atividade física pode ser incorporada nas atividades

laborais como levantar, carregar objetos, bem como em tarefas domésticas, tanto remuneradas quanto não remuneradas, assim como cuidados domésticos, transporte e cuidados. (WHO, 2018).

2. Inatividade física

A inatividade física é um dos principais fatores de risco para a mortalidade por doença não transmissíveis. Indivíduos insuficientemente ativos tem um risco de 20% a 30% maior de morte comparativamente com pessoas ativas. (OMS, 2022).

Muitas pessoas em todo o mundo não praticam atividade física em níveis adequados, o que é considerado um sério problema de saúde pública. (Gatti et al. 2022).

O aumento do desenvolvimento tecnológico, aliado à redução do esforço físico no ambiente de trabalho, tem levado ao aumento do sedentarismo que está influenciado decisivamente o aumento da prevalência de doenças não contagiosas causadas pela má ou não prática de atividade física, especialmente em adultos e na população idosa. (Praxedes, 2016)

A inatividade física está fortemente interligada a estados negativos de saúde mental, especialmente com a depressão. Isto não apenas afeta o bem-estar emocional como o risco aumentado de morte por doenças cardiovasculares e diabetes entre pessoas com doenças mentais (Firth et al., 2019; ALW Pedersen et al., 2021). Resumindo, revisões sistemáticas detalhadas e abrangentes tem consistentemente indicado que a prática regular de atividade física está relacionada inversamente à ocorrência de depressão. Por outras palavras, quanto mais alguém envolve-se nesta prática, menor é a probabilidade de desenvolver ou sofrer de depressão (Dishman, McDowell & Herring, 2021; Marques et al. 2020; Pearce et al. 2022) e as evidências apontam para uma relação bidirecional entre os dois (Gianfredi et al. 2020).

A obesidade é considerada uma doença multifatorial complexa definida por adiposidade excessiva que apresenta risco à saúde. É considerada um grave desafio de saúde pública a nível mundial, um fator significativo que contribui para a incapacidade e mortalidade na Região Europeia da OMS. (OMS, 2022). A Organização Mundial de Saúde (2023) estima que o aumento dos níveis de atividade física de acordo com as recomendações da própria OMS reduziria o fardo de doenças e evitaria mais de 10 000 mortes prematuras anualmente nos países europeus.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS, 2022), estar acima do peso ou obeso está entre as principais causas de morte na Europa. Divulgou em Maio de 2022, um relatório designado por “*WHO European Regional Obesity Report 2022*”, relatando para as “proporções epidémicas na Região Europeia da OMS” que afeta quase 60% dos adultos. É destacado uma preocupação importante em relação à prevalência crescente do excesso de peso e da obesidade. A constatação de que nenhum Estado-Membro está no caminho certo para atingir a meta de interrupção do aumento da obesidade até 2025 é alarmante.

A maioria dos países estão aquém dos compromissos em relação ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 3.4 da ONU, estabelecido para 2030, de reduzir em um terço a mortalidade prematura por doenças não transmissíveis (DNT), a principal causa de morte e problemas de saúde

a nível mundial. (WHO, 2022). De igual importância é o crescente fardo global dos problemas de saúde mental, exacerbado pela pandemia da COVID-19.(Santomauro et al. 2021). Esta situação foi agravada pela recente crise da COVID-19, que impôs quarentenas domiciliares e restrições a atividades e reuniões públicas. Ficar e trabalhar em casa aumenta o tempo de tela e a atividade no escritório, resultando na diminuição dos níveis de atividade física (Dominski, 2020).

Quase 500 milhões de pessoas deverão desenvolver doenças cardíacas, obesidade, diabetes ou outras doenças não transmissíveis (DNT) relacionados à falta de atividade física entre 2020 e 2030, resultando nuns custos anuais de 27 bilhões de dólares, caso os governos não adotem medidas urgentes para incentivar a pratica de atividade física. (WHO, 2022).

A OMS (2022) demonstra que mais de um quarto da população adulta mundial, o que equivale a 1,4 mil milhões de adultos são insuficientemente ativos. No mundo inteiro, cerca de 1 em cada 3 mulheres e 1 em cada 4 homens não praticam atividade física suficiente para manterem-se saudáveis. (OMS 2022). Estes níveis de inatividade são mais acentuados (duas vezes mais elevados) nos países de rendimento elevado em relação aos países de baixo rendimento. (OMS 2022).

Em 2021, cerca de 54% da população adulta nos 32 países da OCDE apresentavam excesso de peso ou obesidade e 18% era obesa em 2021. Em todos esses países, os homens tinham uma tendência mais acentuada de apresentar excesso de peso ou obesidade comparativamente com as mulheres. (OCDE, 2023).

A OMS identifica este problema como uma preocupação significativa e em constante crescimento e pretende reduzi-la em 10% até 2025. (OMS, 2022). O artigo “*Worldwide trends in insufficient physical activity from 2001 to 2016: a pooled analysis of 358 populatioo-based surveys with 1-9 million participants*” publicado na revista *The Lancet Global Health* , em 2018 concluiu que mais de um quarto dos adultos a nível mundial são insuficientemente ativos fisicamente. Na maioria dos países, as mulheres tendem a ser menos ativas, com uma média global de 31,7% inatividade em comparação com os 23,4% de homens inativos.

A implementação de políticas destinadas a reduzir a diferença de participação fase a atividade física entre os géneros, pode ter um efeito significativo na saúde geral da população. (OMS 2022).

2.1.1 Inatividade física em Portugal

Um estilo de vida sedentário pode levar à ansiedade e depressão (Hallagen, 2020), quando o nível de atividade física cai, os sintomas depressivos experimentados por uma pessoa aumentam. (Wu et al. 2019).

Os níveis de atividade física da população portuguesa com 15 ou mais anos, afirma , que o valor da percentagem recaiu no Nível Sedentário com 42,6%, de seguida 30,3% pelo Nível Insuficiente ativo e com apenas 27,1% do Nível Ativo. (IAN-AF, 2017).

Cerca de um terço (30%) podem ser atribuídas a fatores de risco comportamentais e ambientais, quanto aos riscos alimentares, Portugal obteve 11% fase aos 17% da UE, o mesmo não acontece com o pouco exercício físico, Portugal teve 3% comparativamente aos 2% da UE. (European Comission , 2021).

Segundo esta Organização, a condição causa mais de 1,2 milhão de mortes por ano na Europa, para além do aumento dos riscos de doenças não-transmissíveis provenientes desta causa, tais como problemas cardiovasculares, diabetes tipo 2 entre outros. (OMS 2022).

Segundo o Barómetro (2022), 73% da população portuguesa entrevistada, respondeu que nunca se exercita ou pratica desporto, com mais 5% a fazê-lo apenas “raramente” mais do que aqueles que fazem “regularmente”, 4%. O que se verifica é que a percentagem da inatividade física em Portugal é mais elevada comparativamente aos 45% da UE.

No Inquérito Nacional de Saúde (2019), o Instituto Nacional de Estatísticas (INE) afirma que mais de metade da população com 18 e mais anos, o que equivale a 4,6 milhões continuava a ter excesso de peso (36,6%) ou obesidade (16,9%) em 2019 e que fase ao ano de 2014 , verificou-se um ligeiro aumento (36,4% de excesso de peso e 16,4% de obesidade).

Maioria da população com 15 ou mais anos (65,6%) não praticava qualquer atividade desportiva de forma regular e continua sendo que 13,6% referiram que praticam exercício físico em um ou dois dias por semana, menos 1,8% que no ano de 2014. (INE, 2019).

Segundo, Eurobarómetro (2022), os dados expostos afirmam que Portugal é dos países que maior percentagem de cidadãos que nunca praticam exercício físico ou desporto (73%), um valor significativamente superior à medida Europeia que é de (42%). Desta percentagem de 73%, o valor é de 80 do sexo feminino fase aos 65 da UE. A estimativa foi de 4% para aqueles que afirmaram que fazem desporto “regularmente”, 18% que fazem “com alguma regularidade” e 5% que “raramente” o fazem. Neste estudo ainda demonstra que as mulheres são mais sedentárias fase aos homens, com 80% a revelarem que nunca ou raramente fazem desporto assim como qualquer outro tipo de atividade física. (Comissão Europeia, 2022).

Tanto a obesidade como os distúrbios de saúde mental são problemas mundiais com custos elevados seja para os indivíduos como para a sociedade (Goodwin et al. 2020 ; NCD Risk Factor Collaboration, 2016 ; Patel et al. , 2018). O excesso de peso ou obesidade afetam 68% da população adulta portuguesa, tendo uma fatura de 1,14 milhões de euros por ano. (Expresso, 2022). A obesidade (30 ou mais kg/m²) atingia 1,5 milhões de pessoas com 18 ou mais anos de idade

(16,9%) que por sua vez as mulheres eram mais afetadas que os homens. E de acordo com os resultados do inquérito, a obesidade afeta principalmente a população entre os 55 aos 74 anos, com valores superiores a 20%. (INE , 2019) .

A Federação Mundial da Obesidade parceira da OMS afirma que em 2035, cerca de 39% dos adultos portugueses serão obesos. (Observador , 2023).

3. COVID-19 e Atividade Física

A pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo no bem-estar individual (Zacher & Rudolph, 2021). Os efeitos adversos sociais, económicos e de saúde da doença foram mais acentuados em grupos marginalizados, especialmente pelas mulheres. (Masselot & Hayes, 2020; Power, 2020).

Durante a pandemia, surgiu uma diminuição geral no bem-estar, deterioração na saúde mental e um aumento no sofrimento psicológico entre as pessoas, manifestado por stress, ansiedade, depressão e sentimentos de isolamento (Chtourou et al. 2020 ; Gupta et al. 2021). Este impacto negativo, por sua vez, influenciou negativamente a adesão às medidas de saúde pública (Puyat et al. 2020).

Quanto a investigação sobre as dimensões de género da COVID-19 destacou que as mulheres recorreram a atividades físicas, tecnologia digital e lazer como estratégias para lidarem com níveis de stress sem precedentes. (Giles & Onescu, 2021 ; Humberstone, 2021 ; Pandya, 2021).

Organizações desportivas e a atividade física em todo o mundo expressaram preocupações pelo quanto o COVID-19 teve um enorme impacto e significativo na participação de jovens mulheres com uma menor proporção de retornar ao desporto após o período de confinamento comparativamente ao sexo masculino. (Canadian Women and Sport COVID, 2021 ; Zarrett et al. 2023). Essas tendências são especialmente inquietantes, pois anteriormente à pandemia, as mulheres jovens já apresentavam uma maior taxa de abandono ao desporto, influenciadas por diversos fatores individuais, sociais e ambientais. (Sport New Zealand Young Women Profile, 2021).

Em resposta a esta situação pós-pandémica, algumas organizações desportivas tem investido no desenvolvimento de novas políticas e campanhas visando “reconstruir melhor” , “ reestruturar “ e “reiniciar” o desporto e a atividade física, com um enfoque específico em incentivar o retorno das jovens mulheres às práticas (Alswat, 2017).

De acordo com Bowes et al. (2020), diversos elementos contribuíram para o efeito desproporcionalmente negativo sobre o desporto feminino, maiores dificuldades na retomada tardia seja dos treinos , competições , até a desafios acrescidos sobre treinar em casa e a redução no apoio financeiro , tanto antes, durante e após a pandemia.

4. Benefícios para a saúde

A atividade regular, seja qualquer for a atividade, como caminhar, andar de bicicleta, praticar desporto ou recreação ativa, proporciona benefícios significativos para a saúde. (OMS . 2022).

A investigação na área da saúde tem vindo a demonstrar consistentemente a importância do exercício de intensidade moderada para promover o bem-estar. Diversos estudos destacam como a participação de treinos focados na força (hipertrofia muscular) pode melhorar a saúde dos músculos e ossos, desempenhando um papel fundamental na prevenção de doenças. (Maestroni et al. 2020), melhorar a saúde cardiovascular e reduzir o risco de diabetes (ONU, 2022).

A prática regular de atividades físicas moderadas ou vigorosas oferece uma serie de benefícios que estão intrinsecamente ligados a um estilo de vida ativo, resultando em melhorias significativas na saúde. Ajuda a prevenir e tratar doenças não transmissíveis (DNT), como contribui para a prevenção de doenças tais como doenças cardíacas, acidente vascular cerebral (AVC) , diabetes tipo 2 , cancro da mama e do colon, como a hipertensão, sobrepeso, obesidade , vários tipos de cancro (incluindo o cancro do colon e da mama) e pode melhorar a saúde mental assim como o atraso no início da demência melhorou, a qualidade de vida e o bem-estar.(WHO, 2018.) e a redução do risco de quedas e ajuda a manter um peso corporal saudável (OMS , 2022).

A atividade física regular contribui para um aumento da longevidade e reduz a carga de doenças. Para além do seu papel preventivo e terapêutico na saúde das populações, até mesmo em caso de pessoas que vivem com condições crônicas, os benefícios superam os riscos. (DGS - Programa Nacional para a promoção da atividade física, 2022).

Uma das recomendações do PNS (Plano Nacional de Saúde) no que diz respeito às políticas saudáveis é p reforço de estratégias intersectoriais, que promovam a saúde, através da minimização de fatores de risco (tabagismo, obesidade, ausência de atividade física, álcool). Nos dias atuais, é amplamente reconhecido que um dos principais fatores de risco para aparecimento de doenças crónicas é a inatividade física (DGS, 2016).

A atividade física regular pode prevenir a obesidade e melhorar a saúde mental (Organização Mundial da Saúde, 2022). Recomenda-se que os adultos participem em atividades de fortalecimento muscular pelo menos 2 dias na semana para beneficiar da sua saúde (Bull et. , 2020).

4.1 Benefícios psicológicos

A felicidade, geralmente definida como um estado de prazer subjetivo e contentamento, é amplamente reconhecida como um componente positivo de bem-estar mental (Helliwel e Aknin, 2018). Existem estudos que tem destacado os benefícios da felicidade para a saúde. Um dos exemplos, a felicidade está associada a um menor risco de doenças e mortalidade. (TrudelFitzgerald et al. 2019 ; Jenkins et al. 2021).

Quanto aos fatores associados à felicidade, a atividade física emerge como elemento significativo. Lathia et al. (2017) descobriram que pessoas mais ativas eram mais felizes entre os 10.889 utilizadores de *apps* gratuitas.

Foi comprovado que o exercício não apenas preserva a função muscular como também beneficia diversos sistemas do corpo. Ele ajuda a manter intatas outras funções físicas (sistema respiratório, circulatório, muscular, nervoso e esquelético) e oferece suporte a outros sistemas (sistemas endócrino (responsável pela regulação hormonal) , digestivo , imunológico e renal) que são essenciais no combate a qualquer ameaça conhecida ou desconhecida do corpo humano. (Lavie et al. 2019 ; Jiménez-Pavón et al. 2020).

Em relação à ligação entre o bem-estar e a atividade física, um estudo de Boehm et al. (2018) conduziu uma revisão sistemáticas e descobriram que há uma associação entre otimismo e atividade física. No entanto, ao analisar apenas evidências ao longo do tempo, o impacto observado foi reduzido para menos de metade. Noutra revisão sistemática, conduzida por Zhang e Chen (2019), reuniu literatura sobre a relação entre felicidade e atividade física. De acordo com os resultados, as evidências apresentam uma associação positiva consistente entre os dois requisitos.

A atividade física é considerada um remédio natural para a mente e o corpo, sendo um fator mediador entre a saúde mental e as doenças não transmissíveis (Ed Diener et al. 2017). A promoção do bem-estar, além do componente de prevenção de doenças mentais, pode ter um impacto positivo nos níveis de atividade física, o que poderá ter implicações importantes no fardo das doenças (Zt Santini , Thygesen et al. (2022). Como demonstrado neste estudo, o bem estar mental prevê negativamente despesas futuras com saúde (ZI Santini et al. , 2021) como de igual forma, impacta nas futuras faltas por doenças no trabalho (ZI Santini , Thygesen et al. , 2022)._reduzindo o risco prematuro (Leandro Garcia et al. 2022).

O estudo de Leandro Garcia et al.(2022) demonstra que apenas 11 minutos de atividade física moderada por dia pode reduzir o risco de morte prematura. Os investigadores deste estudo analisaram quase 200 estudos envolvendo um total de mais de 30 milhões de participantes pelo mundo inteiro, que auto relataram os seus níveis de atividade física no decorrer pelo menos de três anos. Os resultados destes estudos indicaram que as pessoas moderadamente ativas durante 75

minutos por semana, isto é , participaram em atividades como caminhadas, ir de bicicleta para o trabalho ou brincar ativamente com os filhos – no geral, apresentaram riscos mais baixos de mortalidade, doenças cardíacas, AVC (acidente vascular cerebral) como de vários tipos de cancro relativamente às pessoas que não eram ativas.

Os investigadores estimaram que 1 em cada 10 mortes prematuras, conforme definido pela OMS (Organização Mundial de Saúde) , mortes ocorridas entre os 30 e os 70 anos , poderiam ter sido evitadas se todas as pessoas tivessem praticado atividade física moderada por 75 minutos por semana.

Walters e Hefferon (2020) salientam que o treino de resistência tem o efeito de aumentar a autoconfiança e desenvolver uma imagem corporal positiva, bem como promover o bem-estar psicológico para pessoas gordas que vivenciam autoconsciência corporal.

Estima-se que 1 em cada 10 mortes prematuras, conforme definido pela OMS , poderia ser evitada se todas as pessoas praticassem atividade física moderada por 75 minutos por semana. Além disto, o treino de resistência mencionado por Walters e Hefferon (2022) como um meio eficaz de aumentar a autoconfiança, desenvolver uma imagem corporal positiva e promover o bem-estar psicológico, especialmente para pessoas com sobrepeso que lidam com questões de autoconsciência corporal.

5. Impacto da Atividade Física na Autoestima

Com o passar das décadas, a publicidade e a promoção de áreas de fitness tem-se concentrado, principalmente na representação do corpo como um objeto. (Brown et al. 2017; Hutson, 2017). No contexto das mulheres, essa abordagem tradicional pode reforçar estereótipos de género, tratando-as como objetos sexuais e perpetuando estes papéis impostos pela sociedade. (Brown et al. 2017; Hutson, 2017).

Estudos anteriores indicam que manter aspirações intrínsecas elevadas em relação a motivos extrínsecos está associado a um nível significativo de bem-estar maior. (Ryan et. 2017).

Além disso, pesquisas similares destacam que a procura de objetivos de vida intrínsecos fase aos extrínsecos, mas também tem implicações positivas para o funcionamento social pessoal, medido pela avaliação cognitiva de si mesmo. (Rodrigues et al. 2022).

Existem evidências substanciais sugerindo que a prática regular de exercícios pode impactar positivamente as percepções de bem-estar pessoal, promovendo o aumento da autoestima, e consequentemente, estimulando a transição de comportamentos sedentários para comportamentos de prática de atividade física. (Franco et 2017).

Estudos existentes (Rodrigues et al. 2020) corroboram uma ligação entre aumento da atividade física com a maior autoestima.

Outros estudos demonstram que a atividade física pode melhorar o humor e a felicidade, bem como reduzir a tensão induzida por eventos stressantes, especialmente logo após o exercício, ao mesmo

tempo que aumenta a autoestima, o autoconceito e a autoconfiança. Indivíduos com maior senso de autoestima podem sentirem-se como resultado de um aumento nas ativações positivas e uma diminuição quanto as ativações negativas (Giurgiu ; Haintu et 2020).

6. Hegemonização masculina no desporto

Tradicionalmente, o desporto considerado um domínio masculino na qual tem sido historicamente inaceitável a participação de mulheres. (Magrath, Cleland e Anderson 2020, Daltry 2018). As construções binárias de género e sexualidade tem sido fontes de exclusão, restrição e controle em várias esferas sociais, incluindo a participação atlética que está estreitamente ligada à construção social de que é “masculinidade” e “feminilidade” (Hern, 2018). O desporto sendo um domínio social rotulado como natureza masculina e patriarcal (Kalman- Lamb 2020 ;MacLean 2020, Magrath et al . 2020; Williams 2020; Fortuna 2018). É aqui onde são reforçados e perpetuados estereótipos de género, que vão moldando a perceção de masculinidade como assertiva, agressiva, dominadora enquanto que a feminilidade é associada à fragilidade, submissão e passividade (Hern , 2018). A nível do desporto ocidental, os homens incorporam a “hipermasculinidade” uma extensão da masculinidade hegemónica, típica pela “agressão, rejeição ou negação de qualquer fraqueza, estoicismo emocional, homofobia, controlo, rejeição de qualquer coisa feminina e proeza sexual” (Coyne et al. 2021).

Jovens do sexo masculino são socializados e associados desde de muito cedo a valorizar a força e o domínio, com o sucesso no desporto assim como em qualquer outras áreas da vida, dependendo muitas vezes, da capacidade de demonstrar estas características percebidas como masculinas (Magrath , Cleland e Anderson,2020). Isto pode levar a compartimentos como a supressão de empatia e a disposição para assumir riscos e aceitar a dor na procura de *status* e respeito entre os pares. (Fortuna, 2018).

O desporto reflete e reproduz as crenças, atitudes e normas da sociedade, no qual se desenvolve, muitas vezes, a promoção da superioridade , da força masculina enquanto excluiu as mulheres socialmente (Fortuna , 2018). A heteronormatividade é um aspeto crucial que reforça as desigualdades de género no desporto, limitando os indivíduos às categorias binárias de “homem” e “mulher” esperando que eles se conformem aos valores associados a estas categorias em termos de capacidade atlética e participação. (Fortuna , 2018).

Embora o desporto seja frequentemente culturalmente estereotipado como homoerótico devido ao contato físico próximo, as instituições desportivas continuam a perpetuar a heterossexualidade como o padrão dominante, enquanto os jovens do sexo masculino são educados, não apenas para a agressão e competição mas também para o sexismo, a heterossexualidade compulsória e homofobia (Magrath, Cleland e Anderson, 2020).

Historicamente, as práticas desportivas foram sempre vistas como atividade masculina, o que excluí a participação das mulheres. (Magrath, Cleland e Anderson , 2020 ; Daltry 2018).

Em razão à sociedade patriarcal e das normas binárias de gênero e sexualidade, essas construções têm sido consideradas locais de exclusão, limitação e controle para pessoas que em diversos aspectos da vida social e a participação atlética está intrinsecamente ligado à construção da sociedade “masculinidade” e “feminilidade” (Hern, 2018).

A discrepância dos níveis de atividade física de homens e mulheres começa na idade jovem (The Lancet Public Health, 2019), isto porque a inatividade na infância ou um estilo de vida sedentário influencia os comportamentos negativos fase ao exercício na fase adulta.

Apesar da falta de diferenças significativas seja na estrutura cerebral como no desempenho cognitivo entre homens e mulheres (Eliot et al. 2021). No entanto, as mulheres nas sociedades patriarcais são controladas pelo poder dos homens e os indivíduos de ambos os gêneros estão aninhados as suas respectivas identidades de gênero, ou seja, hegemônicos e submissos. (Ren. 2020).

De acordo com Ji& Yu (2015), Alswat (2017) e o treino de força é particularmente benefício para as mulheres, isto porque, as alterações hormonais pós-menopausa colocam as mulheres num maior risco de início mais jovem de perda óssea além do desenvolvimento de osteopenia, osteoporose, osteoartrite e outras condições músculo-esqueléticas comparativamente aos homens.

Em média, são as mulheres que relatam um pior estado da saúde mental fase aos homens (Kuehner, 2017), acabam por ser menos ativas fisicamente do que os homens (Guthold et al. 2018; Mielke et al., 2018), participam menos em treinos de resistências (Bennie et al. 2016; Strain et al., 2016) e são menos ativas fisicamente do que os homens (Guthold et al., 2018; Mielke et al., 2018), participam menos em treinos de resistências do que homens (Bennie et al., 2016; Strain et al. 2016).

Na perspectiva de Gotdon et al. (2017) incentivar as mulheres na prática regular de exercícios de resistência, como qualquer atividade, considera-se os benefícios comprovados na saúde mental, podendo ter um impacto significativo na saúde pública.

No mundo inteiro, as mulheres são menos ativas fisicamente do que os homens, com uma diferença quase de 8% de Atividade Física nas últimas décadas. (Regina Guthold, Leanne M Riley et, Fiona C Bull, 2018). Segundo um estudo global que abrangeu 142 países, concluiu que, apenas um pequeno aumento na Atividade Física das mulheres (Grégor I. Mielke, Inácio da Silva et al. 2017) seria suficiente para alcançar a meta OMS de reduzir a inatividade física em 10% até 2025 mesmo sem qualquer mudanças na AF dos homens. (OMS, 2023). Portanto, é necessário combater a desigualdade de gênero promover níveis mais elevados de AF entre as mulheres. (The Lancet Public Health, 2019).

Na faixa etária dos 15 aos 21 anos, a percentagem de jovens do sexo masculino fisicamente ativo (49%) é substancialmente mais elevada relativamente ao sexo feminino (20%). (IAN- AF, 2017).

6.1 Barreiras femininas

Pesquisas sobre o papel de vários fatores ambientais e socioeconômicos indicam que o custo elevado, a falta de acessibilidade e a escassez de tempo livre representam desafios significativos para a prática de atividade física e de desporto. (Sarah; Derek, 2018)

No epicentro dos obstáculos físicos residem a dor e as lesões, obstaculizando a execução dos movimentos fundamentais com dificuldade e desconforto (Cooper et al., 2016). Por exemplo, as fronteiras externas abrangem, a escassez de tempo e ausência de meios de transporte (Coe et al. 2017). Já as barreiras psicológicas que incidem sobre a participação em atividades envolvem estados de espíritos desfavoráveis como o mau humor, falta de motivação e cognições de medo (Hamer et al. 2021 ; Rosic et al. 2019 ; Aibar-Almazán et al. 2018).

No cerne das barreiras físicas estão a dor e as lesões, onde os movimentos básicos tornam-se difíceis e desconfortáveis (Cooper t al. 2016). As barreiras externas, incluem, por exemplo, falta de tempo e falta de transporte (Coe et al., 2017). As barreiras psicológicas que tem impacto na participação em atividades incluem mau humor, falta de motivação e cognições de medo (Hamer et al. 2021 ; Rosic et al. 2019 ; Aibar-Almazán 2018).

Diversos estudos destacaram a importância das barreiras psicológicas e o seu impacto na participação em atividades físicas (Toft el al. 2020 ; Myre Glenn e Berry , 2021 ; Cooper et al. 2016). As principais conclusões destes estudos mostram que a evitação de atividades por adultos com obesidade é muita vezes uma consequência de emoções negativas (por exemplo, medo, vergonha, culpa e constrangimento), mais do que barreiras relacionadas com tempo, acesso a equipamento ou problemas de saúde (Myre, Gleen et al. 2021)

Contudo, há uma escassez de estudos que tenham investigado a relação entre fatores psicossociais, como estigma associado ao corpo, preocupações relacionadas à aparência física (imagem corporal, medo de avaliações negativas da aparência) e a influencia do prazer e evitação de atividades físicas e desportivas. (Kimberly et al. 2019 ; Vartanian et al. 2018).

7. Ginásio e Desigualdade na Saúde

Em 2019, foi relatado que, globalmente as mulheres ainda são mais inativas fisicamente em comparação com os homens (The Lancet Public Health , 2019), esta disparidade também aplicase no uso do ginásio. Em grande parte da literatura sobre genero e ginásio, as mulheres supostamente envolvem-se nos ginásios de treino de forças tradicionais, espaços com menos frequência do que os homens e tendem a optar por espaços sociais, como parques locais e ao ar livre, ginásios se quiserem praticar exercícios (Bergman et al. 2020) , Xiong (2019).

Consequentemente, a Organização Mundial da Saúde recomenda que os adultos envolvam-se em atividades orientadas para a força, visando dois ou mais grupos musculares, pelo menos duas vezes por semana (OMS, 2022) com organismos nacionais que fazem recomendações semelhantes para incorporar mais o treino de resistência (Maestroni et al., 2020; Sport Inglaterra 2021).

Apesar de ter sido identificado uma variedade de benefícios nesta atividade, é importante realçar que diversos estudos apontam para diferenças significativas entre homens e mulheres na participação. Pesquisas feitas, como as realizadas por Coen et al. (2016) e Guthold et al. (2018), evidenciam uma notável disparidade de género, como esperado, a presença feminina sendo consideravelmente menor comparativa com a masculina. Além disto, os interesses e necessidades de atividade física da população feminina diferem face aos da população masculina (HaroGonzález et al. 2018).

Embora haja provavelmente diversas razões para as diferenças na participação em atividade física entre o sexo masculino e o sexo feminino, alguns pesquisadores observaram que os fatores relacionados às experiências pessoais das mulheres em tomar decisões sobre este envolvimento, especialmente, são aspetos emocionais e afetivos, por não receberem a devida atenção em termos da importância da adesão ou da prática de exercício físico. (Coen et al. 2019).

Embora existam outras opções para atividades de levantamento de peso e resistência, como *Yoga* e *Crossfit*, podendo ter uma representação maior de mulheres a participarem, do que os ditos treinos em ginásios convencionais. É crucial analisar os ginásios comerciais como uma plataforma para este tipo de treino. Isto deve-se à flexibilidade que estes ginásios oferecem seja em termos de horários de treino, a presença quase onipresente em diversas cidades e acessibilidade financeira, tornando-as vagas acessíveis para as mulheres, independentemente das suas condições financeiras ou outras restrições. (Coen et al. 2019).

Para compreender as razões pelas quais as pessoas aderem ao exercício é que o treino com levantamento de peso e intensidade moderada é frequentemente realizado nos ginásios. Muitas pesquisas exploraram como os ginásios são constituídos como “espaços masculinos”, onde as normas estereotipadas de género são reforçadas e “híper-masculinizadas” – as ideias e performances masculinas dominam (Coen et al. 2019).

8. Cultura Fitness

Inicialmente, o que poderia ter começado como uma indústria destinada a promover uma vida saudável, os principais sites de fitness transformaram-se em ambientes tóxicos, marcados por racismo, misoginia, intolerância anti-trans e falta de acolhimento a indivíduos de gênero não binário. Isto aconteceu em espaços de fitness que são percebidos como inseguros ou hostis para pessoas de diversas orientações sexuais e identidades de gênero. (Bailey M, Trudy , 2018).

A forma de como os media idealizam corpos de tamanhos específicos influenciando a percepção de condicionamento físico e saúde, marginalizando os corpos que não se coadunam num padrão normativo. (Pausé et Taylor, 2021 ; Azzarito, 2019).

Os papéis de gênero são moldados a partir da grande influencia sobre as instituições sociais, como famílias, escolas e grupo de amigos. Tendo a tendência a encoraja meninos e meninas a conformarem-se com comportamentos considerados socialmente normais, o que leva a maioria das crianças a internalizar estas regras e a desenvolver características de personalidade associadas aos papéis de gênero tradicionais (Pickles, 2021).

8.1 Evolução do fitness

Por volta dos anos 40 no EUA, a industria do fitness surge com pequenos ginásios orientados para o *bodybuilding*. Os equipamentos eram pesos livres e os respetivos bancos de apoio. É só nos anos 60 que começa a existir as primeiras maquinas de musculação, *multistation*, acabando por dar mais segurança aos participantes. Nos anos 70, ocorre o aperfeiçoamento destas maquina e o desenvolvimento de maquinas de musculação *Nautilus* e o aparecimento do cicloergómetro elétrico *Lifecycle*. É nesta época que Dr. Kenneth Cooper conduz uma serie de estudos financiados pela NASA com o objetivo de determinar qual o sistema mais eficaz de treino físico para militares americanos (Papí , 2002) e publica em 1968, a sua obra *Aerobics*, onde propôs a utilização de exercícios aeróbios como exercícios mais eficazes para melhorar a condição física. Com estas descobertas, surgindo e difundindo-se o *jogging* assim como exercícios aeróbios que, combinavam passos de dança com saltos e corrida com exercícios localizados concebidos ao som de musicas alegres e empolgantes. (Pedragosa, 2012).

Fase aos anos 80 , Arnold Schwarzenegger e Jane Fonda acabam por serem impulsionadores de treino de força e das aulas de aeróbica simultaneamente com a criação de organizações ligadas ao

fitness tais como por exemplo, *Health & Fitness Association* (IDEA), *American Fitness & Aerobics Association* (AFAA), *American Council on Exercise* (ACE), *American College of Sports Medicine* (ACSM), *International Health, Racquet & Sportclub Association* (IHRSA) tiveram toda uma importância para a credibilização e afirmação destas atividades. Nesta altura, grandes empresas constroem os seus próprios ginásios e outras negociam parcerias com clubes já existentes. A caracterização da explosão internacional do *fitness*, surge quando estes ginásios e *Health Clubs* são destinados às famílias, estúdios polivalentes dentro de espaços de modo abranger diferentes aulas de grupo. Foi nesta altura que se verificou a fusão e o conceito integrado de yoga, pilates, spinning, musculação, treino personalizado, programas específicos tanto para crianças bem como para a terceira idade e por fim, inovação dos equipamentos (Pedragosa, 2012)

De acordo com a investigação sobre a evolução do *fitness* em Portugal, pode-se afirmar que se destacam dois períodos nesta indústria realizado por Santos e Correia (2011). No período inicial, o *fitness* era um setor virado fundamentalmente para a componente técnica e para o público masculino que funcionava sem marketing. Mas em 1998 e com a entrada da cadeia *Holmes Place* ocorre alterações profundas na indústria do *fitness* portuguesa. Nos primeiros 30 anos, o *fitness* evoluiu a partir de uma cultura de *fisiculturismo* até ao treino focado na individualidade com o produto *personal trainner*. Nos anos 80, a sociedade sofria grandes alterações e o foco vai para a participação de mulheres, passando a desenvolver-se as aulas de grupo e ginásios mistos, onde homens e mulheres partilham do mesmo espaço. Já fase aos anos 90, começaram a aparecer espaços maiores e com ofertas diferenciadas. As anteriores aulas de grupo evoluem da aeróbica e step, pouco flexíveis para muito elaboradas; para as aulas precoreografadas onde a intensidade de treino é ajustada individualmente.

A cultura *Holmes Place* contribuiu com uma nova forma organizacional e de marketing para o mercado. Apostou na diferenciação (através da marca), inovação de produtos (treino personalizado), apostou num segmento-alvo bem definido (alto) e na qualidade e satisfação dos sócios. Após a entrada do *Holmes Place* no mercado, outros ginásios e *health clubs* com grandes dimensões e serviços diferenciados emergiram, aliando as preocupações marketing de serviços, segmentação, necessidades dos consumidores, qualidade, satisfação e fidelização dos sócios (Santos & Correia, 2011). A par surgiram produtos de formação direcionados para estes recursos humanos de forma a profissionalizar a indústria. A legislação governamental também não descurou este segmento, com uma aposta vincada na necessidade de profissionalização ao nível de licenciados para laborar em ginásios e *health clubs*. (Santos e Correia, 2011).

De acordo com a investigação sobre a evolução do *fitness* em Portugal realizada por Santos e Correia (2011), pode dizer-se que se destacam dois períodos na indústria do *fitness* em Portugal: um inicial até 1998 e um outro denominado de moderno. No período inicial, o *fitness* era um setor virado fundamentalmente para a componente técnica e para o público masculino que funcionava sem marketing. Em 1998, com a entrada da cadeia *Holmes Place*, deram-se alterações profundas na indústria do *fitness* portuguesa. Nos primeiros 30 anos do *fitness* evoluiu-se de uma cultura de *bodybuilding* até ao treino focado na individualidade com o produto *personal training*. Nos anos 80, a sociedade sofria grandes alterações e o foco vai para a participação das mulheres, passando

a desenvolver-se as aulas de grupo e os ginásios mistos, homens e mulheres. Nos anos 90, começam a aparecer espaços maiores e com oferta diferenciada. As aulas de grupo evoluem da aeróbica e step, pouco flexíveis e muito elaboradas para aulas pré-coreografadas onde a intensidade do treino é ajustada individualmente.

Para além das grandes superfícies de espaços mistos, a partir no início do século XXI , surgem tendências para nichos de mercado: estúdios para treinos personalizado e ginásios para mulheres.

9. Imagem corporal e os meios de comunicação

A definição dada pela American Psychological Association (Associação Psicológica Americana) , descreve a imagem mental como, a forma do corpo como um todo, incluindo as características físicas (percepção corporal) e as atitudes de alguém em relação a essas características (conceito corporal). Também chamada de identidade corporal. (APA, 2018).

A imagem corporal pode ser definida como a percepção que o indivíduo tem em mente sobre o tamanho, estrutura, forma e contorno do corpo, bem como os sentimentos em relação a estas características e às partes que o constituem. (Silva et al.2018 ; Souza et al. 2018).

Para Tylka et al. (2017), a imagem corporal pode ser entendida por um construto multidimensional que apresenta aspetos cognitivos comportamentais e emocionais de aparência física.

Outra definição a partir de Santos et al. (2019) refere que a imagem corporal é uma representação mental do corpo baseada na experiências existenciais e individuais de cada pessoa. É formada a partir da percepção do corpo, que é influenciada seja por aspetos biológicos, psicológicos ou até sociais.

No entanto, há muito tempo que a imagem corporal tem sido considerada um problema das mulheres (Frederick et al. 2022).A insatisfação corporal é um distúrbio do componente atitudinal da imagem corporal (Freire et al. 2020).

A preocupação com o corpo e a aparência é uma questão que afeta tanto homens como mulheres, ao ponto de uma imagem negativa é considerada como um problema de saúde pública. (Parlamento do Reino Unido, 2022; Bornioli et al. 2019). Observa-se que as mulheres, frequentemente, relatam estar particularmente preocupadas com o seu peso e aparência. (Frederick et al. 2020).

O ideal corporal das mulheres passou de ser meramente magro e esbelto para envolver um corpo em forma, magro e musculosos (ou seja , tonificado, sem gordura e atlético) (Boznik et al. 2018 , McComb & Mills , 2022). Portanto, as mulheres internalizaram que o corpo feminino ideal é magro e em forma. (Czepczor-Bernat et al , 2017).

Isso pode contribuir para torná-las muito críticas e vigilantes sobre os seus corpos e propensas a envolverem-se em comparação corporal e exercício compulsivo. (Donovan & Uhlmann , 2022)

As percepções corporais mais negativas estão associadas à diminuição do bem-estar, incluindo distúrbios alimentares, baixa autoestima, sintomas depressivos mais elevados assim como comportamentos de bem-estar reduzidos e uma pior qualidade de vida. (Becker et al. 2019).

Existem fatores que levam os sujeitos a estabelecerem relações positivas ou negativas relativamente à sua imagem corporal, como circunstâncias do passado e experiências cotidianas que determinam pensamentos e sentimentos relativos à aparência. Uma imagem corporal positiva está relacionada com uma satisfação em relação à sua aparência física, enquanto que uma imagem corporal negativa está relacionada com insatisfação e/ou distorção da imagem corporal (Tylka et al. , 2017). Contribuindo assim para o desenvolvimento da preocupação com o peso e dos transtornos alimentares nas mulheres (Donovan et al. 2020 ; Uhmman et al. 2018).

Análises de conteúdo de média que retratam a inspiração e a inspiração descobriram que essas imagens geralmente retratam mulheres seminuas com corpos ultrafinos ou magros e atléticos em poses de objetificação sexual (Carrotte, Prichard, & Lim, 2017; Ghaznavi & Taylor, 2015; Tiggemann & Zcardo, 2018).

A maioria das imagens contém mensagens que glorificam os ideais de magreza ou magreza e tonificação, bem como promovem restrição alimentar e exercícios por motivos motivados pela aparência (Boepple, Ata, Rum, & Thompson, 2016; Simpson & Mazzeo, 2017; Wick & Harriger, 2018)

Um corpo crescente de pesquisas mostra que a imagem corporal positiva está relacionada a um maior bem-estar emocional, psicológico e social, bem como a resultados de saúde física (Andrew, Tiggemann, & Clark, 2016; Andrew, Tiggemann, & Clark, 2016; Swami , Weis, Barron e Furnham, 2018; Tylka, 2018).

A investigação da imagem corporal está intimamente ligada à área da atividade física, com os investigadores a concentrarem-se nas ligações bidirecionais entre os dois construtos (Gilchrist et al. 2018).

10. Assédio Sexual

Em culturas em que o corpo feminino é frequentemente objetificado, diariamente, muitas mulheres enfrentam diversas formas de sexualização, incluindo serem tratadas de maneira sexual ou tocadas sem consentimento. Isto também abrange experiências indiretas de sexualização ao serem expostas a meios de comunicação que apresentam imagens e mensagens sexualizadas de mulheres. Tanto académicos quanto jornalistas reconhecem as preocupações relacionadas à sexualização, levantando questões sobre os potenciais impactos negativos físicos, mentais e sociais nas mulheres e na sociedade em geral. (DelGreco & Christensen, 2020 ; Ward et al. 2018).

Algumas mulheres escolhem conscientemente envolverem-se na auto-sexualização, procurando alcançar objetivos como ganhar popularidade, obter poder, divertir-se e experimentar emoção (

Choi & DeLong , 2019). No entanto, é importante realçar que o assédio sexual pode resultar em efeitos adversos, como a vergonha em relação ao corpo, que pode ser um ponto de partida para problemas mais graves, incluindo sintomas depressivos (Hyde & Mezulis, 2020) e distúrbios alimentares (Mustapic et al. 2017).

A objetificação sexual pode afetar indivíduos de diversas maneiras, direta ou indiretamente, como explicado por Choi (2017). O assédio sexual, conforme definido pela Comissão de Igualdade de Oportunidades de Emprego dos EUA (2019) envolve avanços sexuais indesejáveis, intimidade de favores sexuais e outras formas de comportamento verbal ou físico de natureza sexual.

Com o passar das décadas, a publicidade e a promoção de áreas de fitness tem-se concentrado, principalmente na representação do corpo como um objeto. (Brown et al. 2017; Hutson, 2017). No contexto das mulheres, essa abordagem tradicional pode reforçar estereótipos de gênero, tratando-as como objetos sexuais e perpetuando estes papéis impostos pela sociedade.

Capítulo II - Metodologias

A pesquisa qualitativa concentra-se na exploração das perspectivas individuais em relação a questões específicas de pesquisa (Arianne Teherani et al. 2015). Seu propósito principal é aprimorar a compreensão das culturas, crenças e valores dos indivíduos, assim como desenvolver teorias que descrevem essas experiências. (Holloway & Galvin, 2016). Albine Moser e Irene Korstjens (2017) afirmam que este tipo de pesquisa explora e fornece *insights* mais profundos sobre problemas do mundo real.

Esta pesquisa, na sua essência, é composta por perguntas abertas cujas respostas não são facilmente quantificadas em números. Devido à natureza aberta das questões de investigação, o desenho da investigação qualitativa muitas das vezes, não é linear como acontece com o pesquisa quantitativa. (Cleland , 2017).

De acordo com Hill (2014, p.139) , o questionário composto apenas por perguntas abertas é útil quando utilizado conjunto com o inquérito por entrevista. É importante considerar fatores como tempo e custo de aplicação. Este tipo de questionário é adequado para investigações em que a literatura existente é parcial ou insuficiente, pois permite realizar estudos preliminares para identificar as variáveis mais importantes. Além disso, possibilita a entrega de informações qualitativas em vez de quantitativas. Um questionário composto apenas por perguntas fechadas é protegido quando as variáveis mais importantes já são conhecidas. É também indicado para situações em que o investigador deseja criar uma “variável latente” facilitando na obtenção de informações quantitativas.

Por ultimo, o questionário misto é útil quando o investigador pretende obter informação qualitativa que sirva, por exemplo, como complemento ou elemento indicador do contexto da informação quantitativa obtida. (Hill 2014, p.139)

Enquanto as pesquisas quantitativas concentram-se em aspetos mensuráveis e apoiam-se no tratamento estatísticos das variáveis para construir um conhecimento válido e generalizável, as pesquisas qualitativas enfatizam “aspetos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.” (Rudnicki ; Carlos e Müller , 2021 , p.85).

Entrevistas estruturadas ou *focus groups* são ferramentas utilizadas para levantamento de dados nestas pesquisas. Entrevistas presenciais são ideais, embora que alternativas digitais ou telefónicas possam ser consideradas. (Gill P. ; Baillie J. , 2018)

Para a recolha de dados da presente investigação foram utilizadas duas técnicas distintas: duas entrevistas semiestruturadas e um *focus group*.

Pela perspectiva Minayo e Costa (2018) , a entrevista tomada no sentido amplo na comunicação ampla ou no sentido restrito de obter os dados sobre determinado tema científico é a estratégia mais comum no processo de trabalho de campo. Para os autores, é uma técnica que pode ser utilizada por qualquer investigador, mesmo os iniciantes, caracterizada essencialmente com um conversa entre dois ou mais interlocutores realizada por iniciativas do entrevistador e destinada a construir informações sobre um determinado objeto de pesquisa.

O *focus group* consiste numa discussão grupal sobre uma temática selecionada pelo investigador, com a finalidade de obter informações que não poderiam ser recolhidas através do inquérito por entrevista apenas a um sujeito (Guest, Namey, Taylor et al. 2017). Com efeito, a ideia de um dos participantes pode ser complementada ou até contrariada pelos restantes elementos do grupo, resultando numa opinião coletiva ou em opiniões divergentes, uma vez que são pensadas e discutidas por diferentes pessoas (Nyumba , Wilson, Derrick & Mukherjee , 2018).

Morgan (1996) definiu *focus groups* como uma técnica de pesquisa que recolhe dados por meio de interação grupal

Um dos pontos cruciais da investigação qualitativa é a capacidade de explicar processos e padrões de comportamento humano que podem ser difíceis de quantificar . (Foley G. ; Timonen V. , 2015).

Morgan (1996) definiu grupos focais como uma técnica de pesquisa que obtém dados a partir da interação grupal com base num tema específico determinado pelo pesquisador, enfatizando a importância da interação grupal e das discussões direcionadas.

Foram concebidas duas entrevistas semiestruturadas com membros do ginásio *Bodyvolution*, caracterizadas pela flexibilidade de adaptação das questões conforme a possibilidade de adaptação

das questões. Todas as questões foram elaboradas com base na revisão literária previamente realizada e em conformidade com as questões de investigação propostas.

As entrevistas foram conduzidas presencialmente com o Diretor Técnico (E1) como a *Personal Trainer* e Preparadora Física com durações 1h04min e 40min, respetivamente. Estes foram os dois elementos fundamentais para o estudo: O E1 pelo seu papel importante na gestão e ambiente laboral do ginásio, com uma visão mais racional e precisa enquanto que a E2 para uma perspetiva mais ampla sobre os estereótipos no ambiente desportivo com maior ênfase nos seus clientes.

O objetivo foi compreender os pontos de vista de ambos sobre os estereótipos presentes neste contexto desportivo, especialmente dentro deste ginásio em particular.

De seguida, na *Figura 2* ,apresenta-se o roteiro que orientou cada uma das entrevista

Diretor Técnico (E1)	Personal Trainer e Preparadora Física E2)
Como a cultura do ginásio e as tendências da Indústria fitness influenciam os estereótipos sobre o corpo das mulheres e seus objetivos de fitness?	
Considera que desde do início da sua carreira até agora, isso tem mudado?	Como considera que isso influencia ?
Da saúde apenas?	O seu colega para dar motivação dos clientes dele , utiliza aquele incentivo que é 'isto é um processo', como a incentiva ?
Considera que a pressão nos modelos sociais tem maior impacto nos homens ou nas mulheres?	
Considera que o homem, basicamente , preocupa-se mais com ele próprio do que propriamente com o 'expor'? Ou está questão não está enraizada?	Considera que o homem, basicamente , preocupa-se mais com ele próprio do que propriamente com o 'expor'? Ou está questão não está enraizada?
Como é que lida com este tipo de observações?	E no homem?
E sente que as pessoas o ouvem?	Sente que a mentalidade também mudou quanto aos objetivos de condição física de cada um?
Por motivo sente que isso acontece?	
E os homens também ouve-no da mesma forma que a mulher, numa avaliação , por exemplo?	E acha que o homem treinar pernas é mais fácil que mulher treinar superiores?
Então, vamos supor, que sou uma PT mulher, nessa questão dos homens, quando eles não aceitaram tanto a opinião do homem , considera que isso poderia mudar ou não?	Sou uma PT mulher como tu , nesta questão do treino das pernas , considera que será fácil eles aceitarem treinar pernas ?
Sendo assim, consegue, refletir que o tipo de postura que a pessoa tenha dentro do ginásio, acaba por levar para a vida?	E treinam com vontade?
Vamos um pouco aquilo que foi dito anteriormente, mas avalia que as mentalidades estão suficientemente abertas para aceitar as mulheres na prática da musculação ou treino de força ?	Então, na conclusão , é mais fácil treinar um homem do que uma mulher?
Alguma vez, no seu ambiente laboral, sentiu que houvesse alguma picardia maliciosa no que diz respeito ao ego masculino face ao quanto uma mulher puxa mais peso do que ele ?	E acha que as pessoas entendem que o meu corpo vai ficar definido de uma forma e o corpo delas ficará doutra forma? Não tem que explicar isso?
Qual é o registo de trabalho que utiliza para o cliente ultrapassar isso?	
Quais são os desafios específicos que enfrentas ao trabalhar com ambos os públicos em relação as metas de condicionamento físico	
Com isto impacta a nível emocional ?	
Existem exercícios que sejam específicos para o público masculino e feminino?	
Acredita que o design e o layout do ginásio pode reforçar ou desafiar os estereótipos de género?	
Alguma vez teve clientes que seja por algum motivo tenham saído e regressado, por exemplo, na altura do COVID?	
O meu objetivo de trabalho está relacionado com este tema, se quiser acrescentar algo pertinente ou que não foi referido ao longo da entrevista, sinta-se a vontade. Obrigada.	

Figura 2 - Tabela das perguntas das entrevistas

Quanto ao *focus group* foi realizada dia 15 de Junho de 2024, através da plataforma *Zoom*, o que facilitou a disponibilidade de vários participantes.

Deu-se início as 14 horas e teve uma duração de 60 minutos, com 8 participantes, 4 mulheres, 4 homens e uma moderadora. A escolha dos participantes foi delimitada tendo em consideração o público-alvo, profissionais e pessoas frequentam o ginásio, tendo uma idade compreendida entre os 20-43.

Os participantes foram os seguintes:

- Cátia , 43 anos, contabilista, frequenta o ginásio há 2 anos , Diretora do clube Caparica Futebol Clube.
- Soraia , 34 anos , preparadora física e *personal trainer* , desde de criança que adora desporto e futebol.
- Inês , 34 anos , *Personal Trainer* , ex-colega da Soraia
- Miriam , 24 anos, estudante do 2º ano da Animação Socio-cultural, ex-atleta federada de ginástica acrobática , ex-praticante de ginásio.
- Alexandre , 25 anos, atleta federado por Ruby do Benfica e treinador do BelenensesRuby.
- Tiago, 20 anos, atleta de futebol, ex. praticante de ginásio , estudante de Desporto-
- João, 21 anos , praticante de ginásio há 4 anos-

Capítulo III – Análise de Dados

1. Entrevista Diretor Técnico (E1)

Desde de 2016, o início da carreira do entrevistado no ginásio específico, fica evidente uma mudança notável e significativa nos objetivos dos frequentadores de ginásio.

Anteriormente , a procura por um corpo esteticamente perfeito predominava , especialmente no contexto feminino., que muitas vezes eram vistas como focadas em alcançar corpos “descomunais” semelhante aos dos homens.

No entanto , atualmente , há um maior foco na saúde geral, tanto entre homens como mulheres. A procura da estética corporal apenas ainda é presente mas agora é complementada por uma abordagem mais holística, onde o bem-estar é priorizado, isto é, a procura por o ginásio, atualmente, é vista não apenas para melhorar a aparência física, mas também para melhorar a saúde mental , aliviar o *stress* e até em alguns casos, aumentar a interação social, evitando o isolamento. O *Diretor Técnico* destaca que, embora a preocupação com a aparência física ainda esteja presente, não se torna a única ou principal motivação entre os clientes.

Na perspetiva atual, o *Diretor Técnico* ressalta, que apesar de existir a preocupação ainda pela aparência física ainda existir, acaba por não se tornar a única ou principal motivação entre os clientes. Esta mudança reflete uma evolução cultural na percepção do que significa estar em forma e ser saudável, o que pode ser utilizado para argumentar que os esterótipos corporais estão se diversificando.

No que diz respeito às influências das redes sociais e ao impacto da imagem, é observada uma representação predominante do corpo idealizado, o que pode criando expectativas irreais entre as pessoas que frequentem os ginásios, gerando uma maior parte pressão sobre as mulheres, na maioria das vezes alcançarem esses padrões inatingíveis. Esta promoção incessante de uma imagem corporal idealizada pode levar a pressão social significativa , influenciando negativamente a autoimagem e a autoestima da pessoa.

No entanto, existe uma pequena conscientização do que a representação de pessoas que competem e que utilizam das suas redes sociais o método de trabalho ao estarem constantemente no ginásio, não reflete necessariamente a rotina comum do treino.

A indústria do *fitness* utiliza essas imagens para atrair mais clientes, exibindo corpos ideais muitas vezes são impossíveis de alcançar. Embora corpos diferentes e idades possam ser promovidos , os corpos jovens e tonificados são frequentemente destacados, criando uma percepção limitada do que é considerado um corpo *fitness*.

O entrevistado destaca uma série de aspetos relacionados à cultura do ginásios e às tendências destas indústrias, com ênfase nas diferenças de género e nas pressões sociais associadas aos objetivos de condicionamento físico. Observa que, tradicionalmente , o sexo masculino são frequentemente vistos como focados na força e no aumento da massa muscular, enquanto as mulheres são pressionadas a alcançar uma aparência que as torne atrativa aos olhos do sexo masculino, em vez de alcançarem os seus próprios objetivos pessoais. De igual forma, sugere que a interpretação social destas metas , muitas vezes estão intrinsecamente associadas à tentativa de satisfazer expectativas externas ao invés dos objetivos pessoais.

Estas pressões sociais são evidenciadas pelo facto de que comentários como “*Não quero ficar com ombros de homens*” ainda são comuns , refletindo uma preocupação persistente com as conformidades dos estereótipos de gênero.

No entanto, o entrevistado também ressalta os desafios enfrentados na sua profissão de *Personal Trainer*, onde a adaptação das estratégias de treino é essencial para manter os clientes motivados , enfatizando a importância da comunicação ao cliente que o desenvolvimento corporal é um processo gradual e individual, e que comparações com os outros podem ser prejudiciais à motivação e à autoestima da pessoa . Um dos pontos críticos nestes desafios é convencer as mulheres, que o treino de todos os grupos musculares é essencial para um desenvolvimento corporal saudável e equilibrado, dissipando medos e equívocos comuns sobre a aparência “masculina”.

Além disto, o *Personal Trainer* discute a natureza intrínseca vs extrínseca, observando que a força de vontade geralmente surge a partir de um “*clique*” momentâneo, desencadeado por diversos fatores tanto internos quanto externos. Isto é , foi dado um exemplo , alguém que pode sentir-se insatisfeito com a sua aparência, internamente. Já externamente, eventos como decepções pessoais, problemas de saúde servem como catalisadores para este “*clique*”.

É destacado o impacto emocional positivo do exercício, que realizar algo para si mesmo é importante, ressaltando que a sensação de realização e as melhorias visuais e internas, como a correção de postura e a redução de dores, aumentam significativamente a autoestima e a confiança dos participantes.

Relata que existem desafios e gratificações na sua profissão, realçando que cada cliente tem necessidades e objetivos únicos e o seu trabalho envolve não apenas aliviar dores e melhorar a saúde mas lidar com questões emocionais e motivacionais. Sente-se desafiado e grato pela diversidade de problemas apresentados pelos clientes tornando assim um trabalho dinâmico e gratificante.

O entrevistador afirma que não existem exercícios específicos para homens ou mulheres, mas sim objetivos diferentes que tendem a ser mais comum em cada gênero. Neste contexto, ele menciona um cliente que evita determinados exercícios por considerá-los inadequados para homens, revelando a existência de preconceitos arraigados.

Quanto ao *design* e ao *layout* do ginásio, o entrevistador explora como estes elementos podem influenciar as percepções de gênero. Menciona a observação de imagens de corpos tonificados são comumente utilizadas para atrair clientes , porém reconhece que esta abordagem pode reforçar estereótipos e criar expectativas irreais.

Para promover uma verdadeira inclusão, sugere que as imagens exibidas no ambiente do ginásio devem refletir uma diversidade de corpos , embora admita que, na prática , a representação de pessoas jovens tenda a ser mais eficaz para atrair um público mais amplo. Além disso, destaca a importância de uma comunicação aberta e acolhedora entre funcionários e clientes, especialmente

em ginásios mais familiares, onde a interação pessoal é mais frequente e contribui para a criação de um senso de comunidade, em contraste com grandes superfícies que podem ser menos inclusivas devido à uma menor oportunidade de socialização, onde as pessoas têm o tempo contado para treinar.

Nas reflexões finais, o entrevistador enfatiza que , embora a igualdade de gênero nos ginásios tenham progredido positivamente, ainda há um longo caminho a percorrer. Ele reconhece a persistência de mentalidade antiquada, mas destaca o crescente respeito e inclusão nos espaços desportivos. Conclui ressaltando a importância de cada indivíduo contribuir para um ambiente mais inclusivo e respeitoso , tanto nos ginásios quanto nas modalidades desportivas no geral.

2. Entrevista *Personal Trainer/ Preparadora Física* (E2)

A entrevistada começou por ilustrar a influência dos padrões estéticos e sociais ao mencionar uma cliente específica, a Paula , que enfrenta hipertensão e excesso de peso. Apesar dos progressos em termo de perda de massa gorda e aumento da massa magra, a cliente continua a ver-se como “gorda” no espelho. Ao dar este exemplo, a *Personal Trainer* explica como alguém pode-se sentir estigmatizada devido à sua aparência , especialmente em contextos laborais que lida com o público. Este exemplo ressalta como os padrões estéticos dominantes podem afetar negativamente a autoimagem das mulheres, mesmo quando é feito progressos significativos na saúde e bem-estar.

Quando questionada sobre a possibilidade da sua cliente sofrer de dismorfia corporal, a entrevistada negou, atribuindo a insatisfação de Paula à sua alimentação inadequada, apesar desta seguir um regime de treino , tem dificuldades em cumprir com um plano nutricional saudável devido a falta de tempo.

A *Personal Trainer* , enfatizou que, mesmo após a perda de peso , esta cliente permanece desmotivada , o que demonstra como a percepção pessoal pode ser influenciada pela insatisfação com resultados estéticos imediatos e pela comparação com padrões irrealistas promovidos pelos media.

De forma que , a entrevistada discutiu a dificuldade de alguns clientes em aceitar o progresso no *fitness* como um processo individual e gradual, exatamente de acordo com o entrevistado anterior. Ela mencionou que Paula, devido à sua condição médica , obviamente que não pode seguir o mesmo tipo de treino que uma pessoa sem hipertensão. Com isto, a *Personal Trainer* destacou a prevalência de obsessão estética e a pressão no alcance um corpo perfeito, algo que pode ser exacerbado pela representação dos medias de corpos ideais.

A partir deste exemplo, debateu-se sobre a pressão dos modelos sociais sobre homens e mulheres e contrariamente , ao que foi dito da expectativa inicial do *Diretor Técnico* , a entrevistadora argumentou que a pressão social tem um maior impacto nos homens. Explicando que os homens, especialmente os magros , podem sentir-se compelidos a esconderem-se o seu corpo com roupas largas , enquanto as mulheres , mesmo enfrentando desafios estéticos , encontram estratégias para sentirem-se “*normais*” em público.

Além disto, ela observou que os homens estão cada vez mais focados na aparência, adotando comportamentos tradicionalmente associados às mulheres, como cuidados faciais e cirurgias estéticas. Esta tendência reflete uma mudança cultura onde a preocupação com a estética acaba por se tornar mais comum em ambos , desafiando assim estereótipos de gênero antigos e a mentalidade social.

Foi mencionado ao longo da entrevista, que existe evolução das campanhas de *marketing* como as promovidas pela *Benetton* , que têm tentado normalizar a diversidade corporal , incluindo pessoas acima do peso. Contudo, foi criticado por ela , o quanto a maioria das campanhas ainda perpetuam um estereótipo irreal de magreza e musculatura que poucas pessoas conseguem alcançar. Este padrão idealizado continua a influenciar negativamente a autoimagem e a motivação dos clientes, criando um ambiente onde muitos sentem-se inadequados e fora do contexto, acabando por se sentirem inseguros e desconfortáveis.

Conclusões entre as duas entrevistas

As duas entrevistas analisadas oferecem perspectivas distintas, mas complementares, sobre a indústria do *fitness* e os desafios enfrentados pelo sexo feminino. A primeira entrevista do *Diretor Técnico* (E1) foca mais nas tendências e comportamentos das mulheres no treino e na sua evolução da indústria do *fitness*. Em contraste a segunda entrevista da *Personal Trainer e Preparadora Física* (E2) concentra-se nas experiências das suas clientes mulheres e na pressão que elas enfrentam.

As entrevistas com o *Diretor Técnico* (E1) e a *Personal Trainer e Preparadora Física* (E2) revelaram mudanças significativas na percepção do sexo feminino no contexto do ginásio. Ambos os entrevistados observaram uma transição de ênfase dos objetivos estéticos para uma maior preocupação com a saúde e o bem-estar entre os atuais clientes.

No entanto, enquanto que o *E1* expressou uma visão mais otimista e motivadora ao longo da entrevista, destacando um progresso positivo, dando maior foco e concentração nas tendências da indústria do *fitness* e na cultura do ginásio , a *E2* adotou uma abordagem mais crítica e reflexiva, que por sua vez, concentrou-se mais na pressão social exercida sobre as mulheres e a importância da saúde.

Em termos de estrutura da indústria do *fitness*, a E1 fornece uma visão abrangente, abordando a cultura dos ginásios e os padrões estéticos impostos, adotando uma visão crítica sobre como esses padrões influenciam as mulheres, adotando uma abordagem educativa e orientada para o treino. Por outro lado, a E2 apresenta mais informações sobre as consequências da pressão social exercida sobre as mulheres, de uma forma mais geral e superficial, acabando por adotar uma abordagem crítica e reflexiva sobre a pressão social sobre as mulheres.

Ambas as entrevistas reconhecem , que , apesar da crescente valorização da saúde , os objetivos estéticos ainda são fortemente impulsionados pelas redes sociais, revelando a complexidade na relação entre a percepção de saúde e as influências externas.

Na E1 , há uma abordagem educativa e orientada para o treino, destacando a importância do desenvolvimento físico e das tendências na indústria *fitness*. Contrastante com a E2 que apresenta uma abordagem mais crítica e reflexiva sobre a pressão social exercida sobre as mulheres, evidenciando como esses fatores afetam suas experiências e expectativas em relação ao corpo e ao bem-estar.

Esta divergência de tonalidades entre as entrevistas sugere diferentes perspectivas e interpretações sobre o tema, enriquecendo a compreensão do fenômeno em estudo.

As conclusões das duas entrevistas indicam que existe uma mudança de mentalidade entre os praticantes de ginásio, especialmente entre as mulheres, onde o foco na saúde e no bem-estar físico começa a superar a procura por uma estética específica e predefinida. Esta mudança reflete uma evolução na forma como as pessoas percebem o *fitness* , priorizando mais a saúde do que apenas a aparência.

Além da questão dos estereótipos, as entrevistas destacam a importância de criar espaços inclusivos e diversos onde todos sintam-se bem-vindos e representados são pilares fulcrais. Isso envolve não apenas o *layout* físico do ginásio, mas também a atitude e abordagem dos funcionários em relação aos clientes de diferentes idades , gêneros e níveis de aptidão.

Conclusões do *Focus Group*

A análise do *focus group* com os participantes reela unanimidade na percepção de que a representação da diversidade corporal no ambiente desportivo é irrealista. Existe uma pressão estética e a imposição de ideais corporais inatingíveis, amplamente representados nas redes sociais, que afetam negativamente a autoestima e o bem-estar dos indivíduos. Conforme apontado por Soraia, a tentativa de conformar-se a esses padrões pode levar a dietas extremas e intervenções estéticas, exacerbando problemas de saúde mental e autoestima.

Ao longo do *focus group* foi abordado as representações nas redes sociais e diversidade corporal, tanto a Cátia e Inês destacaram a inclusão e diversidade nas redes sociais mas também mencionaram que, embora nestas plataformas possam promover uma maior inclusão, ainda há uma necessidade de mudança na mentalidade das pessoas. As redes sociais, embora tenham uma influência positiva em alguns aspetos, perpetuam estereótipos que contribuem para uma visão distorcida do que é um corpo saudável.

Miriam e alguns participantes mencionaram que muitos clientes de ginásios motivam-se principalmente pela estética, o que reflete uma visão superficial do *fitness* e sublinha a necessidade de promover uma abordagem mais equilibrada e saudável.

Um dos intervenientes apresentou uma perspetiva diferente ao mencionar que as diferenças culturais e o limitado conhecimento em Portugal sobre a diversidade corporal, comparando com outros países como o Brasil. Ele ressaltou a necessidade de maior conscientização e representação da diversidade corporal para alinhar Portugal com padrões mais inclusivos e informados. Na perspetiva do Tiago e João enfatizaram que, embora o ambiente desportivo possa inspirar alguns a melhorar sua forma física, a maioria das pessoas não alcança os corpos extremamente atléticos retratados nas redes sociais devido a fatores genéticos entre outras limitações. A influência destas indústrias e plataformas não é uniforme e depende muito da percepção individual e da capacidade de lidar com a pressão social e a comparação constante.

Os depoimentos revelaram que os estereótipos de género significativamente a motivação para treinar ou frequentar o ginásio. Homens frequentemente sentem-se motivados pela estética e pela satisfação pessoal ao ver melhorias no próprio corpo. As mulheres, por outro lado, sentem-se motivadas por uma combinação de preocupações de saúde e pressões sociais para manter uma aparência específica.

A falta de motivação é um problema comum, independentemente do género, e muitos recorrem a *personal trainers* para conseguirem manter uma rotina de exercícios devido à obrigação médica ou social. Disciplina, mais do que motivação, parece ser um fator crucial para a manutenção de uma rotina de treino a longo prazo.

Por fim, concluiu-se que é importante desmistificar estereótipos de género e promover a diversidade corporal no ambiente desportivo. Incentivar as representações tornarem-se mais realistas e inclusivas, que pode contribuir significativamente para o bem-estar físico e mental, além fomentar uma cultura de respeito e aceitação pela diversidade natural dos corpos. A indústria *fitness* e as redes sociais devem ser abordadas de maneira crítica para promover uma visão mais realista e inclusiva dos corpos, valorizando a diversidade e a individualidade, e diminuindo a pressão por alcançar ideais corporais irreais,

Capítulo IV – Discussão dos Resultados

Até que ponto as mentalidades atuais aceitam mulheres na musculação e no treino de força?

A aceitação das mulheres na musculação e no treino de força ainda enfrenta desafios significativos. Embora as mentalidades estejam a mudar ao longo do tempo, muitas mulheres ainda encontram obstáculos sociais e culturais que dificultam a plena aceitação nestes ambientes

Sharon-David et al. (2020) destacam que a nível pessoal, as barreiras são agravadas por obstáculos sociais, como a hesitação dos funcionários de ginásio na oferta de programas para os clientes que estão fora do estereótipo tradicional de “*cliente de ginásio*” (Sharon-David et al. 2020), outros fatores restritivos na disponibilidade, assim como a ausência de aulas de musculação estruturadas em diversos ginásios, também contribuem para estas barreiras. Aspectos sociais podem estar

relacionados às percepções dos funcionários, parecem-se inacessíveis ou indiferentes às preocupações pessoais, intensificando os sentimentos de exclusão. (Evans & Clements, 2019 ; Dervish-O’Kane , 2020).

As mentalidades atuais ainda enfrentam desafios em aceitar mulheres na musculação e no treino de força. Obstáculos incluem percepções de gênero que associam a musculação com masculinidade (Walteres & Hefferon, 2020) e a falta de aulas estruturadas a musculação para mulheres em muitos ginásios. (Dervish-O’Kane, 2020; Evans & Clements, 2019).

Como a exposição das mulheres a padrões de beleza idealizado, disseminados pelas redes sociais, afeta a relação com o *fitness* e a percepção do próprio corpo?

Os homens frequentam o ginásio para desenvolver e fortalecer os músculos, enquanto que as mulheres frequentam para alcançar objetivos como perna de peso, permanecer em forma física e conquistar aparência desejada. (Lee et al. 2018).

Contudo, desportos como treino de força ou mesmo levantamento de peso, podem proporcionar um fortalecimento mais significativa fase a exercícios aeróbicos, visto que as mulheres se sentem fortalecidas ao tornarem-se fisicamente fortes. (Walteres e Hefferon, 2020).

Tanto a investigação fase a atividade física como a condição física das mulheres está em constante expansão, com um foco central na análise de como sistemas sociais predominantes, tais como o neoliberalismo, a obsessão pela magreza, a discriminação corporal , a definição hegemônica de feminilidade, a heteronormatividade, o racismo e o colonialismo, tem impactos adversos na experiência vivida das mulheres em movimento. Além disto, a pesquisa explora como as mulheres ativamente enfrentam, interpretam e resistem a estas narrativas e práticas limitadoras. (Azzarito, 2019 ; McGuire-Adams, 2020).

Em geral, a exposição das pessoas ao meio digital ou aos média, tornou-se uma prática recorrente, o que ainda é mais explícito nas redes sociais, nas quais milhares de corpos, fisionomias e informações pessoais são vividos diariamente. (Silva et al. 2015).

Com toda a pressão estética exercida, que geralmente associa um corpo bonito saudável a um corpo magro ou musculoso, muitas pessoas passam a desenvolver determinados transtornos, frustrações e distorções referentes à sua estrutura corporal, quando passam a comparar a sua estrutura física com os “corpos perfeitos” que são idealizados, estereotipados e divulgados nestes meios. (Ainett et al. 2017).

Narrativas de corpos idealizados como tamanhos específicos, promovidas pelos média, influenciam percepções sobre condicionamento físico e saúde , marginalizando aqueles que não se enquadram nos padrões considerados normativos. (Pausé C et al. 2021 ; Azzarito , 2019).

Foi demonstrado pelo uso das redes sociais voltadas para a aparência (exposição a imagens centradas na aparência) está fortemente relacionado com uma imagem corporal negativada do uso geral das redes sociais. (Mingoia et al. 2017 ; Saiphoo e Vahedi, 2019).

De igual forma, um estudo longitudinal também revelou que o uso das redes sociais com foco na aparência, ao contrario do uso focado na comunicação (envio de mensagens) estava associado a problemas de imagem corporal , como vergonha corporal. (Markey & Daniels, 2022).

As necessidades de atividade física da população feminina diferem dos da população masculina (Haro-González et al. 2018). As potenciais consequências adversas do uso das redes sociais podem incluir depressão, ansiedade, inatividade física, má imagem corporal e distúrbios alimentares (Gason, Murray & Nagata, 2021; Nagata et al. 2021 ; Derenne & Beresin, 2018).

Visualizar conteúdo online relacionado ao *fitness* , como “*fitspiration*”, - que consiste em imagens e conteúdos digitais , destinados a promover corpos em forma, tonificados , atléticos e estilos de vida saudáveis por meio de exercício físico e dieta. (Jerónimo & Carraça, 2022 ;Tiggemann & Zaccardo, 2018 ; Boepple & Thompson, 2016) - pode ter efeitos prejudiciais.

As redes sociais têm sido reconhecidas como uma fonte de pressão esética, resultando em consequências prejudiciais para a imagem corporal. Isto inclui a internalização de ideias e de aparência, assim como a intensificação de processos que amplificam os efeitos negativos da exposição mediática sobre a imagem corporal. (Rousseau, 2021).

Esses efeitos incluem aumento da insatisfação corporal e comportamento alimentares e de exercícios desordenados. (Jerónimo & Carraça, 2022 ; Wu et al. 2022 ; Mayoh & Jones , 2021 ; Cohen et al. 2017). A internalização do ideal de corpo em forma está associado a uma maior insatisfação corporal entre mulheres jovens (Paterna et al. 2021 ; Donovan et al. 2020) , em alguns caso casos é ainda mais prejudicial à imagem corporal do que o ideal de magreza. (Betz e Ramsey, 2017 ; Robinson et al . 2017).

A elevação dos índices de insatisfação da população com o índice corporal está ligada não somente aos media, mas também a outros fatores tais como a família, os relacionamentos sociais, padrões impostos e construídos pela sociedade, o preconceito, índices de medida, entre outros, que indiretamente também sofrem influências dos media e, desse modo, podem afetar a visão de um indivíduo sobre si mesmo (Abuquerque et al., 2019).

Entende-se que os jovens investem em tópicos relacionados à aparência em formas de género (Rodgers et al., 2021) e aqueles com preocupações com a aparência podem interagir com conteúdo de maneiras sutilmente diferentes, interpretadas como indicadores do seu interesse no tópico (Davies et al., 2023).

Embora que tipo de corpo ideal fino ainda predomine nos meios de comunicação centrados na cultura branca para as mulheres, outras ideias corporais também começaram a ganhar

popularidade, como o ideal “*fitness*”, caracterizado por uma figura relativamente magra, mas tonificada, o que é diferenciado do ideal de muscularidade, que apresenta músculos dos braços, pernas ou abdômen maiores e mais proeminentes (Robinson et al. 2017). Este ideal de *fitness*, no que diz respeito às mulheres, sentem-se mal com os seus próprios corpos por não se aproximarem-se a deste tipo de corpo. Os investigadores levantaram a hipótese de que o ideal de ajuste pode ser mais prejudicial à imagem corporal das mulheres do que o ideal de magreza, porque o ideal de ajuste implica que, as mulheres investirem tempo e esforço suficientes para exercitarem e alimentarem a forma saudável. (Robinson et al. 2017).

O ideal de corpo “magro-grosso” que se tornou popularizado nos média, por celebridades e influenciadores de beleza como Kim Kardashian, Kylie Jenner e Coco Austin. Este ideal é uma modificação, da versão do ideal magro que se caracteriza por uma cintura pequena, barriga chapada mas as coxas e o glúteo grandes. (McComb & Mills, 2022).

Como os objetivos de condicionamento físico são moldados pelas expectativas sociais e pessoas em relação à saúde e bem-estar?

Nos últimos anos existe uma supervalorização pelo baixo índice de percentual de gordura e ampla hipertrofia muscular, tanto para homens como para mulheres, que procuram assim uma estética corporal (Alves et al. 2017), para além disto, surge um crescimento no número de participantes de atividades físicas que procuram um treino orientado com a finalidade de obterem resultados corporais assim como a saúde e lazer. Desta forma, é muito comum encontrar pessoas a realizarem treinos acompanhados por um *personal trainer*, seja na caminhada, na corrida ou na musculação, entre outros exercícios físicos. (Vasconcelos, 2016). Tanto homens quanto mulheres estão inseridos em programas de treino, procurando principalmente por um corpo saudável, bem esteticamente e livre de doenças. (Santos, 2016).

Paralelamente, a autosssexualização surge como uma manifestação de sexualização bem internalizada ou cultivada (McKenney & Bigler, 2010; Ward et al., 2016). A teoria da objetificação (Fredrickson & Roberts, 1997) oferece uma perspectiva semelhante, sugerindo que a autoobjetificação das mulheres – isto é, ver-se como um objeto e observar o próprio corpo através dos olhos de outra pessoa – resulta de experiências sexualmente objetificadas internalizadas.

Referente às percepções de género no *fitness* impactam significativamente o treino. Geralmente, o Homem frequenta os ginásios para desenvolver músculos enquanto mulheres procuram a perda de

peso e a manutenção da forma física. Estas percepções podem criar barreiras e limitar o acesso das mulheres ao exercício físico. (Lee et al. 2018).

As potenciais consequências são o *design* dos ginásios que podem reforçar estereótipos de género, como a separação de áreas de musculação, que é vista como espaço masculino e *cardio*, que é um espaço feminino. (Evans & Clements, 2019)

Coulter (2020) afirma que as barreiras a nível pessoal podem estar relacionadas com sentimentos de intimidação que ocorrem da percepção de “*não pertencimento*” o que acaba por desencorajar a participação. Assim como as preocupações de segura, fase ao assédio sexual em ginásios (Dervish-O’Kane, 2020 ; Evans & Clements, 2019).

Outros aspetos das barreiras pessoais é a prevalência de espelhos nestes ambientes (Richardson et al. 2017) e que podem ser agravadas por barreiras sociais , como a hesitação dos funcionários dos ginásios em oferecer programas para aqueles que não se enquadram no estereotipo de “*utilizador de ginásio*” (Sharon-David et al. 2020), também a limitação de ofertas , quanto as aulas de musculação formalmente estruturadas em muitos ginásios.

Também as barreiras sociais podem estar ligadas às percepções dos funcionários quando aparentam estar distantes ou indiferentes às preocupações pessoais , o que intensifica os sentimentos de exclusão(Dervish-O’Kane, 2020 ; Evans & Clements, 2019).

Para além disto, fatores ambientais tais como o uso do espaço onde contém atmosferas *stressantes* devido à superlotação (Sharon-David et al., 2020), ou faz com que certas áreas sejam percebidas por “intimidantes” ou “ proibidas” através de sinais ou mensagens implícitas. (Coe et al. 2019).

Embora concentre-se nas mulheres e como sofreram exclusão pelo género é claro que temas que abordem hierarquias sociais e da exclusão dos espaços de exercício deve ser entendidos como interseccional e com impacto sobre as pessoas marginalizadas devido a outros fatores como deficiência (Sharon-David et al. 2020) , forma corporal (Harjunen, 2019) e homens que não se enquadram nos limites da masculinidade normativa. (Baiocco et al. 2018).

Mulheres que sentem desconforto e mal-estar no ginásio é um problema urgente, especialmente porque as taxas de obesidade, doenças e mortes evitáveis estão a aumentar (Hales et al, 2020).

Conclusões

Considerações finais

Com o objetivo principal de quebra de estereótipos de género e a importância da diversidade, inclusão nos ginásios , este estudo revelou uma lacuna significativa nas seguintes temáticas:

diversidade de diferentes classes sociais, raças e etnias ; Inclusão do segmento mais maduro e diferenças visuais, e variedade de genero e sexo.

Conclui-se que , apesar das diversas tentativas, o ginásio continua a ser algo direcionado especificamente para o publico masculino por mais que já existe uma aceitação para a mulher. Ficou evidente que atualmente este estereotipo cada vez mais esta interligado com a mentalidade da sociedade .

A presente pesquisa trouxe à tona a complexidade e a multifacetada natureza dos estereótipos corporais , revelando assim uma lacuna significativa na pesquisa da temática relacionadas à pouca informação e difícil acesso a diversidade e inclusão nos ginásios, com ênfase na quebra destes estereótipos de gênero e na importância da representatividade feminina nestes ambientes, para além das suas implicações na prática de exercício físico. Observou-se que , apesar dos esforços realizados, os ginásios ainda são amplamente direcionados ao público masculino, mesmo havendo uma crescente aceitação da presença feminina com a mudança de mentalidade. Ficou evidente que este estereótipo está profundamente enraizado na mentalidade da sociedade atual, o que sugere a necessidade de abordagens mais abrangentes e inclusivas na indústria do *fitness*.

Atraves da análise detalhada da metodologia , constatou-se que as motivações e as percepções de quem pratica ginásio têm evoluído significativamente nos últimos anos. Inicialmente, a procura por um corpo esteticamente perfeito predominava, especialmente no público feminino, que muitas vezes sentiam-se pressionadas a alcançar padrões irreais de beleza. No entanto, a tendência atual reflete numa aborda mais holística, onde o bem-estar e a saúde mental são priorizados.

As entrevistas revelaram que, embora a preocupação com a aparência física ainda exista, não é a mais a principal ou a única motivação para a maioria dos clientes. Esta mudança cultural é um indicativo que os estereotipos corporais estão diversificando-se , permitindo uma visão mais inclusiva e saudável do que significa estar em forma. Foi evidenciado de igual forma, que as redes sociais continuam a exercer uma forte influência sobre a imagem corporal, criando expetativas irreais e contribuindo para problemas de autoestima.

Ao longo do presente estudo, foi possível constatar o papel importante que o estereotipo de genero desempenham na vida das mulheres que frequentam ginásios, que estão presentes no *fitness*. Estes estereotipos influenciam as experiências e percepções destas mulheres, tornando essencial para o bem-estar psicológico que sejam incluídas, representadas e respeitadas nas práticas e ambientes de ginásios.

Capítulo V - Discussões

Limitações do estudo

Durante a condução da pesquisa para o presente estudo, identificou-se um *gap* significativo na literatura existente sobre o a revisão literária que aborde todo este contexto entre as mulheres na área do *fitness*. Atualmente, este assunto, emerge como uma temática de relevância de crescimento, desafiando os padrões estabelecidos e a mentalidade da sociedade. No entanto, foi desafiador encontrar fontes fidedignas e atuais que abordassem este tema. Além disto, a procura por recursos relevantes ficou ainda mais dificultada não apenas pela escassez como também pela limitação no uso de palavras-chaves para direcionar a pesquisa.

No entanto, a presença desta limitação, revelou um vasto leque de oportunidade de estudo. Inicialmente, encontrou-se um desafio definir um caminho a linear devido às inúmeras possibilidades de investigação. No entanto, esta dificuldade foi eventualmente mitigada pela vantagem de estar inserida neste ambiente de ginásio como cliente proporcionando-se uma familiaridade com toda a equipa, como foi referido no início. Esta familiaridade facilitou-me a identificação das áreas específicas de interesse, assim como a facilidade de contato quanto aos métodos qualitativos e estabeleceu uma base sólida ao longo da pesquisa.

Futuras linhas de investigação

No decorrer da investigação, foram identificadas várias áreas do conhecimento que necessitavam ser ainda mais aprofundadas e exploradas. Uma área que se destacou foi o impacto psicológico dos estereótipos de corpo na motivação e autoestima. Cada vez mais, percebe-se que as influências externas têm um impacto significativo sobre a imagem corporal e a saúde mental dos indivíduos. Para além disto, é importante entender de que forma estes estereótipos contribuem para problemas de autoestima e transtornos alimentares.

Como apêndice da presente dissertação, seria realizado um estudo focado apenas em tal problemática- não só iria solidificar a importância mais uma vez da inclusão de qualquer indivíduo na presença de um ginásio, como também iria cimentar que é importante enfrentar estes desafios de uma maneira mais saudável e coesa.

De forma a solidificar o presente estudo, seria explorar e aprofundar a pesquisa sobre os estereótipos corporais na prática de exercício físico a nível da motivação e na autoestima. A exploração desta área irá solidificar a razão pela falta de aderência de pessoas nestes ambientes, acabando por beneficiar em vários aspetos ao adotarem comportamentos mais inclusivos e diversificados na sua identidade e corporação.

Deste modo, ao perceber-se que cada vez mais o ginásio e os ambientes desportivos, estão cada vez mais inseridos na vida quotidiano das pessoas , propõe-se para futuros trabalhos o aprofundamento do tema referido ou a inclusão dos seguintes tópicos:

- Uma vez que neste estudo focou-se nos estereótipos no geral, para um próximo focar-se no estereótipos em pessoas com problemas de mobilidade e como estas pessoas podem ultrapassar as suas barreiras mentais e físicas.
- Como a representação dos media de corpos idealizados influencia a percepção da imagem corporal dos clientes de ginásios e de que maneira esta influência manifesta-se no *design* e no ambiente destes espaços
- Como o ambiente social e o *design* de ambientes desportivos afetam os comportamentos do exercício físico?
- Como o *design* centrado no utilizador pode promover a inclusão de ambientes desportivos?

Referências

Armada C, Bernardino Javier Sánchez-Alcaraz, Courel-Ilbáñez, J. & Segarra-Vicens, E. (2024). Differences in the Levels of Physical Activity and Sport Habits between Men and Women in Cartagena (Spain). *Sports*, 12 (1) , 28-28. DOI: 10.3390/sports12010028

Bell D, Rahman S, Rochon R.(2023). (Trans)forming fitness: Intersectionality as a framework for resistance and collective action. *Frontiers in Sports and Active Living*, 5. DOI:10.3389/fspor.2023.944782

Bevan, N. ; O'Brien, K.S.; Lin,C.Y. et al. (2021). The Relationship between Weight Stigma, Physical Appearance Concerns, and Enjoyment and Tendency to Avoid Physical Activity and Sport. *International Journal of Environmental Reserach and Public Health*, Volume 18(19), 9957. DOI: 10.3390/ijerph18199957

Biddle, S. J. H.; Gorely, T. , Faulkner et al. (2022). Phychology of physical activity: A 30-year reflection on correlates, barriers and theory. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, Volume 21 (1) , 1-14. DOI: 10.10780/1612197X.2022.2147261

Bowes, A.; Lomax, L.; Piasecki, J.(2020). The Impact of the COVID-19 Lockdown on Elite Sportswomen. *Managing Sport and Leisure*, Volume 27(6) , 1-17. DOI:10.1080/23750472.2020.1825988

Campos Ferreira, L. F. (2023). *Perfeccionismo e (in)satisfação com a imagem corporal em praticantes de exercício físico*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Algarve – Faculdade de Ciencias Humanas e Sociais]. Disponível em: <https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/19583/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20FinalLiliana%20Filipa%20Campos%20Ferreira.pdf>

Choi, D., Kang, JY.M., Kim, J. *et al.* Self-Sexualization in Relation to Sexual Harassment and Body Shame. *Sexuality & Culture* 27, 1894–1914 (2023). DOI: 10.1007/s12119-023-10096-w

Cleland, J. A. (2017). The Qualitative Orientation in Medical Education Research. *Korean Journal of Medical Education*, 29(2). 61-71. DOI:10.3946/kjme.2017.53

Coe, W., H. , Redmond, L. , Parisi, J. M., Bowie, J., V., Liu, E. Y. , Ng, T. , Y., Onyuka, A. M. A., Cooper, L., C. Ryan, L. Ells, S. Hamilton, G. Atkinson, K. Cooper, M. I. Johnson, et al. (2016). Weight-loss interventions of overweight/obese adults with chronic musculoskeletal pain. *JBIM Database of Systematic Reviews and Implementation Reports*, Volume 14(5), 57-64. DOI: 10.11124/jbisrir-2016-002725

Coe,W.H., Redmond, L. et al. (2017). Motivators, barriers and facilitators to weight loss and behavior change among African American adults in Baltimore City: A qualitative analysis. *Journal of the National Medical Association*, Volume 109 (2). 79-85. DOI: 10.1016/j.jnma.2017.01.006

Cohen R, Irwin L, Newton-John T, Slater A. (2019) #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*. 47-57. doi: 10.1016/j.bodyim.2019.02.007.

Cort, M. , & Cheskin, L. J. (2017). Motivators, Barriers and Facilitators to Weight Loss and Behavior Change Among African American Adults in Baltimore City: A Qualitative Analysis. *Journal of National Medical Association* , Volume 109 (2) , 79-85. DOI: 10.1016/j.jnma.2017.01.006

Czepczor-Bernat, K., Kościcka, K., Gebauer, R., & Brytek-Matera, A. (2017). Ideal body stereotype internalization and sociocultural attitudes towards appearance: a preliminary crossnational comparison between Czech, Polish and American women. *Archives of Psychiatry and Psychotherapy* , 19(4) , 57–65. DOI: 10.12740/app/78172

Dempsey Elizabeth. (2023). *The Roles of Emphasied Femininity in Female Bodybuilding* [Master's Thesis , Universidade Utrecht]. <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/44098>

Direção- Geral da Saúde (DGS). (2017). *Programa Nacional para a Promoção da Atividade Física*. Disponível em: https://www.sns.gov.pt/wpcontent/uploads/2017/10/DGS_PNPAF2017_V7.pdf

European Commission. (2021). Estado da Saúde na UE Portugal. Perfil de saúde do país 2021.

Disponível em: https://health.ec.europa.eu/system/files/2021-12/2021_chp_pt_portuguese.pdf
Expresso. (2022, 4 de março) . Dois terços dos portugueses têm peso a mais e isso custa 11 mil milhões por ano. Disponível em: <https://expresso.pt/sociedade/2022-03-04-dois-tercosdosportugueses-tem-peso-a-mais--e-isso-custa-11-mil-milhoes-por-ano->

Fasoli F. , Ogden, J. & Johnson, S. (2023).Body Positivity or Humorous Parody? The Impact of Instagram Imagery on Body Image Concerns. *The Journal of Psychology*, 157:5, 273296, DOI: 10.1080/00223980.2023.2198686

Fasoli , F. , & Constantinou , D. (2024). Does body positivity work for men as it does for women? The impact of idealized body and body positive imagery on body satisfaction drive for thinness , and drive for muscularity. *Acta Psychologica*, 243. DOI:10.1016/j.actpsy.2024104126

Friel C. P., Garber C. E. (2020). An Examination of the Relationship Between Motivation Physical activity, and Wearable Activity Monitor Use. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, Volume 42(2), 153–160. DOI:10.1123/jsep.2019-0170

Garcia, L. ; Pearce , M. ; Abbas, A. et al. (2023). Non-occupational physical activity and risk of cardiovascular disease, cancer and mortality outcomes: A dose-response meta-analysis of large prospective studies. *British Journal of Sports Medicine* , Volume 57 (15) , 979-989. DOI: 10.1136/bjsports-2022-105669

Gill, P. & Baillie, J. (2018). Interviews and Focus Groups in Qualitative research: na Update for the Digital Age. *British Dental Journal*, 225 (7) , 668-672. DOI:10.1038/sj.bdj.2018.815

Hamer et al. (2023). Fear as barrier to physical activity in young adults with obesity: A qualitative study. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 15 (1), 18-34. DOI:10.1080/2159676X.2021.2012243

Hall, F. C. & Noonan, R. J. (2023). A qualitative study of how and why gym-based resistance training may benefit women’s mental health and wellbeing. *Performance Enhancement & Health*.. 11(3). DOI:10-1016/j.peh.2023.100254

Lavie C. J., Ozemek C., Carbone S., Katzmarzyk P. T., Blair S. N. (2019). Sedentary Behavior, Exercise, and Cardiovascular Health. *Circulation Research*. Volume 124 (5) ,799–815. DOI: 10.1161/CIRCRESAHA.118.312669

Kaur H, Singh T, Arya YK, Mittal S. (2020). Physical Fitness and Exercise During the COVID-19 Pandemic: A Qualitative Enquiry. *Frontiers in Psychology*, Volume 11 (1). Doi: 10.3389/fpsyg.2020.590172.

Kirman, D. L. , Lee D. & Carbone, S. (2022). Resistance exercise for cardiac rehabilitation. *Progress in Cardiovascular Diseases*, 70, 66-72. DOI:10.1016/j.pcard.2022.01.004

Liu, Z., Shentu, M., Xue, Y. et al. (2023). Sport-gender stereotypes and their impact on impression evaluations. *Humanities and Social Sciences Communciations*, Volume 10 (1) , 1-14. Estereótipos

esporte-gênero e seu impacto nas avaliações de impressão. *Humanit Soc Sci Commun* , 614. DOI:10-1057/s41599-023-02132-9

Lopes et al. (2017). *Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física*, IAN-AF 2015-2016: Relatório de resultados. Universidade do Porto. Disponível em: www.ian-af.up.pt

Lindwall M., Weman-Josefsson K., Sebire S. J., Standage M. (2016). Viewing exercise goal content through a person-oriented lens: A self-determination perspective. *Psychology of Sport and Exercise*, 27, 85–92. DOI:10-1016/j.psychsport.2016.06.11

Martinez Kercher, V. M., Burton, D., Pickering, M. A., & Kercher, K. (2024). Profiling Physical Activity Motivation Based on Reasons for Exercise: A Cluster Analysis Approach. *Psychological Reports*, 127(1), 124-141. DOI:10.1177/00332941221119413

Moser A, Korstjens I.(2017). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 1: Introduction. *European Journal of General Practice*, 23 (1). 271-273. DOI:10-1080/13814788.2017.1375093

Oliver Hamer, Derek Larkin, Nicola Relph & Paola Dey (2023) Fear as a barrier to physical activity in young adults with obesity: a qualitative study, *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 15:1, 18-34, DOI: 10.1080/2159676X.2021.2012243

Rodrigues, Filipe; Teixeira Diogo ; Neiva, Henrique (2019). The bring and dark sides of motivation as predictors of enjoyment, intention and exercise persistence. *Scand J Med Sci Sports*. 2020;30:787–800. DOI: 10.1111/sms.13617

Ross,C. (2022). Fitness vs Fatness? Bodies, boundaries and bias in the gym. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 1-19. DOI:101080/2159676x.2022.2098808

Santos, Andreia Costa et al. The cost of inaction on physical inactivity to public health-care systems: a population-attributable fraction analysis. *The Lancet Global Health*. Volume 11 (1), pagina 32-39. DOI:10.1016/S2214-109X(22)00464-8

So Young Kim , Dae Myoung Yoo , Chanyang Min , Woo-Jin Bang e Hyo Geun Choi (2024) Investigação de mudanças na atividade física e experiência de queda antes e depois da pandemia de COVID-19, *Research in Sports Medicine*, 32:1, 201212, DOI:10.1080/15438627.2022.2102914

Soekmawati, Nathan RJ, Victor V, Pei Kian T. Gym-Goers’ (2022). Self-Identification with Physically Attractive Fitness Trainers and Intention to Exercise. *Behavioral Sciences*. 12(5):158. DOI: 10.3390/bs12050158

Streetman, A. E. & Heinrich, K.M. (2023). Female empowerment through sport: na exploratory narrative review. *Sport in Society*. 1-16. DOI:10.1080/17430437.2023.2270443

Thorpe H, O’Leary G, Ahmad N, Nemani MJ. “If You Didn’t Exercise during Lockdown, What Were You Even Doing?”: Young Women, Sport, and Fitness in Pandemic Times. *Youth*. 2023; 3(3):847-868. DOI:10.3390/youth3030055

Thorpe, H., Jeffrey, A., Fullagar, S., & Pavlidis, A. (2023). Reconceptualizing Women’s Wellbeing During the Pandemic: Sport, Fitness and More-Than-Human Connection. *Journal of Sport and Social Issues*, 47(1), 3-35. <https://doi.org/10.1177/01937235221109438>

Valentim Gonçalves, Miguel. (2021). *A importância da satisfação dos clientes em Health Clubs na área do Fitness e relação com a Fidelização nos mesmos*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Beja – Escola Superior de Saúde]. Repositório do IPBeja.

Yang Yan Qiu, Benjamin Fernández-García, H. Immo Lehmann, Guoping Li, Guido Kroemer, Carlos López-Otín, Junjie Xiao, Exercise sustains the hallmarks of health, *Journal of Sport and Health Science*. (2023). Volume 12, Issue 1, Pages 8-35. <https://doi.org/10.1016/j.jshs.2022.10.003>

Wu, I.H.C.; Strong, L.L.; Nguyen, N.T.; Cho, D.; John, J.; McNeill, L.H. (2019). Psychosocial stressors, depression, and physical activity among African Americans. *Am. J. Health Behav.* DOI: 10.5993/AJHB.43.4.6

Anexo I

Anexo A. Transcrição da Entrevista Diretor Técnico (E1)

S: Como já é do seu conhecimento o tema de tese e como já sou cliente deste ginásio, terei apenas pedir a permissão da gravação apenas por áudio E1 : Sem problema.

S: Como a cultura do ginásio e as tendências da indústria do fitness influenciam os estereótipos sobre o corpo da mulher e os seus objetivos de fitness?

E1 : Penso que já foi muito diferente daquilo que é agora. Agora, pelo menos no espaço onde eu trabalho, já não funciona bem assim, porque as pessoas já nos procuram também muito a ver com a parte da saúde. Não só com a parte estética, ou seja, não é aquele estereótipo que talvez ocorria anteriormente, que as raparigas vinham para aqui simplesmente para ter os corpos descomunais tal

como os homens. Automaticamente, pensávamos que a rapariga de ginásio era aquela rapariga que só vinha pensar no corpo, não vinha pensar em mais nada.

Agora, atualmente, não é bem assim, penso que isto já mudou bastante e as pessoas cada vez nos procuram mais por questões de saúde e não só apenas questões de saúde, mas muito mais do que propriamente o aspeto físico. Atenção, continua a existir a parte da preocupação física, mas já não se associa simplesmente “*Ok, aquela rapariga anda no ginásio, então está só a pensar no corpo*”. Não, há outras raparigas que vem com outros propósitos, outros propósitos além da parte física.

Há alguns clientes que vem com outra finalidade, temos aqui exemplos de pessoas que vêm automaticamente para desanuviar um bocadinho a cabeça e para terem companhia. Por exemplo, o pessoal mais idoso que, por alguma razão se sente mais sozinho, vem para o ginásio exatamente para se sentirem um bocadinho mais sociais e terem uma componente social na vida deles.

S: Quando afirmei tendências da industria do fitness é questão todas as suas redes sociais, nesse contexto também.

E1 : Ok , nesse contexto também. Então aqui pode recair um bocadinho dentro disso que me está a questionar. Porque esse caminho já vive muito da imagem ok, e a imagem que vende é a imagem do corpo bonitos, do corpo tonificado, é obvio que não vamos lá colocar uma velhota a fazer certos movimentos ou apenas a demonstrar esse movimento. E atenção, vende na mesma, mas a quantidade de clientela que “chamaria” vai ser mais reduzida. Ou seja, o nicho não é esse, nós queremos é atrair o máximo de pessoas possíveis e então, mostrar coisas que na realidade as pessoas pensam que podem alcançar. Que podem nunca alcançarem mas aí, nunca é uma palavra muito forte , mas sim, é difícil porque cada corpo é um corpo , já falamos sobre isto e cada corpo é um corpo.

Nós não podemos comparar com ninguém porque nunca sabemos como é o dia-a-dia daquela pessoa, não sabemos a forma de estar dela, qual a sua profissão, não sabemos nada e tudo isso influência.

Se estivermos a falar de uma pessoa que vive através dessas redes sociais e dessas tendências, automaticamente são pessoas que estão de manha à tarde no ginásio a fazer vídeos. E não , não é o que é mais comum ; é a pessoa que trabalha 8 horas e vem treinar uma hora e meia, duas horas , isto é o comum.

É muito normal, é normal e muito alargado o mundo do culturismo, pode haver de um pouco de tudo, como uma senhora com 81 anos que me apareceu no *reels* do instagram. Mas agora sim, na parte social e toda essa vertente, é claro que a parte do que está estereotipada será o corpo bonito, o glúteo perfeito, as pernas perfeitas em relação às senhoras.

S: Considera que desde do início da sua carreira ate agora, isso tem mudado?

E1: Penso, é isto que eu estou a dizer. Ou seja, comecei aqui em 2016 no ginásio e pelo tipo de clientes que nos aparece pela frente, já é bastante diferente daquilo que eram em 2016 fase a esse contexto. Como digo, na parte do contexto da saúde referido acima.

S: Da saúde apenas?

DT: Lá está, aumentou o numero de pessoas que procuram isto pela saúde. Não quero dizer que a procura do corpo perfeito ou do corpo ideal não exista, este é que acabou por aumentar um pouco. O que fez que as coisas equilibrassem ligeiramente. E dentro do nosso mercado, desde o COVID que o nosso mercado cresceu, porque houve muitas pessoas a treinar em casa e isso fez com que depois de treinarem em casa percebessem que a realidade disto faziam-lhes falta e então começaram a procurar os ginásios. Dentro disto, tivemos pessoas que durante o COVID não tiveram qualquer tipo de orientação durante o exercício e agora procura-nos com esse objetivo de ter algum suporte.

S: Considera que a pressão nos modelos sociais tem maior impacto nos homens ou nas mulheres?

E1: Essa é uma boa questão. Já sabemos que os homens são sempre vistos como o principal ponto do fitness, porque é sempre associado muito à parte da força e então já sabemos que quando olhamos para a mulher, neste caso, não é vista normalmente com o respeito que o homem tem no espaço do ginásio.

Voltando um bocadinho atrás, mas já inserido nesta questão também, a parte da procura do corpo perfeito, a interpretação que é feita para a mulher é no sentido de tentar satisfazer os outros. Enquanto no homem, o mesmo não acontece.

No homem já está tudo ok. O homem trabalhar o peito descomunal e uns braços gigantes é perfeitamente normal e compreensível. Já a senhora se, procurar ter um glúteo gigante, já é exatamente para uma parte mais atraente em relação aos homens, ou seja, a pressão social é que feita de uma pessoa do sexo masculino para o sexo feminino é completamente diferente porque vão ser sempre apontados dedos de formas diferentes, a meu ver.

S: Considera que o homem, basicamente, preocupa-se mais com ele próprio do que propriamente com o expor? Ou esta questão não está enraizada?

E1 : Não não.

Penso que tanto o homem como a mulher preocupam-se com aquilo que eles acham que se têm de se preocupar. A forma como o outro interpreta essa leitura é que é diferente. O outro , aqui é a sociedade. Uma pessoa que nunca esteja ligada ao ginásio, vai automaticamente pensar que um homem veio para o ginásio para ser mais forte. Já com as mulheres vão fazê-lo para se tornarem mais agradáveis em relação aos homens. Isto para eu manter a coisa aqui com palavras simpáticas. Mas é o que é. Se é o que está certo?! Claro que não! Porque é como já lhe mencionei, as pessoas têm de se sentir bem com elas próprias e acho que tanto os homens como as mulheres não acabam por fazer.

Em termos de pressões sociais, que era o pretendido, responder à questão. Claro que a mulher é muito mais pressionada porque parece que ela nunca está a fazer o correto. Para ela, está a fazer sempre em relação aos outros. Sempre para agradar, para se tornar mais atraente para os homens, é

sempre o objetivo e não para se tornarem atraentes pelas próprias, para se sentirem bem com elas próprias.

Então, por este motivo acabam sempre por ser mais pressionadas. Isto na procura do corpo perfeito, porque , se formos à procura da parte negativa, quando eu digo isto, começamos à parte da obesidade, aí sim, já as coisas são muito equivalentes porque uma senhora obesa e um senhor obeso sofrem pressão de igual forma.

Por isso, depende um bocadinho dos casos, mas de forma geral, diria que a pressão acaba sempre por ser maior para a mulher, porque é sempre *“Isto não é ambiente para ti”*; *“Isto não é sitio para frequentares”*; *“Vais ficar com braço de homem”*. E como me disse *“Esta semana passada ouviu isto aqui dentro do ginásio”*. Mas Sara, aquilo que já ouviu , é apenas uma situação, eu ouço várias vezes. Quando venho fazer uma avaliação referente ao sexo feminino, simplesmente chegam e dizem-me assim *“ Eu só quero treinar perna e glúteo, não quero ficar com as costas nem com ombros de homem “*. E eu respondo: *“Isto não funciona assim “*.

S: Como é que lida com este tipo de observações?

E1: *“O lidar é sempre na conversa que nós temos que criar um corpo equilibrado. E o criar um corpo equilibrado não significa que todos os movimentos que todos os movimentos que vai fazer, vai se desenvolver como um homem, porque o homem tem uma estrutura diferente. E tem testosterona. Tem testosterona, tem mais força, vai fazer aquilo muito mais vezes do que aquilo que a senhora em questão vai fazer”*

Já é conhecido também por si, que naturalmente o treino das senhoras acaba por predominar nas pernas. Nos homens, acabam por trabalhar os membros superiores de forma mais regular e isso fará com que cada um deles acabe-se por desenvolver. Se um homem a treinar 3 vezes por semana perna e glúteo, um deles também se vai desenvolver, o que é perfeitamente normal.

Mas sim, é uma questão que eu ouço com frequência das senhoras.

S: E sente que as pessoas o ouvem?

E1: Em certo modo, as senhoras sim, porque percebem que na realidade o que vão fazer não é um treino de super hipertrofia para os membros superiores. A mesma coisa acontece para os homens sobre a história da perna. Os homens são 3 mil vezes piores que o sexo feminino quanto o assunto é treino de pernas.

Raramente observo as mulheres a falharem um treino de superiores, quero dizer, elas sabem que o têm que o fazer e fazem. Se é o melhor treino do mundo, possivelmente não, mas acabam por cumprir. Grande parte dos homens, chegam àquele dia e por alguma razão , o treino de perna não vai acontecer.

S: Por motivo sente que isso acontece?

E1: Vai um bocadinho agora aqui outra vez... Os estereótipos. Os estereótipos do homem , tal como eu referi à bocado, é ter um peito grande e braços grandes. Não é ter as pernas grandes. E então , isto é sempre , andarmos sempre a dar no mesmo. Também acho que, atenção, também que é uma coisa que ainda não mudou tanto mas já está a mudar aos poucos.

Já se vê muito mais homens a trabalhar os membros inferiores e a dar muita importância, porque sabem que é preciso, sabem que é preciso e isto faz com que o resto do corpo também se desenvolva, porque as pernas são um músculo grande.

S: E os homens também ouvem-no da mesma forma que a mulher, numa avaliação, por exemplo?

E1: Não, não, não. Os homens têm muito mais dificuldade em ouvir. Este tipo que eu estou a dizer, já em forma, já bem preparado fisicamente, têm alguma dificuldade.” *Estou confortável com o corpo que tenho, estou ok , vou fazer perna muito de vez em quando*” Porque custa, fazer perna custa.

As senhoras tem uma sensibilidade maior para nos ouvir e perceber na realidade que o equilíbrio do corpo vai ser super importante, mesmo para questões do dia-a-dia, não só aqui no ginásio, mas para conseguirem desenvolver o corpo, aumentar a massa muscular, para fazer com que o seu próprio metabolismo aumente, tudo isso irá fazer com que ajude a desenvolver as pernas também, por lá esta , temos um corpo equilibrado é meio caminho andado para tudo ao nosso redor correr bem.

S: Então, vamos supor , que sou uma PT mulher, nessa questão dos homens , quando eles não aceitaram tanto a opinião do homem, considera que isso poderia mudar ou não?

E1: Se for deste tipo de homem que eu acabei de referir, o tipo de homem já tem um corpo trabalhado, já tem um corpo definido, já tem a sua rotina de treino, dificilmente irá ouvir um homem tanto como a mulher, a não ser que a testosterona esteja no máximo e o próximo treino seja com essa mulher. Mas há exceções, tens dezenas pessoas que já treinam há anos e mesmo assim, nos ouvem com muita atenção e faz inúmeras questões para compreenderem como funciona.

Isto depende muito do quanto a pessoa está disposta a ouvir , se é humilde. Se é que abertos para ouvir estão todos. Se depois o fazem ou não, já pode ser um pouco diferente. Sim podemos dizer que alguns podem não ser honestos, não sei .. mas nós conseguimos perceber isso. Principalmente o pessoal mais novo, aqui já não está tanto os adultos e não tanto a os idosos que são casmurros. Já cheguei avisar “*Não faça isso porque está muito peso , não está a fazer com a execução correta*”, a pessoa ouve, vai parar mas assim que viro costas, ela vai procurar o peso acima... Isto já me aconteceu, por isto, só revela que por mais que nós avisaremos numa qualquer situação que seja, se a pessoa achar que é assim, vai continuar a fazer assim.

Sendo que isto são feitos, não tem nada relacionado ao *fitness* em si, isto deve ser pessoas que levam este modo de estar para as suas vida, não digo aqui dentro do ginásio.

S: Sendo assim, consegue refletir que o tipo de postura que a pessoa tenha dentro do ginásio, acaba por levar para a vida?

E1: Claro que sim, porque tudo o que vejo aqui, são pessoas que, aquilo que elas fazem aqui, é aquilo que fazem lá fora. Uma pessoa que não arruma os pesos já à partida, é uma pessoa que também não arruma a casa.

Como uma pessoa que ou não controla o numero de repetições é uma pessoa que não é organizada, não é uma pessoa metódica, não é uma pessoa consistente. Como é obvio, eu não proíbo que os meus clientes de treino personalizado (o chamado clientes de PT) não me possam convidar para jantar com eles, os meus clientes de PT. De vezes em quando vamos jantar e afins. Mas em casa deles, não estou lá para ver se ele tem o quarto arrumado e se organizam de um dia para o outro, se tem a vida dele toda bem planeada.

Há uns clientes que eu sei bem que o fazem. Há outros que sei , porque informam-me por vontade própria. É por uma questão de organização. Imagina, existe a hipótese de fazer isto ao domingo e é garantido que em todos os dias, os almoços sejam cumpridos dentro das regras de cada um. E há outras que não o vão fazer e depois, provavelmente chegam ao trabalho e como não têm almoço, vão encomendar algo do McDonald's. E então vai fazer esse desvio. O mesmo aqui acontece. *“Hoje não vou conseguir fazer tanto peso.”, “ Estou a fazer tanto peso, por isso não vou fazer tantas repetições”*. Tem coisas que já vem de fora e não se criam aqui dentro.

S: Vamos um pouco aquilo que foi dito anteriormente, mas avalia que as mentalidades estão suficientemente abertas para aceitar as mulheres na pratica da musculação ou treino de força?

E1: Ah isso sim, sim. Há senhoras que já não fazem apenas cardio. Sim, existem casos que eu ainda oiço *“ Eu não gosto de maquinas, eu só quero fazer cardio”*. Isso há tanto de um lado como do outro.

As mulheres têm cada vez mais o espaço delas bem definido aqui na zona da musculação. Porque lá está, começou a ser visto também como uma questão de saúde. Ou seja, não é meramente estética. A saúde, já foi falado aqui, tem cada vez um papel mais importante na vida das pessoas.

E isso fará com que haja abertura por parte dos homens nas mulheres em praticarem e ingressarem num ginásio.

Antigamente, não era normal, não existia isso. Antigamente, as senhoras eram associadas às aulas de grupo e à parte básica, como à zumba, 3B , o quer que seja. Era isso que as senhoras faziam e pronto. Não estavam aqui prontas para levantar pesos.

E isto, hoje já não funciona assim. É tão simples quanto isso.

S:Alguma vez , no seu ambiente laboral, sentiu que houvesse alguma picardia maldosa no que diz respeito ao ego masculino fase ao quanto uma mulher puxa mais peso do que ele?

E1: Nunca vi ninguém a ficar claramente aborrecido com isso. Mas como homem sabemos que isso funciona assim. Funciona assim, até porque faz um pouco parte do meu trabalho, por vezes, fazer perceber aos homens que não é bem assim. Imagina, a Sara faz remada com 20 kg , bem a Sara, mas aparece-me uma pessoa, um senhor , com a mesma idade, que neste caso é um rapaz , mas que nunca treinou.

Claro que não vai conseguir como é obvio, mas eu não quero que aquilo o desmotive, nem que ele pense “*Ahh uma mulher está a fazer mais que eu “* . Tem o ego que deixa ferido e tem o ego que motiva.

No outro tipo de pessoa que se desmotiva, que eu enquanto Personal Trainer tenho que conseguir dar-lhe a volta, faze-lo perceber funciona assim, que não deve desmotivar-se.

S: Qual é o registo de trabalho que utiliza para o cliente ultrapassar isso?

E1: É muito através “*Isto é um processo*”. Estamos a falar de uma pessoa, falando de si , não tenho ideia em termos de anos, mas vamos supor que treina à 2/3 anos. É isto que digo a pessoa “*A Sara está aqui a treinar a 3 anos e tu chegaste a 15 dias. Não podes estar a espera, ainda está a conhecer o teu corpo e a Sara já passou essa fase. Sendo que ela já está num treino de força. Nós lá mais para a frente, vamos fazer um treino de força*”. É explicar as pessoas que tudo isto é um processo. Espero que as pessoas entendem que isto é um processo.

S: Quais são os desafios específicos que enfrentas ao trabalhar com ambos os públicos em relação as metas de condicionamento físico?

E1: Os desafios que eu encontro, não são aqui. É o que as pessoas fazem fora daqui esse é o meu maior desafio. É aquele que não consigo controlar. Durante o período que as pessoas estão aqui comigo, eu sei o que elas estão a fazer, sei aquilo que consigo mete-las a fazer. A partir daí, não consigo ajudar. Mais uma vez, voltamos a uma das conversas atrás que já tivemos, que a personalidade da pessoa, a força de vontade da pessoa depende só dela. Isto é o que vai fazer com que aquilo que eu lhe diga para fazer lá fora, ela consiga fazer para cumprir com os seus objetivos.

S: Considera que a força de vontade é algo que vem de dentro, ou que exteriormente, poderá ser válido?

E1: É uma coisa , que eu acho que chega e dá um click. Depois esse click pode ser dado por diversas razões. No sentido, em que a primeira pode ser aquela que alguém acordar todos os dias e não gosta daquilo que vê ao espelho e aí já estamos a falar na parte de estética. Sim também deceções, mas aqui não iria lembrar-me, se não fosse mencionada. É uma realidade, que pode acontecer. Temos a parte negativa, que neste ponto, são aquelas pessoas que tiveram um AVC, um principio de enfarte. E que aqui, nestas pessoas, a força de vontade é este click.

S: Como isto impacta a nível emocional?

E1: A nível emocionalmente , é gratificante , fazer algo por nós próprios e após treino a pensar “ *Hoje fiz algo por mim* “ , emocionalmente vais fazer bem a qualquer um de nós. Depende também do objetivo que vem para o ginásio. Imagine , que a Sara padece de uma dor nas costas , está sempre curvada para a frente, vens e resolves esse problema e caminhas direitinho e de peito cheio mesmo que estejamos a falar de uma pessoa que tenha uma gordura abdominal gigante, mas como já não está com dores , vai estar confiante para ir jogar a bola, fazer o quer que seja, apesar de fisicamente não esteja 100%

É a cabeça de cada um e dos objetivos que cada um tenha para a sua vida. Claramente que o meu trabalho, é fazer com que essas pessoas, isto é um desafio, fazer com que estas pessoas além da dor da costas , elas ainda possuem 7/8 kg a volta do coração , que tem que ser retiradas porque no futuro vem trazer problemas. É muito gratificante lidar com diversos clientes, por um lado tens diversas experiencias , faz com que o meu trabalho não seja monótono, porque amanhã aparece uma pessoa com um problema , no dia seguinte aparece outra pessoa com o problema oposto, como daqui a 2 semanas aparece uma pessoa “igual “ a primeira e eu já sei como resolver o problema dessa pessoa, a partida mas cada corpo é um corpo e isto tem ser um grande estudo.

S.: Existem exercícios que sejam específicos para o publico masculino e feminino?

E1: Não existem exercícios específicos para cada uma das pessoas, existem objetivos e dentro destes objetivos que o homem fazem mais assim como as mulheres. Por exemplo, temos um cliente que a Sara até referiu a uns dias, que o senhor, diz-me que “*Não me metas a fazer aqueles exercícios bichanados*”, nunca sabemos quem esta ao nosso lado.

Agora imagina, o que é um homossexual ouvi-lo a dizer este comentário, e no meu local do ginásio, faz com que este cliente pense “*Não quero estar num local onde estou a ouvir isto*” e acaba por sair. Atualmente, não sei se tenho homossexuais, mas já tivemos cá.

S: Acredita que o design e o layout do ginásio pode reforçar ou desafiar os estereótipos de género?

E1: Ahh.. Claro que sim, como pode ver, o layout que temos ali fora, são dois corpos tonificados , porque lá está , é aquilo que vende, não estou a dizer que está correto. Como é necessário trazer pessoas para cá , é como digo, é uma coisa , que já ouvi em modo de brincadeira “ *Só saiu daqui quando ficar com o corpo como aquele homem* “ , “*Mas querem que eu coloque ali o que, o dono Joaquim que levante os pesos de 2.5 kg , claro que não*” . Mas é muito mais fácil, uma pessoa com problemas de saúde e emocionais, que entre num espaço que tenha duas pessoas tonificadas a treinar do que propriamente meter uma imagem de duas pessoas a recuperar a costas. É basicamente, para vender. Se colocar uma imagem de dois velhotes ali a treinar, automaticamente o pensamento das pessoas vai ser “*Aquilo é um ginásio de seniores* “ , o que faria com o que todos as outras pessoas não entrassem. Para ser inclusivo, ou não metia nada, ou metia uma foto de um

velhote, um homem, uma senhora e até de um asiático. Ao meter-se aquela fotografia, é por isso que o meu colega está a dar treinos a um rapaz de 10 anos e eu a uma senhora com 70 com a prótese numa anca.

S: Como podemos contribuir para um ambiente mais inclusivo ?

E1: Não é vender o meu peixe, mas espaços como o nosso, onde qualquer pessoa tem facilidade na comunicação, uma senhora e um senhor a falarem sobre qualquer tema, não é como acontece em superfícies grandes que as pessoas vão com o tempo contado, vão na hora de almoço.

Por exemplo, eu aqui tenho que treinar de fones, se não treinar de fones, vou continuar a trabalhar. Se eu tirar os fones, as pessoas vêm-me fazer perguntas. Assim que coloco os fones, as pessoas deixam-me de fazer perguntas e já houve situações que eu treinei com os fones desligados, uma ou duas vezes, tinha uma hora para treinar, não tinha mais tempo e depois voltaria a trabalhar, se não naquela hora não estava a rentabilizar o meu treino.

Quantas pessoas aqui falam ao senhor António (senhor idoso, com 72 anos)?! Ele aqui é adorado por todos, onde é que isto aconteceria ao senhor António se tivesse numa grande superfície.

Por isso, é que sinto que somos ginásios inclusivos, porque há ginásios que não querem este tipo de pessoas, porque vão trazer problemas, ainda se vão aleijar e isso é uma despesa.

Como um ambiente familiar faz com que as pessoas cá venham, isto por um lado é bom porque começam a gostar disto e ficam por cá. Por outro lado, aparece muitas pessoas que te, conhecimento que nos fornecemos apoio, avaliações mensalmente, planos de treino e estamos sempre em cima deles em sala e vem a nossa procura por isso, é uma imagem de marca que temos, mas que na prática, não chegam a gostar da pratica de exercício físico e acabam por desistir, arranizando desculpas para não o fazerem, acabam por ir embora.

O que acontece, este tipo de pessoas , são pessoas difíceis de fidelizar. Eu para ter um ginásio fidelizado, interessa-me “*peçoal do ferro*” (neste caso, estou a mencionar isto porque não funcionamos com fidelizações) que vem treinar o ano todo. Existe muitos casos, em que as pessoas inscrevem-se 3 meses antes do verão, so com o propósito do verão. Há pessoas que vem treinam até ao verão, chegam ao verão dizem-nos “*Vou de ferias*”, nunca mais o vejo, até a entrada no próximo verão.

S: Alguma vez teve clientes que seja por algum motivo tenham saído e regressado, por exemplo , na altura do COVID?

E1: Existiram clientes que durante o COVID , continuaram a pagar a mensalidade. O ginásio estava fechado , continuavam a pagar isto porque aquilo que eles diziam era “ *Assim que acabar o confinamento , eu quero que estejam abertos, como sie que acabam por não estarem a receber dinheiro de lado nenhum, vou continuar a pagar a mensalidade*”. em que as pessoas inscrevem-se

3 meses antes do verão, so com o propósito do verão. Há pessoas que vem treinam até ao verão, chegam ao verão dizem-nos “*Vou de férias*”, nunca mais o vejo, até a entrada no próximo verão.

S: O meu objetivo de trabalho está relacionado com isto, se quiser acrescentar algo pertinente ou que não foi referido ao longo da entrevista, sinta-se a vontade. Obrigada

E1: O resumo final, as coisas tem estado evoluído de forma equilibrada em relação aos homens e as mulheres, que é o tema fundamental que a Sara levantou aqui, tem vindo claramente a mudar, pelo menos , da experiência que tenho , que é este ginásio , não trabalho em mais nenhum ginásio fora daqui mas daquilo que vejo no desporto há muita coisa a mudar, um caminho muito grande percorrer , não apenas no desporto mas é aquilo que estou mais inserido.

Esta muito mais evoluído daquilo que entrei no ginásio, mentalidades antigas vão estar sempre presentes, isso é facto mas cada um sabe respeitar-se nos espaços desportivos, incluindo-se uns aos outros naquilo que acabam por partilhar , seja no ginásio, seja no futebol, seja no basquetebol. Obrigado.

Anexo B. Transcrição da Personal Trainer (E2)

S: Como já é do seu conhecimento o tema de tese e como já sou cliente deste ginásio, terei apenas pedir a permissão da gravação apenas por áudio E2: Esteja a vontade, sem qualquer stress.

S: Como a cultura do ginásio e as tendências da industria do fitness influenciam os estereótipos sobre o corpo da mulher e os seus objetivos de fitness?

E2: Como é que influencia?

S: Sim, seja por motivos sociais, os ditos padrões estéticos ou mesmo os média.

E2: Para a pessoa?

S: Sim. Como considera que isso influência?

E2: Influência no momento, até posso dar um exemplo de uma cliente minha, a Paula, que tem 50 e poucos anos, tem um 1.55, tem excesso de peso mas ela sofre de hipertensão. Na cabeça dela, por mais que perca peso, massa gorda a nível de volume e aumente a massa magra, ela acaba sempre por se sentir gorda. Não consegue relacionar que ela está a entrar num nível saudável para depois começar a perder gordura. Porque se dizer para um cliente *“Esta a perder massa gorda, o que é bom influencia no seu coração, na sua postura”* e estar a dizer isso que é ótimo e fundamental, mas ela estar-se a olhar para o espelho e sentir-se *“cheia”*, ela só consegue olhar *“para fora”* e acha-se que está igual. É capaz de se olhar para o espelho e diz *“Estou igual, não vejo resultados. Porque as pessoas olham-me”*. Isto, influência imenso no teu dia-a-dia. Como a profissão desta senhora esta relacionada com uma escola, seja mais direto para ela porque há alunos, tens professores, lidas regularmente com pessoas. Sente-se estigmatizada, sente que *“de uma pessoa magra para uma pessoa com excesso de peso”*, ela está naquela fase que quer perder peso, não para parecer-se com aquelas pessoas, mas sim, para sentir-se bem ao lado das outras pessoas. Considero que é muito por aí, que as pessoas, por mais que treines para um nível saudável, o que vai contar é o que está por fora, é aquilo que os outros observam.

S: Será que a sua cliente não sofre de dismorfia corporal?

E2: Não sofre. A alimentação dela não é boa e só por aí, tem conhecimento que está a falhar. Eu aconselhei-lhe a ir para um nutricionista, *“Paula, o que estás a comer?”*, foi o que lhe perguntei e ela responde-me que é difícil fazer x, y, z que está no plano.

“Só perdi 1 kilo” e eu respondo-lhe *“Tu treinas 3x, alguma coisa aqui está a falhar.”* Agora está num nutricionista e perdeu 2kg, desse peso que perdeu, foi muita massa gorda. E ela ficou super desmotivadíssima.

S: Interessante, que na entrevista anterior estivemos a falar nisso, que o processo é lento. O seu colega para a motivação dos clientes dele, utiliza aquele incentivo que é *“Isto é um processo”*, como a incentiva?

E2: Ela não entende isso, ela não entende que cada processo é um processo e cada pessoa é uma pessoa. Ela tendo essa condição medica, não pode ter o mesmo ritmo de treino que uma pessoa *“normal”*, sem hipertensão. Imagine, se eu coloca-la a fazer passadeira com inclinação, se ela deixar de respirar para aí uns 2 segundos, cai para o lado, percebe?

S: Sim, coitada.

E2: Então tenho que lhe explicar vezes sem conta, que alimentação mais descanso e por ai diante, para ver se interioriza. Hoje em dia é tão a estética, as pessoas querem estar tão perfeitas com o corpo e tudo mais, que se alguém estiver fora desse padrão, acaba por nunca se sentir bem. Tens aquela parte , pelo menos a *Benetton* já deu muito ênfase a pessoas acima do peso e começaram por normalizar o ser gorda e o ser magra. Fizeram isso porquê? Para as pessoas gordas não se sentirem excluídas

S: Nem as pessoas magras sentirem-se da mesma forma excluídas.

E2: Exatamente. Mas não se consegue alcançar aquele padrão imposto, porque hoje em dia, todas as campanhas de *marketing* são pessoas com um estereótipo que não existe, de magrinhas , com músculos. Isso só existem em 20 pessoas e mesmo assim. Retomando a pergunta anterior, influência no teu dia-a-dia, principalmente.

S: Considera que a pressão nos modelos sociais tem maior impacto nos homens ou nas mulheres?

E2: Acho que tem maior impacto nos homens.

S: Interessante, que espanto que pensei que fosse uma opinião que corresponderia com a opinião do seu colega.

E2: A opinião do meu colega é visto pelo impacto da perda de gordura, pela obsessão pela perna e o glúteo nas mulheres, tudo isso chega a ser estético. A mulher se colocar uma saia, se vestir um vestido, vestir um top, gordas como é visto na rua e sente-se completamente normais.

S: E no homem?

E2: O homem quando é magrinho, vai se vestir com roupa muito larga, *oversized* , vai esconder-se por debaixo das roupas. Uma mulher vai a praia, pode-se sentir-se mal? Ok. Mas se for um homem magrinho, com pelos, vais ser visto como “feio” e vai sentir isso ao ver-se. Pode chegar aqui um homem musculoso, com manga a cava e é capaz de pousar para o espelho. Pessoalmente, sinto que é mais no homem mas isso vai muito depender do que a própria pessoa sente-se em relação a ela , se sente-se bem ou não. Daquilo que tenho presenciado, os homens ligam a nível estético.

S: A nível estético?

E2: Sim, mais estilosos, um aparte, cada vez mais existem metrossexuais, homens que ligam muito aparência, desde do vestuário aos detalhes da barba, tem as sobrancelhas feitas , acabam por fazer cirurgias não evasivas para tirarem as expressões fáceis. Vão fazer porquê? Querem começar a sentirem-se “ bonitos”. Pelo que as mulheres, em nós , já é normal porque sempre fizemos isto desde que existimos. Homem antigamente era muito desleixado, calção, tshirt , está feito.

S: Isso equivale a igualdade, não acha?

E2: Sim, claro que sim!! É bom, sem dúvida. Mas hoje em dia, nesta pergunta, eu considero o homem porque todo o que é feito agora, a mulher já o fazia. Antigamente, homem que fizesse isso, era logo assumido como *gay*, era logo.

S: Sim, sinto que isso mudou. Sente que a mentalidade também mudou quanto aos objetivos de condição física de cada um?

E2: Sim, sim, sim. A mulher só se foca numa coisa, que é , pernas e glúteo. Os homens já focam-se em tudo, é costas, pernas , é tudo no geral.

S: E acha que homem treinar pernas é mais fácil que mulher treinar superiores? Isto é para ir ao encontro da opinião do teu colega.

E2: Imagine , na opção de treinar pernas e tronco, as pernas no homem custam mais a crescer. O quê eles fazem? Como o tronco é mais fácil de crescer, só treinam tronco. Quando são pernas , ficam “ *Ai meu deus*”. As mulheres não treinam tronco porque não querem ficar masculinas, mas vão treinando deves em quanto. Agora ver alguns homens a treinar perna é impossível, ver mulheres a treinar costas até que sim. Já se ve mulheres com as costas tonificadas, não fazem bíceps , já tem a barriga definida. Nos homens não, parecem um corneto, é só tronco e depois as pernas ficam desproporcionais. Além de custar mais treinar pernas, dói mais , é mais complicado e eles deixam de parte.

S: Sou uma PT mulher tal como tu, nesta questão do treino das pernas, consideras será fácil eles aceitarem treinar pernas?

E2: Na minha experiência laboral, a maioria dos meus pts são mais homens do que mulheres. Se me perguntar o que eles treinam mais? Comigo , eles treinam tudo. Um dia perna , outro dia tronco.

S: Ok. E treinam com vontade?

E2: Treinam com vontade porque? Porque começam a verem-se com mais força, começam a sentir que conseguem fazer mais carga, mais repetições e sentem-se motivados. Há uns , que por mais que o treine , 30 kg ou 40 kg é igual ao litro, ficam ali a chorar mas em termos de treino, é igual seja homem seja mulher. Homem que treina perna, é numa de mostrar que consegue fazer mais perna que a mulher. Se fizermos um estudo, vamos reparar que as mulheres conseguem fazer mais pernas, isto é , conseguem fazer todos os exercícios de pernas com um peso relativamente alto, mais carga que os homens ,isto porque , como elas só treinam pernas , acabam por ter mais força

S: Então , na conclusão, é mais fácil treinar um homem do que uma mulher?

E2: Treinar mulher não é difícil, tens é que ter a estratégia de inserires um amplo treino de pernas , a fundo, seja para a perna como para o glúteo, é isso que elas querem. Tenho que sempre perder tempo para fazer um plano de treino para isso.

S: E acha que as pessoas entendem que o meu corpo vai ficar definido de uma forma e o corpo delas ficará doutra forma? Não tem que explicar isso ?

E2: Não, não. Ela entendem perfeitamente o que digo, fazes isto e fazes aquilo. Também os meus clientes pts já tem essas consciências, eles já não vem numa de estarem bem esteticamente mas sim

de saúde ou em recuperação. Se apanhar algum que só queira crescer, secalhar aí já é diferente, quanto ao resto é tranquilo.

S: Quais são os desafios específicos que enfrentas ao trabalhar com ambos os públicos em relação as metas de condicionamento físico?

E2: Sejam homens ou mulheres?

S: Sim.

E2: Ok. As mulheres tem pressa em perderem peso. Os homens tem presa, não digo crescer pelo menos daqueles que eu treino mas é muito daquele pensamento “*O que tiver que ser será*”, “*É para fazer é para fazer*”. Quando começam a crescer, eu peço 10 repetições e eles querem 20 repetições e conseguem. A mulher, sim também consegue lá chegar mas quer resultados muito depressa demais, é muito do *agora* “*Quero resultados agora* “. Querem perder 4kg mas só perdem 3kg e não conseguem perceber “*A tua alimentação está melhor?*” e acabam por dizerem-me “*Ah.. secalhar..*”. Diria que os homens são muito mais conscientes “*Ahh perdi apenas 3kg, penso que estou a fazer isto errado, vou mudar*” e mudam, já a mulher “*Ahhh ganhei 3kg? Ai, tenho que ver disto*” entram em stress.

S: É mais obsessivo quanto a estética do que aos valores da balança ?

E2: Sim, sim exatamente. Se for preciso já conseguem apertar os ténis, fazer coisas que não conseguiam. Conseguem aguentar mais tempo em pé, coisa que não conseguiam. As costas direitas. O homem não, “*Ah perdi 3kg ok tudo bem, vamos lá mudar para conseguir mais*”

S: Então os homens acabam por serem mais faceis de “manobrar” do que a mulher, neste sentido?

E2: Concordo, sim, foi como respondi acima.

S: Existem exercícios que sejam específicos para o publico masculino e feminino?

E2: Na parte desportiva no futebol que é a minha área?

S: Sim, no geral.

E2: Isto é conversa para 20 anos ou mais, sim é mesmo conversa para anos.

S: Desde do inicio da sua carreira desportiva, sente que está melhor?

E2: Sim, influencia. Sim, esta melhor, mas esta apenas a 10% dentro da área do futebol feminino, mas ainda falta os outros 90%. Imagine, tem que vir muito detrás, não na parte do desporto mas da mentalidade, enquanto não tivermos o conceito do masculino/feminino alterado nestes contextos, não se consegue. Por mais que se queira, vamos sempre mudando, mas não é uma mudança a olhos vistos, do género “estamos equiparadas”, isso não. E sinto que isso não vá acontecer.

S: Também acho que não.

S: Existem exercícios que sejam específicos para o público masculino e feminino?

E2: Sim, penso que sim. O que me surge a cabeça, é logo o peito. Isso é logo excluído pelas mulheres, as mulheres excluem porquê? Porque ao treinar peito, acaba-se por perder gordura nos seios, é inevitável. Não ficam mais descaídas como muitos falam, não, apenas como começa a ficar com mais músculos, elas acabam por diminuir e isto faz toda a diferença em ambos os públicos. Vamos a um exemplo, muitas concorrentes do *bodybuilding* colocam silicone por esta razão. É o único exercício que digo, que a mulher não gosta nada de fazer e para o homem é específico.

S: O público feminino não gosta por essa questão?

E2: Sim, pela questão de não quererem ficar masculinizadas, muito inchadas, muito para a frente e muito de peito cheio. E se uma mulher tiver poucos seios e for fazer peito, esqueça que não existe. É mesmo assim.

S: Então exercícios como o press de peito não são colocados nos planos das suas clientes? E2: Coloco, mas depende muito da minha cliente. Coloco numa de, a cliente conseguir ter “a balança” dos dois grupos musculares, as costas e o peito. Vamos sempre precisar do peito, nem que seja para a questão respiratória, mais uma questão postural, não porque tem que fazer peito, por gosto como já tinha referido. Só englobo o exercício pectoral flyer. Não faço nada de supinos nem as suas variações. Imagine, as minhas clientes tem 60 anos, fazer supino numa senhora com esta idade não é o mais adequado.

S: Ah, então a idade varia entre clientes?

E2: Sim, varia. Nos mais novos, englobo sim, maior parte dos exercícios de peito. Nestas duas clientes mais velhas, é só mesmo o pectoral flyer e está feito os exercícios de peito.

S: Consideras que os supinos e afins, não são exercícios adequados para a idade?

E2: Não são exercícios adequados para a idade e não vai trazer vantagens. É basicamente por isso.

S: E se a pessoa ter já um registo de treino, se neste caso, elas fizessem isto a mais tempo, seria na mesma um exercício que colocarias?

PT: Depende da idade, não é do exercício em si. Não é que não tenhas que fazer, mas depende da idade, da mobilidade que a pessoa tenha. Não é fácil colocar uma pessoa a fazer esse exercício, é muito se consegue-se deitar, se consegue aguentar com o peso e com a postura, é muito complicado em relação a isso.

S: Se, imaginemos, que tenho 60 anos e já faço supinos ao longo dos anos. Então poderia na mesma fazer um supino?

E2: Se a nível postural estiver bem, não conter nenhuma limitação física, sim pode-se sempre fazer.

S: Acredita que o design e o layout do ginásio pode reforçar ou desafiar os estereótipos de género?

E2: Isso é uma questão que nem acho que sim nem acho que não. Isso depende muito da perspectiva de cada um, é a mesma coisa; retomando a pouco, a parte da *Benetton*, ao fazer aquela publicidade, não mudou nada. Se o pensamento já está construindo na sociedade, vais sempre julgar qualquer imagem que apareça com uma pessoa obesa, isto é, vais olhar para a pessoa da mesma maneira. E nunca ninguém com a mesma estrutura corporal, vai pensar em comprar e fazer o mesmo. Ao fim de contas, querem é que a pessoa seja incluída na nossa sociedade. O mesmo acontece no ginásio, se colocarmos uma pessoa obesa num panfleto, primeira coisa que as pessoas vão pensar é “*Ai meu deus que imagem é aquela*” porque não é a imagem construída nos nossos pensamentos, enquanto sociedade.

S: Mas se colocarmos como existe, a imagem de alguém tonificado dentro do ginásio, as pessoas não dizem “*Ai, eu gostava de ser assim*”?

E2: Sim, é a imagem do ginásio, de qualquer ginásio. A imagem *fitness* é alguém que a Sara, por exemplo, gostava de ser mas que é completamente impossível. Se for a colocar uma imagem completamente diferente da imagem tradicional, as pessoas ficam logo a pensar “*Mas eu vou treinar para isto? Para quê que venho treinar?*”

S: Atualmente, consideras que os homens já aceitam as mulheres no rumo da musculação?

E2: Não, hoje em dia aceitam pela sociedade. Já estamos numa sociedade mais liberal, já se aceita muito mais coisas, já aceitamos a opinião do outro. Quer treinar assim tudo bem, não quer treinar dessa forma, também está tudo bem. Penso que é mais por aí, é mais pela questão da liberdade pelo o que outro quer, pensa.

S: Independentemente de tudo, a mulher continua a sofrer de discriminação?

E2: Sempre, treinar ou não treinar a mulher. Basicamente vai ser sempre alvo de olhares, sejam eles bons ou maus.

S: Então considera que o *design* e o *layout* contribuía para ambientes mais inclusivos, a mudança deste padrão?

E2: Não, é a mesma coisa como o exemplo do cigarro, é colocado uma série de alertas para o perigo do tabagismo, nos próprios maços e é completamente igual, as pessoas continuam a fumar. Não sinto que mude em nada, a sério. São pensamentos enraizados e isso não conseguimos mudar, há pessoas que afirmam “*Ai ginásios, aí que horror, não que isto dá lesões*”, no entanto a pessoa que faz este tipo de observações, de críticas, come fast-food “a torto e a direito”, mas vir ao ginásio e sentires-te cansada, isso faz mal. É essa imagem que a sociedade tem e que não muda, e até mudar-se isso, nem vai mudar, nem é pelos anos.

S: É como aquela questão e observação, que o ginásio é para homens e as mulheres tem que estar fora deste espaço.

E2: Sim, exatamente. O ginásio em si é para homens e as mulheres tem que fazer as aulas de grupo, o zumba, quer aceitamos ou não, mas é assim como é visto.

S: O meu objetivo de trabalho está relacionado com isto, se quiser acrescentar algo pertinente ou que não foi referido ao longo da entrevista, sinta-se a vontade. Obrigada

PT: Penso que foi tudo muito bem enquadrado aqui. As perguntas que me fez, foram bem colocadas. Como estou na área, é super tranquilo, as perguntas foram bem colocadas, responder a isso e foi muito pertinente, porque diariamente presencio isto. Na minha opinião, estas perguntas feitas a pessoas fora da área, da nossa área de saúde e afins, seria muito mais fácil, isto porque, iriam fazer as pessoas pensarem e refletirem sobre qualquer assunto, ou mesmo *“Provavelmente, sim deveria ir para o ginásio”*, *“Aquela imagem que tenho sobre o ginásio, não deve ser a melhor”*.

Porque se eu afirmar que *“Ok veio para o ginásio e vejo uma pessoa a perder peso, tem toda a credibilidade porque veio para o ginásio, para perder peso, está a lutar pela saúde”* mas depois existe uma segunda pessoa que não liga patavina e coloca-se um flyer com uma pessoa com excesso de peso, vão logo pensar *“Então porquê que veio treinar e vejo aquela imagem?”*. Agora se mantivermos a imagem do *fitness*, um homem tudo musculado e uma mulher toda magrinha. Há sempre aqueles que se motivam a olhar para estas tradicionais imagens, como há aquele que se desmotivam. Trabalham para alcançarem o corpo que vem, ou então, sentem que nunca vão lá chegar.

Basicamente é isto, obrigada eu.

Anexo B. Transcrição do Focus Group

1. Acreditam que existe uma visão realista e saudável da representação da diversidade corporal no ambiente desportivo?

Soraia : Imaginemos, tem uma pessoa musculada, uma pessoa magrinha e uma pessoa vai mais *“cheinha”*. Neste contexto, às vezes. Saudável não é. Porque se estiver nesta situação, começa sempre a pensar. Se existe um estereotipo corporal, sim. Porque, se vir uma mulher numa capa de revista, toda bem feitinha, com as curvas e sem imperfeições, há muitas pessoas que tentam ser assim e chegam a um ponto em que não é nada saudável, começam a fazer dietas *“malucas”* em que deixa de ter uma vida normal e o foco é apenas naquele ponto sem saberes se consegue lá chegar. E não, porque cada um tem o seu biótipo.

Nem todas conseguem ser magras e nem todos conseguem, vá engordar, digamos assim. Depois é que se vai para as partes das plásticas, operações, estética, para tentar ficar daquela maneira. É a própria realidade do corpo que tem e onde é que pode chegar. E saudável não é porque a nível psicológico depois deixa-se de ter autoestima, deixa-se de conseguir fazer as coisas diárias a pensar só naquele padrão. Não, não é realista e há sempre alguma alteração a nível físico para se conseguir chegar até lá.

Cátia: Mas há certos e determinados desafios que causam o tipo de fatores, que vão contribuir para essa visão. Pode-se ter, os fatores podem ser a maior inclusão, também por parte das redes

sociais. Porque, as pessoas normalmente, com as redes sociais, a publicidade e tudo mais , faz com que elas também interessem-se por este tipo de situações. Como existem todas as partes das orientações por parte do desporto. Pois também conta um bocado a mentalidade, a mudança de mentalidade das pessoas. Tem que haver abertura para isso e isto depende das circunstâncias.

Inês: É muito a volta do que a Cátia disse. Imaginando, se estivéssemos a falar a nível desportivo a nível desportivo, como no ginásio, que é onde estamos. Se estivesse num grupo onde existem umas miúdas , não menciono que sejam todas “*jeitosas*” mas que o treino seja para uma coisa, seja o que for. Vai quer treinar com esse mesmo objetivo, mesmo que , apesar esse não seja o teu objetivo. É como se fosse ciúmes. Aquilo que se vê , é também o caminho que queres fazer, o caminho que seja para seguir-se , é mais ou menos isso.

Miriam: Acredito que não existe a representação corporal saudável ideal, ou seja cada pessoa é como cada qual , por mais que concordo com o que foi dito anteriormente. Nós nunca na vida ter os corpos todos iguais, nunca vamos ser aquela ideia de perfeição do que é ter um corpo saudável. Agora , se as pessoas que vão para o ginásio , acharem que vão ficar um palito, sim vão , se as pessoas vão atingir esse objetivo , a maior parte não vai. As pessoas não são realistas do ponto de vista, quando vão fazer atividade física, não vão no objetivo de serem saudáveis, mas muito no parecer ser saudável. É sempre muito pela estética em primeiro lugar. Porque exemplo, não sou saudável por ir ao ginásio, sou saudável pelo meu estilo de vida que eu tenho, que faz parte da tua vida ir ao ginásio mas não é um tudo. Acho que uma minoria vai pela questão da saúde e sente necessidade disso ou são aconselhadas, por amigos , pelo médico, por quem faz natação, algo assim do genero.

Alexandre: No geral, sinto que há um boicote mesmo até a nível de falta de conhecimento de algumas pessoas. Sinto que poderia ser uma coisa muito mais aproveitada e utilizada e pelo menos neste momento não é em Portugal. Para já , penso que Portugal ainda está um bocado atrasado, ainda está um pouco atrasado em relação a certas determinadas questões e o nosso país ainda tem um nível de conhecimento ainda muito reduzido e acho que podia ser muito maior. Na minha opinião, penso que o nível de conhecimento e nível de interesse é muito reduzido como disse, coisa que nos outros países já não existe.

Sempre num ambiente desportivo, ou seja , sim até em países menos desenvolvidos que Portugal, como por exemplo, o Brasil que é um país que está atras de Portugal em muitas questões mas, fase ao nível de *fitness* , ao nível de ginásio está muito à frente que nós.

Tem muito mais representação de diversidade. Nós vemos a nível de conteúdo *fitness* que existe na internet , que é desprezável. É raro, é raro portugueses consumirem conteúdo português.

É um bocado mais a nível individual do que propriamente a forma como as pessoas usam o conteúdo. Ou seja, eu posso usar o conteúdo para auto-motivar e desenvolver um conhecimento ou posso usar isso de forma negativa tem várias formas.

Tiago : Acho que no ambiente desportivo a visão não é realista mas é saudável pois as pessoas que entram agora no ginásio ou no mundo da atividade física , veem as pessoas todas atléticas e querem ser assim, iguais a elas. Por outro lado, não é realista na mesma, porque uma

pequeníssima minoria consegue alcançar o corpo super atlético. Depende muito da genética, como já foi dito , como a motivação entre outros fatores.

João : Acredito que não porque retratam sempre os corpos mais atléticos, secos e musculados. As pessoas que pensam em desporto, já se relaciona um pouco mais magro, mais atlético, é muito nesse sentido.

2. Na vossa opinião, a indústria *fitness* e todo este ambiente, contribui para a criação de expectativas corporais irreais? De que maneira?

Cátia: As pessoas querem uma mudança, não querem ter esforço para tal , porque querem tudo para amanhã e as coisas levam o seu tempo. E as pessoas também desanimam e não têm aquela força de vontade. Por causa desta questão da representação, ou seja, como não se sentem representadas “*para quê esforçar*”? É muito neste sentido.

Sim, depois não há motivação, não se sentem motivadas, não há.. A parte motivacional também conta um bocado e somos afetadas por isso. Dói ter força de vontade.

Inês: Sim, eu vou porque quero emagrecer, quero perder isto, quero perder aquilo, porque na realidade não é aquilo que quero mas aquilo que indiretamente faz com que eu vá . A sociedade está com um padrão de “*obrigatoriedade*” , que me fazem obrigatoriamente de eu quer , ser a mais magrinha, porque se estiver num grupo que tenha 10 magrinhas e eu sou a única gordinha, sintome mal por ser a única, sinto-me a mais.. É difícil de aceitar porque a forma como alguém é aceite pela sociedade ou que, pela maneira que tu pensas que vais ser aceite, seja por *bullying*, seja pelo que for.

Soraia: Então nos ginásios, é o que acontece na maioria das vezes. Ve-se lá uma rapariga com uma *leggings* todas apertadinhas, com um *topzinho* , uma barriguinha toda slim e aparece outra rapariga com barriga. A pessoa olha e diz para ela , provavelmente eu não vou treinar ali, ao pé dela. Vou estar mais recatada porque ela tem um corpo que está melhor que o meu. Não existe o melhor ou o pior, porque cada um tem que aceitar aquilo que tem.

Alexandre: Não tenho qualquer dúvida, não tenho qualquer duvida. Só que lá esta foi como eu disse, anteriormente, sinto que tudo é uma questão de perspetiva e da forma como nos queremos usar tal conteúdo. Mas sim, hoje nós temos uma vantagem e desvantagem, que temos excesso de informação e podemos consumir de várias formas , como falei, mas o facto de termos muitas redes sociais , muitas formas de comunicação, ajuda de forma positiva e até negativa, acaba por depender muito da pessoa, depende daquilo , que cada pessoa tem para o seu objetivo. Porque eu posso ter um objetivo e a pessoa ter o mesmo objetivo que eu , no entanto consumimos o mesmo conteúdo e absorvemos o mesmo conteúdo de formas distintas e diferentes.

Miriam: Claro, todos os homens quer é a *barbie* , todo o homem quer ter o corpo do *ken* ou do *The Rock* , mas lá esta , há muita propaganda da industria fitness, é muito a base dos desenhos

animados, se comeres espinafres como o *Popeye* vais ficar com uns grandes *bíceps* e isso não acontece assim, mas sabemos que é dessa forma é feita e sabemos que não é bem assim, maioritariamente a parte visual, porque sem a parte visual, nos não idealizamos, penso eu. É muito a base da pressão social e ao estereotipo.

Tiago : Não diria irreais, as fotos que lá aparecem nos media, são dessas pessoas e essas pessoas conseguiram tal feito, ou seja, conseguiram ter o seu corpo. Ora não é um corpo que seja fácil de alcançar, uma pequeníssima parte chega lá e depois é um esforço físico, mental, psicológico, e muitas vezes, um enorme esforço financeiro, pela compra de suplementos, proteína, creatina e outro tipo de substâncias como esteroides.

João : Não, porque a partir do ponto de vista que as empresas que criam isso, que visa mais a parte atlética e não visa tanto as pessoas com sedentarismo, nesse sentido, já é aquele ambiente fechado. Não é nada inclusivo, nem todas as empresas pensam assim. As pessoas que fazem propaganda deste tipo de conteúdos e neste rumo na indústria, é muito mais direcionado para as pessoas que praticam ginásio, nesse sentido cria expectativas irreais dos nossos corpos. Pegando de novo, um exemplo das propagandas, sim, quando são feitas são sempre pessoas mais magras, quando uma pessoa olha vai ter um exemplo daquilo que ela quer ser, daquilo que ela almeja, até chegar a um ponto que se sinta bem. Exato concordo com os meus colegas, que aí é a base da subjetividade.

3. As redes sociais ajudam ou prejudicam a perceção do próprio corpo? E como?

Soraia: A nível pessoa não, porque lá esta, cada um tem a sua forma de pensar e tem que aceitar a sua realidade. Se eu consigo pensar e chegar a isto, porque eu ando no desporto, tenho uma perceção maior. Tenho conhecimento de qual é o meu biótipo e sei que não vou conseguir atingir aquele nível anatomicamente não consigo.

É impossível, tenho que nascer outra vez para lá chegar. Ou então tenho que ir por outros recursos, seja esteroides ou alguma coisa deste género, o que não é nada saudável. São outros caminhos que não são legais e não é competitivo. No geral, sim influencia bastante.

E as mulheres é a mesma coisa como os homens, a ver se ficam com um glúteo maior ou um corpinho mais *fitness* para ver se alguém repara nela, para ver se alguém a vê com outros olhos. Nos rapazes, é o mesmo, provavelmente “*Ah vou conseguir mais raparigas se tiver músculos todo musculoso*”.

Basicamente as redes sociais influenciam por essa parte, “*Eu vou ser mais popular se tiver assim e assim e por aí diante*”.

Vai sempre influenciar, mas também depende da autoestima de cada um e depende também muito do círculo social. Portanto, acho que é 50/50.

Para conseguir-se o corpo que querem, vá , seja de que maneira for, leva muito tempo. Como a Cátia estava a dizer, as pessoas querem tudo para amanhã e um corpo desses são anos. E não tem paciência, há muitos altos e baixos.

O que sinto é que as pessoas não conseguem aceitar muito isto. Não conseguem aceitar o fracasso, é mais dentro disto.

Cátia: Já a nível de redes sociais, claro que mostram algo que muita das vezes na realidade, aquilo nem existe. É muito simples, afeta sempre, porque, imaginemos, eu vejo que uma pessoa era de x forma e que em x semanas está assado, tem perdido 5 kg de peso. Eu vou pensar que o meu corpo vai reagir da mesma maneira. *“Não, não vai reagir da mesma maneira”*. Cada metabolismo é um, cada pessoa tem o seu. E então, é obvio que vai demorar mais tempo. E a pessoa passa aquelas semanas e não atingiu ou não perdeu aquele peso que a outra perdeu em 3 ou 4 semanas. A pessoa vai se questionar e sim vai afetar o psicológico. Ou tem-se um psicológico muito forte e tem a plena noção ou então sim, vai-se desmotivar. Isto é como tudo.

Numa semana, posso perder um kilo. Vamos em vez de falar em semanas , falar ao mês. Num mês perde-se 3kg, no mês a seguir nada se perde. Ok . Mas no outro mês também nada se perdeu. Ou perdes apenas 500 gramas.

Isso vai mexer com o psicológico. Mexendo com o psicológico, vai começar a surgir a desmotivação. E mesmo que a pessoa faça uma alimentação correta, o exercício corretamente e isso tudo, o teu corpo sofre ali um bocado. E então estas a apoiar esta nova mudança , só que ao não se atingir, desmotivamos.

Agora , se tivermos num mês a perder 3kg, no outro perde-se 2kg e assim em adiante, a malta sempre motiva-se e continua a fazer. Se há uma quebra ali, as pessoas desmotivam-se.

Inês: É mais ou menos , na linha do raciocínio, de fazerem com que haja pessoas perfeitas. Porque as redes sociais mostram a parte boa, ou a parte perfeita e não mostram a parte negativa. Também tem muito a ver com o que se pode fazer para lá chegar e como é que se pode lá chegar. Vamos dar um exemplo, se tiver 80 kg para teres o teu corpo, num bom nível de saúde, tenho que abdicar de muita coisa na minha vida e se tiver 1.60 cm estou no nível obeso.

E para conseguir ter saúde, tinha que ter mais ou menos 60 kg , vamos supor. E existem sacrifícios que tenho que fazer, tenho que controlar a minha alimentação, tenho que deixar de comer muita coisa que eu gosto, tenho de privar-me de muita coisa para conseguir chegar lá. E nem todos estamos dispostas a fazer isto. Concordo com o que a Cátia mencionou, queremos tudo para amanhã e não sabemos aproveitar o progresso.

Atualmente, as pessoas não querem fazer estes sacrifícios, querem a parte mais fácil. Tomar algo para emagrecer, isto para emagrecer que é o caminho mais fácil mas no futuro, esquecem-se que é o caminho que mais prejudicial a nível de saúde.

“Então o que é que as redes sociais fazem? Influenciam de forma negativa”

Na cabeça de alguém, é de forma positiva, mas a nível geral é de forma negativa, porque só te mostram o resultado. Agora, quanto ao processo, ninguém tem acesso, percebe?

Miriam: Depende muito do tipo de redes sociais que cada um tem e das paginas/pessoas que seguem, mas maioritariamente o conteúdo que estas exposto, serve para denegrir a perceção do corpo das pessoas e não para capacitar as pessoas de que todas as pessoas é perfeito como é , porque a perfeição não existe ou não é um modelo que temos que seguir. Pegando no modelos da *barbie*, como nem todos os homens tem que ser *Dwayne Johnson*. Muitas das vezes, nas redes sociais aparecem casos que, provavelmente ,não são verídicos e para além disso, aparece anúncios de pessoas que , por exemplo, andam aparecer-me imenso nos últimos tempos a mim, estão a fazer pilates de parede e que em 3 semanas, passaram de um corpo com *banhas* a um corpo *lisinho*, e sabemos que não é real. É como já falaram aqui, é mostrar o resultado e não o processo. É muito pelo resultado que vem e supostamente como demora muito tempo a ser conquistado e que as pessoas nas redes sociais , demonstram que este resultado é conseguido num tempo irreal e isso acaba por desmotivar.

Alexandre: Como disse, o conteúdo pode ajudar, há muita informação mas também desajudam. Isto aqui tem que ser balanceado, não pode ser nem 8 nem 80. Temos que ter aqui o meio-termo, se nós queremos nos motivar, queremos consumir tudo, tudo de boa, queremos evoluir, as redes sociais também são perfeitas, mas se somos uma pessoa com baixa autoestima, se tivermos falta de confiança é através das redes sociais que ainda ficamos muito mais para baixo. Por isso é que la está, tudo depende daquilo que fazemos, como cada pessoa interpreta o conteúdo.

Voltando ao que a Inês afirmou, claro que concordo com o que foi dito, quanto a demonstração apenas do resultado, nesse sentido as redes sociais são péssimas , porque por exemplo, eu posso seguir e acompanhar uma pessoa que faz ginásio ou qualquer tipo de atividade física há cerca de 20 anos e eu sinto que quero ficar assim, já , é para ontem e esta pessoa tem 20 anos de processo , e como eu quero isto para ontem , vou ficar frustrado e isso , nunca é possível.

Vou ao ginásio, faço o meu treino, tenho um dia , num dia tenho um *stress* qualquer por alguma circunstância, no trabalho, no trânsito ou chateio-me com o meu chefe, com a minha esposa, qualquer coisa. No dia seguinte, essa motivação do dia anterior em que foi ao ginásio, já não vou, não há motivação e acabas por ir pela disciplina. Sabes que aquilo que faz parte da tua rotina. E depois é estar em botão automático, já não se pensa na motivação. É como acordares de manhã, a refeição mais importante do dia é o pequeno-almoço, mesmo que não haja fome, há que tomar. E aqui é basicamente o mesmo, o meu dia fica incompleto porque não vou ao ginásio, passou a ser rotina.

Tiago: Ai depende de pessoa para pessoa ,há pessoas que ao observarem as outras a fazerem atividade física no instagram ou assim numa redes sociais destas , focam-se também em inscreverem-se e tentarem ir ao ginásio , focarem-se em serem mais saudáveis nesta rotina , que muitas vezes, alimentação também é incluída , mas o ginásio já ajuda no que diz respeito ao

serem saudáveis e há outro tipo de pessoas que não gostam do pessoal que pratica atividade física, não aceitam as opiniões, fazem-se de vítimas quando alguém ou até mesmo o médico aconselha para ficarem mais saudáveis e afirmam que isto tudo é uma treta. No geral, acham qualquer tipo de corpo é saudável, o que não é verdade, uma pessoa que vai ao ginásio tem a tendência a ser mais saudável, até pode apenas fazer caminhadas. Até as duas pessoas podem ter os mesmos problemas, como por exemplo, a pessoa que acaba por ter uma rotina de atividade física acaba por ser muito mais saudável e uma vida muito melhor. O sistema sanguíneo começa a funcionar melhor, a rotina diária é muito mais satisfeita, subir umas escadas, ir trabalhar.

João: Depende também, há pessoas que têm vergonha do corpo, se é magra demais e se é gorda demais, vai sempre procurar ter um outro físico, pois também existe quem não procure e vai de cabeça para cabeça.

4. De que maneira os estereótipos de género afetam a motivação para treinar ou frequentar ginásio?

Soraia: É muita à base do que temos falado, o que é a motivação. Por exemplo, vou dar o exemplo de uma cliente que tenho. Ela sabe perfeitamente que tem que perder peso, sabe que tem abdicar de muita coisa o que é muito complicado para ela conseguir ter uma boa alimentação, seja porque tem preguiça de cozinhar, não gosta de cozinhar, gosta de comer fora e não quer deixar de ter esta vida social, ou seja, com amigas, com familiares para conseguir atingir o objetivo. Ela necessita mesmo de baixar de peso, porque sofre de hipertensão, é exatamente a mesma cliente que referi da outra ez. Mas ao mesmo tempo, ela vem treinar comigo. *“Porquê?”* Porque ela não consegue treinar sozinha, porque não quer ir ao ginásio sozinha. Porque não vai, não há motivação, não há vontade.

Para atingir um objetivo que ela sabe que é difícil, não quer fazer esses sacrifícios, mas obriga-se a pagar um valor muito alto para ter treino personalizado, onde ela podia ir treinar sozinha, se tivesse essa motivação por ela própria, que é eu preciso de emagrecer, porque tem essa condição de saúde. *“Eu tenho que estar bem a nível de saúde, tenho que estar melhor, porque tenho uma doença, porque hipertensão é uma doença, tomo medicação e tudo”* mas ela deveria de pensar, que o facto de vir treinar, porque quer ter saúde, quer viver muito mais anos, então se vai ao ginásios, tem que ter uma vida saudável, mas não é o que acontece.

As pessoas obrigam-se hoje e dia, existem muitas pessoas no ginásio que pagam a um PT, não porque não percebem das máquinas, 10% acredito que sim é por essa razão, mas os outros 90% é porque não há motivação para treinar, só vão por obrigação.

Preferem pagar um x absurdo em vez de ganharem motivação, basicamente é isto. E mesmo pagando não tem motivação, mesmo que a Sara tenta-se incutir, vão porque sabem que aquilo é obrigatório. Há muitas pessoas que chegam-me e dizem-me *“Olhe, o médico recomendou-me vir treinar mas eu não gosto de ginásio, mas o médico mandou”*. E eu enquanto PT dizes *“Ok, se*

não gosta de treinar , vem só fazer passeadeira” e respondem-me “Ahh mas eu caminho na rua” e é a mesma dinâmica, vem , treina , faz apenas isso e vai embora, só que sem motivação nem se esforçam.

Imaginemos, se tiver que treinar, ter vida social, viajar, o treino está em ultimo lugar. O ultimo dos últimos da cadeia alimentar, ninguém prepara, a não ser que já tenhas o espirito desportivo e que não te importes de treinar. Tirando isso, 90% vem por contra vontade. Isto ocorre como já disse por obrigação, ou seja, pessoa ve-se numa circunstancia em que é provável que não tem outra saída, então como é uma obrigação acabam por vir.

Pode ser por ser no inicio, e ganhar o bichinho, mas há pessoal que nem vão ganhar. Porque a partir do momento em que vão treinar sempre com alguém e sabendo que, vão por obrigação o PT vai lá estar sempre , até que diz *“Olhe nós não estamos a alcançar isto, então temos que fazer x e y”* e a pessoa como não gosta de ouvir, acaba por anular a inscrição , assim dizendo com o PT , porque como uma vez mais, é a motivação.

E existem clientes que me dizem *“Olhe eu venho treinar hoje, mas não estou motivada para vir treinar porque não me apetece, não gosto de desporto”*, e isto é o que me custa mais ouvir. Por muitos motivos, a pessoa não vai e em vez de durar 10 anos, vai durar apenas 3 ou 4. E mesmo assim, não se sentem mal com isso, mesmo um médico dizendo *“Olhe, se continuar esta vida, não vai durar, não dura mais que 10 anos , porque o seu corpo não aguenta”*. E pensam *“Ah sim, sim, está bem”* , nem sequer tem consideração pela informação.

Cátia: É assim, a nível do desporto, desta parte que estamos a falar, que é do desporto, que é o corpo, que é a imagem, que é isto tudo, de certa forma sim. Porque cada um tem o seu corpo, a sua imagem , o seu metabolismo e nem todos reagem da mesma maneira e forma.

Portanto, cada um tem o seu processo de evolução. Por exemplo, no meu caso, estou no ginásio há algum tempo, por questões de saúde e sou obrigada a perder peso. Se gosto ou não, já vou gostando, porque uma pessoa depois cria o hábito e acaba por gostar.

Só que temos de ter noção que o nosso objetivo, a nossa meta para chegar ao peso ideal, ou seja, àquilo que for, vai ter uma duração diferente de pessoa para pessoa. Portanto, temos que ter essa noção, não podemos pensar que eu hoje vou lá , amanhã estou fit. Não. E isto as vezes desmotiva. Pessoalmente, não gosto de ter um PT. Sei que ajudavam, porque a motivação é outra, dá outro animo, dá um incentivo ao cliente. Mas eu prefiro treinar sozinha, gosto de ir ao meu ritmo, fazer os exercícios à minha maneira. Quanto tenho que pedir ajuda, peço sem problemas. E pergunto se estou a fazer bem ou não, como é obvio, está controlado. Mas isso tudo depende de pessoa para pessoa.

Inês: É muito no raciocínio da motivação que a Cátia foi referindo , a falta de motivação ocorre nas mulheres. O homem não tem tanta pressa em perder ou ganhar peso, musculatura comparativamente com as mulheres. Homem é bem mais prático , se é para perder é para perder,

se é para engordar também é para engordar. Se ganhei ou perdi, não importa. A mulher , se for para ganhar ou para perder é como a Cátia disse, se forem pesar 1 mês e perderam 1 kg , tudo bem mas se estiverem lá a 3 meses e só perderem mais 1 kg, ficam todas frustradas “*já não estou a gostar*”. Começa a vir a parte da desmotivação e se , não se veem resultados é bem pior ainda.

Por isso é que temos sempre , digamos , *um prazo* para quem inicia um ginásio , são 3 meses, durante a taxa de desistência é superior quase a 60% , dando um valor aproximado. As pessoas querem ver resultados logo nos 3 primeiros meses , mas como não ve resultados pelo motivo que o corpo está-se adaptar, vem muito por aí.

Alexandre : É muito pelo o que foi dito, depois ao fim da primeira semana, ao fim do primeiro mês , ao fim do primeiro ano, não se ve resultados, “desligam”, esquecem, tudo aquilo que estava a ser construído , fica para trás por uma simples distração, uma falta de motivação , vai-se tudo abaixo, por isso é que eu sou muito da opinião, que a motivação é uma coisa e a disciplina é outra.

Posso não estar motivado para ir ao ginásio, posso não estar motivado para treinar , mas eu sou uma pessoa disciplinada, eu sei que tenho que treinar, que tenho que evoluir , tenho que ir independentemente da minha motivação, porque motivação é um estado espírito e disciplina não. Não , nós não acordamos sempre alegres e bem-dispostos, portanto as redes sociais mostram isso, e na realidade podem nem estarem com esse estado-espírito.

É 50/50 , as redes sociais sim ajudam a ter noção da disciplina e do resultado como já foi dito aqui , sem duvida , isto porque , uma pessoa que quer começar, bem não digo num estado de obesidade, mas sim num estado de sedentarismo, através do conteúdo da internet pode mudar o corpo sem ter acompanhamento. Pessoas que não tem capacidade financeira, não tem meios de subsistência para terem um acompanhamento personalizado, individual com um *PT*. Através da Internet podem consumir e mudar o corpo , e existe , é verídico, que existem muitos casos assim , que mudam o corpo ao fim de 4-5 anos , eram obesas , mudaram e ficaram com saúde, mas lá está, não é motivação, mas sim disciplina.

É muito individual, porque cada pessoa tem o seu estágio e o ponto de partida não é igual para todas as pessoas. Uma pessoa com 30 anos, que era aquela pessoa que ia ao ginásio, deixava de ir , fazia umas caminhadas , deixava de fazer e depois dá-lhe o *click* e decide firmemente dedicar-se afincadamente a esta parte , é uma coisa. Agora, uma pessoa que nunca fez nada na vida, tinha uma vida normal, trabalho casa, casa trabalho, sair à noite com amigos algumas vezes, ir jantar e decide ir para o ginásio, o ponto de partida não é igual. A consciência corporal não é a mesma. Mesmo que eu faça um ano de ginásio e fique 5 anos sem lá pisar , sem frequentar, por exemplo, ao fim do mês, se regressar o meu corpo tem o conhecimento. Agora uma pessoa que nunca fez nada , nunca pegou num peso, o ponto de partida nunca vai ser o mesmo. Logo , o desenvolvimento não será igual.

Quanto ao genero, sinto que a mulher e homem é diferente. Acho que não é o mesmo peso nem a mesma medida, mulher encara o ginásio, encara atividade de forma diferente do homem. O homem pensa muito mais no estético, é puramente estético.

Com ou sem vontade, vamos ao ginásio e até depois podemos ate ganhar o bichinho. E para ele passa a fazer parte da nossa rotina e mudamos a nossa saúde, mas não eram os meus planos.

Enquanto eu olhar-me ao espelho e não estou contente com aquilo que vejo, vou ao ginásio por mim próprio sem ninguém me incutir, é completamente diferente.

Como as minhas colegas falaram e bem, é um processo, dá para encurtar caminho, mas tem consequências. Podes usar tudo a tua disposição, é encurtar caminho e quando chegas lá e depois? Há que chegar com saúde ou sem saúde, mas isso é a teu respeito.

Miriam: Acho que é muito por aí, a primeira semana vais e não ves resultados, concordo com o que foi dito, vais a segunda semana continuas a não ver resultados mas ao fim de um mês é provável que já tenha avançado no tipo de exercício que se consegue fazer , seja mais series, mais resultado, seja mais peso mas aparentemente, não se ve resultados continua-se a não ver resultados mesmo que a pessoa de mais dela mas se a pessoa não for registando por fotografias a mudança do corpo delas e forem comparando ao fim de x tempo, uma vez por mês é feito esse registo e após um ano , vamos a ver e as pessoas como acham que é ao final de 1 semana , 2 semanas que já estão prontas para *bombar* para o Verão. Aliás, ninguém deve ir fazer exercício físico para se preparar apenas para o Verão, isso deve ser uma coisa regular. E é um facto que nem todos nos gostamos de exercício físico e se não formos com um objetivo pretendido, ao final de um mês já não vais lá estar porque inicialmente já não queria estar lá , muito em base com o que a Soraia disse referindo doutra maneira.

Tiago: Os homens vão mais ao ginásio, ao verem-se ao espelho orgulhem-se e penso que esse é o foco dos homens, é conseguirem um corpo ao qual sentem-se bem com eles próprios. Quanto às mulheres, muitas delas vão porque querem ser saudáveis e que consigam ver para elas próprias mas há outras que vão , com o intuito de terem um corpo para as outras pessoas olharem, elas não se importam com o corpo delas mas sim com o que os outros pensam do corpo. É muito por aquela questão, que desde de miúdos, os homens fazem desporto e as mulheres não, muito a nível social e cultural.

João: Isso depende de quem está a ver a informação , se entro no *TikTok* a ver pessoas a fazerem exercício físico, por exemplo, sou uma pessoa gorda e vejo que tem imensas pessoas magras , vejo que aquilo aí está-me a fazer mal , porque não tenho devoção para ir fazer. Como ao mesmo tempo uma pessoa obesa , pode ver várias pessoas a fazerem e sentir-se motivada para fazer isso. Depende muito de como se recebe a informação e quem, por exemplo, uma pessoa ao mesmo tempo pode se sentir motivada e desmotivada.

Anexo II

Guião entrevista semiestruturada

1. Como a cultura do ginásio e as tendências da indústria fitness influenciam os estereótipos sobre o corpo das mulheres e os seus objetivos de fitness?
2. Considera que a pressão dos modelos sociais tem maior impacto nos homens ou nas mulheres? E como isso reflete no seu trabalho
3. Considera que as mentalidades estão suficientemente abertas para aceitar as mulheres na prática da musculação ou treino de força?
4. Quais os desafios específicos que enfrenta ao trabalhar com ambos os públicos em relação ao condicionamento físico?
5. Da parte desportiva, acredita que existem divisões masculinas e femininas? Existem exercícios específicos para cada um dos públicos?
6. Acredita que o *design* e o *layout* do ginásio pode reforçar ou desafiar os estereótipos de género? Como pode-se contribuir para a criação de ambientes mais inclusivos?

Guião entrevista Focus Group

1. Acreditam que existe uma visão realista e saudável da representação da diversidade corporal no ambiente desportivo.
2. Na vossa opinião, a indústria *fitness* e todo este ambiente desportivo, contribui para a criação de expectativas corporais irreais? De que maneira?
3. As redes sociais ajudam ou prejudicam a perceção do próprio corpo? E como?
4. De que maneira os estereótipos de género afetam a motivação para treinar ou frequentar ginásio?