



Universidade de Brasília – UNB

Faculdade de Educação Física - FEF

Curso de Bacharelado em Educação Física

HORTÊNCIA BENATT DO NASCIMENTO ALVES

**CONSUMO DOS ALUNOS DO ESTÚDIO *MAYBOOTCAMP* A PARTIR
DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA**

BRASÍLIA

2019

HORTÊNCIA BENATT DO NASCIMENTO ALVES

**CONSUMO DOS ALUNOS DO ESTÚDIO *MAYBOOTCAMP* A PARTIR
DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido pela graduanda Hortência Benatt do Nascimento Alves para a obtenção do grau Bacharelado em Educação Física pela Universidade de Brasília (UnB), orientada pelo Professor Dr. Américo Pierangeli Costa.

BRASÍLIA

2019

HORTÊNCIA BENATT DO NASCIMENTO ALVES

**CONSUMO DOS ALUNOS DO ESTÚDIO *MAYBOOTCAMP* A PARTIR
DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido pela graduanda Hortencia Benatt do Nascimento Alves para a obtenção do grau Bacharelado em Educação Física pela Universidade de Brasília (UnB), orientada pelo Professor Dr. Américo Pierangeli Costa.

Brasília, 11 de Julho de 2019.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Américo Pierangeli da Costa (Orientador)

Faculdade de Educação Física – Universidade de Brasília

Prof. Dr^a. Luciana Hagstrom Bex (Membro)

Faculdade de Educação Física – Universidade de Brasília

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço aos meus pais, Juliane Cristine do Nascimento Alves e Renato dos Reis Alves. Agradeço por me prepararem o meu caminho desde meu nascimento através de educação, amor, incentivo e muitas vezes abdicando de seus sonhos em prol do meu sucesso diário. Essa minha vitória será inteiramente dedicada a vocês. Obrigada por nunca permitirem que eu cedesse à tentação de desistir. Às minhas irmãs Helena Benatt e Heloísa Benatt por serem as melhores conselheiras e amigas por acreditarem em meu potencial. Agradeço a minha amiga e companheira Natália Ferreira que foi paciente e prestou auxílio na reta final da graduação.

Meus sinceros agradecimentos a todos os professores que contribuíram para minha formação nesses cinco anos de curso. Em especial ao Prof^o Dr^o Américo Pierangeli Costa, que orientou-me com imensa competência e atenção, agradeço por mostrar-me um novo patamar em pesquisas de marketing, ajudando assim, em inúmeros *insights* pessoais durante esse semestre. E também a Prof. Dr^a. Luciana Hagstrom Bex, pela avaliação junto à banca examinadora.

Agradeço ainda ao estúdio *MayBootcamp* juntamente com seus alunos por estarem envolvidos nessa trajetória final da minha graduação. Gratidão aos professores Alexandre Crespo, Paulo Roberto, Mayra Piza e Fabrício Mamanny pelo incentivo constante na busca de um maior propósito de vida. As aulas de treinamento funcional podem ser extremamente criativas, motivacionais, suaves e “pipoko do trovão”, além de que é possível conquistar um “bumbum” na nuca!

Por fim, meu eterno agradecimento a Universidade de Brasília por oferecer uma gama de experiências por mim vivenciadas, culminando na conquista de mais um sonho.

RESUMO

O objetivo do estudo é compreender o consumo dos alunos do estúdio *MayBootcamp* a partir dos elementos da prática como categoria de análise. Foi realizada uma pesquisa qualitativa, como técnicas de coleta de dados, fez-se de recurso entrevista em grupo de foco no qual foi previamente elaborado um roteiro a partir dos elementos da prática. O principal achado da pesquisa foi o conhecimento motivacional. Foi possível perceber que por meio do elemento conhecimento motivacional os alunos possuem forte interação com o *bootcamp*, sendo visível mediante dos dados levantados o alto nível de motivação para a prática.

Palavras-chave: Teoria da Prática, Elementos da Prática, *Bootcamp*, *MayBootcamp* e Consumo.

ABSTRACT

The aim of the study is to understand the students' consumption of the *MayBootcamp* studio from the elements of practice as a category of analysis. A qualitative research was carried out, such as data collection techniques; it was made a resource interview in focus group that was previously drawn up a script from the elements of the practice. The main finding of the research was motivational knowledge. It was possible to perceive that through the element of motivational knowledge the students have strong interaction with the *bootcamp*, being visible through the data raised the high level of motivation for the practice.

Key words: Theory of Practice, Elements of Practice, *Bootcamp*, *MayBootcamp* and Consumption.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. Teoria da Prática.....	7-8
1.2. Elementos da Prática como Categoria de Análise.....	8-12
1.3. <i>MayBootcamp</i>	12-13
2. PROCESSAMENTOS METODOLOGICOS.....	14-15
3. RESULTADOS E ANÁLISE.....	15-23
4. SÍNTESE DAS CATEGORIAS.....	23- 24
5. CONCLUSÃO.....	24-25
6. REFERÊNCIAS.....	25-27
7. APÊNDICE.....	28
7.1 ANEXO 1 - Termo de Consentimento Livre e esclarecido (TCLE).....	28-29
7.2 ANEXO 2 - Termo de Autorização para Utilização de Imagem e Som de Voz para fins de pesquisa.....	30
7.3 ANEXO 3 - Roteiro para Grupo de Foco e Entrevista em Profundidade.....	31-32
7.4 ANEXO 4 - Diretrizes de Redação da Revista Brasileira de Marketing (ReMArk).....	33-35

1. INTRODUÇÃO

1.1. TEORIA DA PRÁTICA

Para compreender a teoria da prática, é fundamental entender o que são as práticas e diferenciá-las. “Prática” e “práticas”, por terem uma sutil diferença no alemão podem ser descritas como *Praxis* e *Praktiken* respectivamente. Reckwitz (2002) descreve a “prática” (*Praxis*) no singular sendo apenas como um termo que descreve o todo da ação humana, enquanto “prática” (*Praktiken* ou *Praktik*) é um tipo de

comportamento rotineiro que consiste em vários elementos da prática, interconectados entre si na forma de atividades corporais, formas de atividades mentais, 'coisas' e seu uso, um conhecimento de fundo na forma de compreensão, know-how, estados de emoção e conhecimento motivacional. (Reckwitz, 2002)

Uma prática é, portanto, um modo rotineiro em que corpos são movidos, objetos são manipulados, sujeitos são tratados, coisas são descritas e o mundo é entendido (Reckwitz, 2002). Lipschutz (2015) comenta que é necessário a existência de comportamentos rotineiros para que o ser humano seja eficaz nas diversas tarefas diárias.

Dessa forma toda prática é uma ação que se repete no cotidiano das pessoas e que estão centralizadas numa prática integrativa. Estudar, trabalhar, comer e “malhar” são alguns exemplos de práticas que envolvem um conjunto de ações de outras práticas menores. Algumas práticas tendem a mudar ao longo do tempo, surgindo ou desaparecendo de acordo com a necessidade e ainda a depender de outra prática adjacente.

As práticas foram apresentadas por Schatzki (1996) através de dois conceitos: as práticas dispersas e as práticas integrativas. As práticas dispersas ocorrem na forma coletiva de maneira compartilhada, sendo vinculada juntamente a habilidade de entender, explicar ou indagar sob o domínio para a compreensão. As práticas integrativas têm seu domínio unido em práticas específicas e complexas da vida social, como práticas culinárias, agrícolas e de negócio (Schatzki, 1996 apud Costa & Rezende, 2017).

Para Warde (2005), existem pelo menos quatro pistas que indicam a existência de uma prática integrativa. A primeira delas é apresentando como fazer um corpo de atividade no qual possa ser escrito e que tenha um número de pessoas que possam ler. Outra forma seria a partir

da quantidade expressiva de tempo dedicado a realização de uma atividade. Um terceiro modo é que de acordo com os padrões de desempenhos relacionados à prática, poderia ou não haver disputas com outros participantes. Uma quarta maneira pode ser a identificação do uso de equipamentos específicos que tenha conexão mútua com uma prática.

Apesar de Warde (2005) apontar indicadores para existência de uma prática integrativa, não fica muito claro na literatura quem determina o que é ou não uma prática integrativa. Ropke (2009) argumenta que não é algo explícito, há pouca orientação para definir algo como sendo uma prática, já que ela deve fazer sentido para as pessoas. Sendo assim, compreende-se que, quem elege as próprias práticas integrativas são as pessoas que realizam a atividade.

1.2. ELEMENTOS DA PRÁTICA COMO CATEGORIA DE ANÁLISE

Para facilitar a compreensão dos doze elementos existentes da prática, sendo know-how; conhecimento, entendimento e aprendizado; estados emocionais; estados mentais; conhecimento motivacional; engajamento; interseção; priorização; atividade corporal; representação; apropriação e hierarquia.

Podemos dividir os 12 elementos em seis dimensões específicas, sendo elas: dimensão cognitiva, dimensão psíquica, dimensão organizacional, dimensão do comprometimento, dimensão funcional e a dimensão da apropriação e do simbolismo da prática. Essa divisão está representada por meio da Figura 1.

Justifica-se tal proposição após a leitura de trabalhos que utilizaram a teoria da prática e propuseram alternativas de análise de uma determinada prática integrativa. Tomou-se por base inicial aproximações metodológicas realizadas por autores como Reckwitz (2002), Schatzki (2002), Warde (2005), Gram-Hanssen (2011), Borelli (2012) e Costa e Rezende (2017).

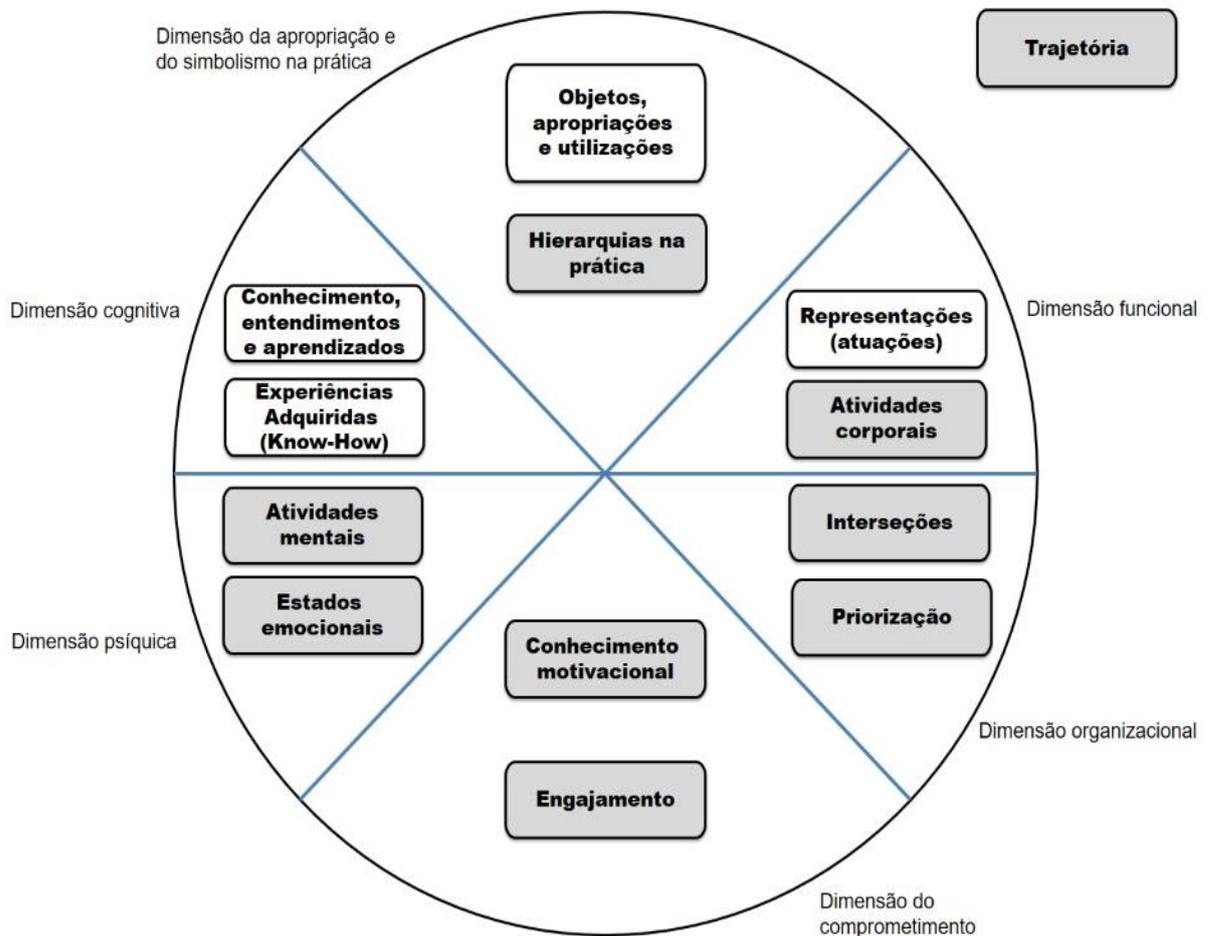


Figura 1 - Elementos das práticas como categorias de análise

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Reckwitz (2002), Schatzki (2002), Warde (2005), Gram-Hanssen (2011) e Borelli (2012)

O elemento “Trajetória” encontra-se isolado e fora do complexo de dimensões, pois para essa categoria remete à prática e não aos atores da prática (Warde, 2005). Portanto, para compreendê-la seriam necessários estudos de caráter longitudinal para constatar as mudanças advindas através do tempo. Como o presente estudo foi realizado em um período curto, esse elemento foi excluído das categorias de análise.

DIMENSÃO COGNITIVA

Ao procurar uma atividade física o praticante entra na dimensão cognitiva e busca responder algumas perguntas, tais como: Quais são suas crenças sobre exercício físico? O que ele entende como atividade física é? O que aprendeu sobre atividade física ao longo da vida? O que ele já conhece a partir de suas experiências passadas?

Nesta dimensão encontra-se o elemento *Know-how*, que trata da experiência adquirida com a prática. Seria um conhecimento tácito que o praticante só aprende fazendo, exercendo a prática. Também entendido como conhecimento tácito oriundo da própria experiência pessoal. O segundo elemento é o conhecimento, entendimento e aprendizado, que pode ser descrito como tudo aquilo que o praticante conhece e/ou entende de exercício físico antes mesmo de realizar a prática. É um conhecimento preconcebido daquela atividade. (Costa e Rezende, 2017)

DIMENSÃO PSÍQUICA

Partindo para a Dimensão Psíquica, há o elemento “estados emocionais”, que abrange os sentimentos do praticante, como o ato de sentir raiva, alegria, prazer, pertencimento ou outros. O segundo elemento desta dimensão é Estados mentais sendo relacionado a ações que se repetem, desligar-se do mundo ou esquecer os problemas do cotidiano ao realizar uma prática. (Costa e Rezende, 2017)

DIMENSÃO DO COMPROMETIMENTO

Nesta dimensão há o elemento conhecimento motivacional, que é tudo aquilo que influencia a pessoa a iniciar ou continuar uma prática de atividade física. De certa forma esse elemento está presente em outros elementos da prática e assim, interligados uns aos outros (Reckwitz, 2002).

O elemento engajamento possui grande relação com o elemento conhecimento motivacional, e pode ser definida como o quanto a pessoa se dedica à atividade proposta. Para compreender melhor essa dimensão seria interessante abordar uma analogia sobre o *iceberg*, caracterizado pela prática, e engajamento seria o quão submerso o aluno está dentro da prática, enfatizando sua paixão pela prática. Enquanto conhecimento motivacional seria apenas a ponta do iceberg, o início.

DIMENSÃO ORGANIZACIONAL

Priorização, primeiro elemento desta dimensão, é o grau de importância que uma prática realizada tem sobre outras práticas que compreendem a rotina de um indivíduo. Pode-se compreender interseção, o segundo elemento desta dimensão, como outra prática que tem uma ligação com a prática realizada. Para melhor compreensão, a prática de alimentação saudável muitas vezes pode ser considerada como uma interseção com a prática de atividade física. Práticas podem possuir conexão com um papel principal ou assessorio de outra prática.

DIMENSÃO FUNCIONAL

Os dois elementos desta dimensão são atividade corporal e representação. A atividade corporal é o conjunto de atividades que estão relacionadas à prática realizada. Como exemplo, para praticar escalada de montanha, é necessário realizar outras práticas, como caminhada por trilhas até o destino, musculação para preparação física e, em alguns casos outras atividades corporais complementares são necessárias, como a ioga. Já a representação está ligada ao desempenho de atuação diante de uma prática, como um indivíduo desempenha a prática como se fosse um espetáculo que será contemplado pelos outros praticantes da atividade realizada. Ao ir extremamente arrumada para academia, postar fotos e vídeos nas redes sociais é uma forma de representação. Outro exemplo, seria quando do saque no tênis um jogador emitir um som alto, estilo um “grito”.

DIMENSÃO APROPRIAÇÃO

Nessa dimensão o elemento, apropriação, é a compra de serviços e/ou produtos, pois alguns produtos, como tênis, roupas, garrafinhas, calça tipo *legging* entre outros. Estas apropriações podem gerar simbolismo dentro da prática e dessa forma ocasionar uma hierarquia na prática, que é o segundo elemento desta dimensão. Ao possuir um tênis desejado pelos diversos praticantes, essa pessoa é elevada a um nível hierárquico superior dentro da prática pelos próprios companheiros da modalidade. Segundo Reckwitz (2002) as atividades corporais e formas de usar objetos estarão na rotina e estão interligados uns aos outros, sendo assim essencial para sua compreensão.

A hierarquia, segundo elemento desta dimensão, pode dentro da prática, ser simbolizada pela compra de um produto ou serviço. Segundo Costa (2016), corredores que completam provas de corrida de rua com distâncias maiores possuem maior hierarquia dentre os praticantes. Nesse sentido um maratonista tem um reconhecimento diferenciado em relação a um corredor que consegue disputar provas de cinco ou 10 quilômetros.

1.3. MAYBOOTCAMP

De acordo com o site *Boot Camp and Military Fitness Institute*, o *bootcamp* ou treinamento militar é considerado um tipo de treinamento físico moderno. Por volta de 1888, na cidade de Nova York nos Estados Unidos da América (EUA) o *bootcamp* foi introduzido no Reformatório Elmira (Anderson et al., 1999) para estimular disciplina entre os presos e deixa-los ativos fisicamente. Em 1898 durante a guerra Americana Espanhola, os marinheiros dos EUA usavam perneiras, as chamadas botas (*boots* em inglês), dessa forma os recrutas treinados nos campos de treinamentos eram chamados de “boots” camp (NHHC, 2013 apud *Boot Camp and Military Fitness Institute*).

Os treinos de *bootcamp* para a sociedade teve seu ápice após um *reality show*, *Celebrity Fit Club*, nos anos 2000. Foram acampamentos de inicialização que acompanhou oito celebridades que estavam acima do peso e tentavam perder peso a partir de desafios físicos semanais. O *show* foi ao ar no Reino Unido de 2002 a 2006 e nos EUA de 2005 a 2010.

John Porcari, professor de ciências do exercício e do esporte na Universidade de Wisconsin, ao ser entrevistado por Heid (2008) disse que o *bootcamp* é uma atividade muito vigorosa, baseado em treinos intervalados de alta intensidade (HIIT), com alguns treinos que se dedicam ao treinamento de força. Porcari ainda enfatiza a peculiaridade do *bootcamp* ao dizer que, apesar das máquinas das academias auxiliarem na melhora da força, o treinamento funcional auxilia na melhora da força, mas também no preparo do corpo para atividades do mundo real.

Essa inspiração militar trazida pelo *bootcamp* tem foco no método intensivo da atividade para aumentar a motivação e superação pessoal dos alunos, tirando-os da rotina, com aulas imersivas, motivantes e intensivas a cada sessão de treino.

Atualmente o Brasil é o segundo maior mercado de academias atrás apenas dos Estados Unidos em número de estabelecimentos contendo cerca de 32.000 unidades, está na quarta posição com oito milhões de alunos e possui um faturamento de 2,4 bilhões de dólares. (IHRSA 2016 apud Bertão, 2016). Em tempos atuais, as pessoas passaram a procurar por atividade física que lhes trouxessem resultado integrado à procura de vida ativa e melhor qualidade de vida. Em uma academia tradicional, encontram-se diversas pessoas revezando-se entre os inúmeros aparelhos de musculação.

Porém, no estúdio *MayBootcamp*, esse panorama é totalmente modificado, adotam o estilo *bootcamp*. Sem trabalho com máquinas e utilizando somente materiais como halteres, TRX, barras, elásticos, além do próprio peso corporal, mobilizando o corpo de maneira geral na execução dos exercícios, dessa forma as pessoas aprendem a lidar com o próprio corpo. Porcari acrescenta que os exercícios realizados no *bootcamp* são semelhantes aos do *Crossfit*, porém necessitam de menos equipamentos para a prática. Também podem combinar exercícios esportivos e exercícios calistênicos (American College of Sports Medicine & Thompson, 2014).

Em Brasília, o estúdio *MayBootcamp* é composto por duas filiais, a matriz localizada no Sudoeste, e uma filial recém inaugurada em Águas Claras. As duas estão situadas em regiões administrativas do Distrito Federal (DF). O estúdio é parecido com uma academia pré-paga, no qual o aluno compra uma quantidade de aulas para realizar em uma determinada validade pré-determinada, com dois tipos de planos: os pacotes, de três a seis meses e assinaturas, somente por um mês. O estúdio não possui taxa de adesão ou matrícula e não possui fidelização com o aluno, dando poder de escolha para o aluno permanecer ou procurar outra atividade. Aqueles que perduram na atividade são os que gostaram da metodologia proposta. O objetivo do estúdio *MayBootcamp* vai além do condicionamento físico. Ele procura incentivar os alunos a terem disciplina e trabalho rígido para uma transição, considerada às vezes como abrupta e impactante na mudança de comportamento e estilo de vida.

O objetivo do estudo é compreender o consumo dos alunos do estúdio *MayBootcamp* a partir dos elementos da prática como categoria de análise.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizado um estudo de caso com abordagem qualitativa que segundo Virgilito (2018), esse tipo de abordagem auxilia identificar atributos relevantes para produtos e serviços, além de características comportamentais dos consumidores, proporcionando uma melhor visão e compreensão dos elementos da prática. De acordo com Nique e Ladeira (2017) a abordagem tem a finalidade de explorar as diferentes representações e opiniões que as pessoas possuem sobre um determinado assunto.

Como técnicas de coleta de dados, fez-se uso de recurso entrevista em grupo de foco, que é “uma entrevista realizada de maneira não estruturada e natural por um moderador treinado junto a um pequeno grupo de respondentes” (Malhotra, 2019). Considera-se que os elementos das práticas devem ser analisados diante de um grupo que tem a mesma prática (Costa e Rezende, 2017).

As entrevistas foram realizadas após os treinos, na parte exterior do estúdio. As perguntas foram feitas para todos em conjunto, para que pudessem interagir uns aos outros a partir de suas respostas.

Para as entrevistas com os grupos de foco, foi previamente elaborado um roteiro a partir dos elementos da prática composto por 10 perguntas. A seleção da amostra para o presente estudo foi utilizado como critério de inclusão os alunos, independente do sexo e idade, que praticam o *bootcamp* nos períodos da tarde e noite (entre 16h e 21h) da matriz Sudoeste do estúdio *MayBootcamp*, e que se voluntariaram para participar da entrevista, sendo eles frequentes nos treinos ou não. Ao total, foram realizadas três entrevistas de grupo, somando 11 alunos entrevistados, sendo três homens e sete mulheres, com idade média de 35.5 anos.

As limitações do estudo foram: a não realização de entrevistas com os alunos do período da manhã e também da filial em Águas Claras. As entrevistas tiveram duração média de 20 minutos e foram realizadas no mês de Junho de 2019, tendo seu conteúdo gravado em celular (LeNovo K6) e totalmente transcritos de forma manual no Word 2007 conforme as normas compiladas e propostas por Marcuschi (1986) apud Manzini (2008).

Após a transcrição, para auxiliar a análise de dados como descrições, comparações e principalmente interpretações realizadas, utilizou-se como suporte a plataforma online *Dedoose*, que analisa pesquisas de métodos qualitativos e mistos com texto.

A partir das interpretações do conteúdo, tanto de uma frase quanto pelo conjunto de frases, foram classificadas em categorias (dimensões) e subcategorias (elementos da prática) de acordo com a Figura 1 na página 9 (nove), anteriormente contemplada.

3. RESULTADOS E ANÁLISE

DIMENSÃO COGNITIVA

A partir das entrevistas, os alunos demonstraram ter um amplo conhecimento de Know-how oriundo de suas experiências passadas, que foram de certa forma negativa. Nas academias tradicionais em que estavam costumados a treinar havia frequentemente treinos monótonos e uma competição acirrada por aparelhos nas salas de musculação. Dessa forma limitando-se muitas vezes a ida a esteira como atividade praticada.

Desmotivando-os por não alcançarem seus objetivos, geralmente ganho de força e perda de peso. O *bootcamp* vem como uma nova alternativa de academia para pessoas que enfrentam esses mesmos problemas. Enquanto o método da academia tradicional foca no ganho de força, a prática do *bootcamp* fornece ênfase na funcionalidade do corpo nas atividades diárias.

“academia que nem ela falou, cansa de você só ver aparelho então aquela rotina meia cansativa”

“todo mundo acha muito legal porque exatamente isso foge essa coisa de academia que a gente ta acostumado”

“eu já sabia que eu não ia malhar porque: e eu não ia esperar gente desocupar aparelho pra eu treinar”

“é aí eu não queria ficar na esteira lá morrendo na esteira sem ver resultado”

“mas eu sempre gostei de alguma coisa que me deixasse cansada,”

“Que eu já tinha feito numa academias pequenas (incompreensível) não era não é a mesma coisa é diferente de tudo que eu já fiz”

Através do elemento “conhecimento, entendimento e aprendizado” e a partir dos relatos dos alunos, eles não possuíam conhecimento prévio sobre o que era método *bootcamp*. Dessa forma foi bastante citado nas entrevistas a assimilação do *bootcamp* com a modalidade bastante difundida, o *Crossfit*, antes mesmo de praticá-la, apenas pela semelhança. Um dos fatores que ocasionam a falta de conhecimento a respeito do *bootcamp* deve-se a falta de ser uma modalidade pouco difundida em Brasília (DF), entretanto está em alta em outros locais do mundo e no Brasil como em São Paulo.

“Bootcamp só aparece aqui eu até achei que era uma criação da P3 ((uma das professoras))”

“eu digo pra tu não é funcional, não é crossfit, eh diferente e assim é muito legal porque dá vontade de vir o corpo”

“que é um funcional e num é [E1: um crossfit num é]”

“eu não tinha noção de que o Bootcamp era isso”

“eu já cheguei a pensar que era um crossfit e não é”

DIMENSÃO PSÍQUICA

Consegue-se observar que de acordo como o elemento “Estado Mental” foram identificados à questão de imersão dentro da prática e sensação de prazer ao terminar a prática e seus benefícios interligados a outras práticas cotidianas. Com diversas preocupações diárias advindas de trabalho e vida pessoal os alunos tendem a praticar o *Bootcamp*, que oferece atividade de alta intensidade, tendo como principal foco dos alunos uma imersão na atividade, e conseqüentemente esquecendo-se dos problemas externos.

“(...)é porque você:ê vo/ você é é dispende tanto esforço que você não consegue é-é direcionar seu raciocínio pra outra coisa que(...)”

“acho que a concentração (...) é tão grande naquela execução do do movimento que você da uma (...) esquecida uma imersão”

“cabeça muito problema e tal eu acho eu eu acho que a atividade aqui da uma esparecida assim sabe”

“então assim o ambiente mesmo já ajuda você focar mesmo no exercício”

“esquece todos os problemas né, não pensa em mais nada”

Em Estado Emocional foi constatado uma forte ligação com pertencimento e acolhimento dentro da prática, no qual os alunos sentem-se acolhidos por terem contato direto

e incentivo diários dos professores. Além disso, descrevem o lugar da prática como simpático e familiar (isto é, sensação de pertencimento) que pode gerar socializações coletivas entre os alunos tanto dentro quanto fora do estúdio.

“e acho que o contato com os professores ajuda muito que quando você vai pra uma academi:ia se você não tiver lidando com persona:al, você não tem esse incentivo diário”
“você tem o coletivo e o individual, né a atenção individual, mas a socialização coletiva”
“mas fora isso é um ambiente muito familiar (..) ajuda, o ambiente faz toda diferença e/”
“(..) é um ambiente muito familiar”
“gente tem muito esse contato eu mesmo eu e a E2 já pra ela pra mim é minha companheira de treino”
“pois é aqui eu achei eu achei legal porque é muito família né?”
“aí eu vim vê achei o lugar super simpático”

DIMENSÃO ORGANIZACIONAL

Percebe-se forte interseção entre a prática *bootcamp* e a prática “alimentação saudável”, pois uma auxilia o outro na melhora de desempenho. Muitos entrevistados citam mudanças de hábitos alimentares, para alcançarem maiores resultados integrados.

Outra interseção notável foi o *bootcamp* como prática auxiliadora de outra prática, como ioga, futebol e corrida de rua. Servindo de complemento para outras práticas. Apesar de concorrerem frequentemente na questão de tempo e prioridade, a prática de *bootcamp* demonstrou uma melhora no desempenho dos alunos em outra prática.

“(..) a minha rotina de alimentação independe de eu tá fazendo o Bootcamp porque eu tenho alimentação saudável já tem (+) 15 anos”
“(..) minha irmã é nutricionista né então acaba que a gente tem as orientações gerais e a gente tenta seguir, com a P3 a gente tem sido muito mais eh uma alimentação muito mais saudável (...)”
“(..) sempre gostei de fazer ioga aí quando voltou a ter aqui eu queria fazer e eu tinha muito dificuldade porque me sentia tipo que meio fraca, não consegui aguentar muita coisa aí o Bootcamp foi me dando resistência”
“é no meu caso né eu sempre fiz luta eu achei se eu indo num treino fazia muito tempo que eu não treinava quando fui no treino eu percebi que q minha o meu condicionamento físico tava assim a mi”

“só não venho quando, por exemplo, se eu tem futebol”

“antes eu não corria e aí eu comecei a ter [P1: mais resistência] fôlego”

“eu tenho mais disciplina na ioga por causa do Bootcamp”

“é eu também, tentando correr aos domingos”

“eu tento correr aos domingos só isso”

No elemento Priorização os alunos buscam organizar suas rotinas diárias para que possam priorizar a ida ao *bootcamp*, mesmo que seja antes ou logo após o trabalho, tornando-se primordial para seu dia a dia. Diferente das academias tradicionais que possui em seu cronograma de aulas inúmeras atividades com horários fixos, o estúdio promove a flexibilidade de horário que auxilia a reorganização da agenda pessoal de seus alunos, seja antecipando ou adiando as aulas, caso aconteça possíveis eventualidades que impossibilite sua ida em determinado horário. Dessa forma, a flexibilidade de horários proporciona ao aluno o equilíbrio entre a vida pessoal e a prática, pois o mesmo sabe que terá um rendimento proveitoso qualquer que seja o horário de sua aula, impedindo assim, que a falta de tempo se torne uma barreira para a prática de atividade física frequente.

“eh quando eu saio do trabalho então já venho direto”

“é eu já incluí na rotina eu acho então nem penso mais assim, já reservo eh: (...) já venho já levanto (...)”

“essa flexibilidade me ajuda bastante porque quem tem filho não é fácil”

“é prioridade pra mim também, mas e/ eu tento incluir na minha rotina eu tento fazer meio certinho os dias”

“é pra mim tem prioridade (...) eu tenho, eu tento encaixar de alguma forma pra eu vim treinar pelo menos diariamente”

“como minha frequência aumentou eu realmente incluí, faz parte do meu dia, ou de manha ou de noite”

“por não ter um horário fixo isso é bom porque consigo antecipar”

“é eu tento vir certinho assim mas se eu tenho algum compromisso eu antecipo”

“sim e essa parte da flexibilidade é muito bom”

“o que eu gosto é da flexibilidade do horário que assim qualquer horário que vier você vai ter um bom rendimento”

“como eu só tenho esse horário das 16 horas eu faço tudo pra ta ((riso com expiração forte)) nas 16 horas pra não faltar”

DIMENSÃO DO COMPROMETIMENTO

O conhecimento motivacional apresenta informações interessantes que apresentam o que instigou os alunos a mudarem de comportamento. A flexibilidade de horários, bem como a característica da variedade das aulas foram os grandes motivadores apontados pelos entrevistados.

“(...) método não ser repetitivo acho que é o principal estimulante”

“acho que não tem uma rotina assim você nunca sabe cê sempre vai e nunca sabe direito o que vai ser a aula, sempre tem alguma coisa diferente aí não faz ficar enjoado”.

“(...) academia não atendia os meus horários”

“é cada aula ser diferente e não ser repetitivo então não é aquela coisa chata de ficar levantando peso”

“eu não tenho preguiça de vir porque é uma aula diferente, entendeu eh não é uma aula repetitiva por isso que eu tenho vindo”.

“toda aula tem um exercício diferente, toda semana fico dolorida em alguma parte diferente do corpo”.

Através da fala dos alunos foi constatado que essa prática motiva os alunos a iniciarem através de indicações, tanto dos próprios alunos quanto dos professores, dessa forma seria interessante para o estúdio ressaltar a divulgação entre alunos, pois não houve nenhuma citação sobre divulgação impressa e digital. Uma característica extremamente visível como principal fator motivacional através das falas foi o fato das aulas não serem repetitivas, mesclando inúmeros tipos de treinamento em uma mesma sessão de treino, tornando-a mais dinâmica.

Outro fator estimulante que foi bastante citado tem a ver com os resultados visíveis, que não conseguiram ter através das outras atividades já praticadas.

“você fez uma atividade que você teve o resultado e que você tá ótimo (...) essa é a melhor parte porque às vezes quem não gosta mesmo de atividade física”

“mas tanto é que eu trouxe a a minha irmã, minha irmã tá treinando aqui eu trouxe ela porque ela viu o resultado também, ”

“na questão de autoestima também né se sente bem ver o corpo evoluindo”

Por causa dos professores acolherem e se preocuparem diariamente pela evolução constante dos alunos, os incentiva a continuarem na busca por resultados. Acaba sendo um ciclo virtuoso: um método não repetitivo que lhes entrega resultados através da dedicação dos professores, para com os alunos e a cada sessão treino, resulta na perpetuidade da motivação.

“esse contato direto com os professores ajuda muito”

“e acho que o contato com os professores ajuda muito que quando você vai pra uma academia se você não tiver lidando com personal, você não tem esse incentivo diário”

“o senhorzinho ali atrás ((aponta para um dos professores)) ficava falando pra pegar mais peso e eu não consegui porque nunca malhei braço”

Outra causa interessante como fator motivacional foi à adesão de créditos, utilizados como aulas, no qual o aluno é “forçado” a consumir seus créditos dentro da validade pré-determinada, conseqüentemente acaba tornando-se um meio de motivação para os alunos, pois ao faltarem uma aula perderão seus créditos.

“pra não perder o crédito, mais uma motivação, foi uma sacada e tanto essa”.

“essa questão do crédito eu comentei com a P3 ((uma das professoras)) faz você não faltar, você fala poxa quer dizer olha eu vou perder o crédito eu não posso deixar de ir”

O elemento engajamento na prática do *bootcamp* é o momento em que os alunos descrevem o quanto estão comprometidos na realização da prática. Foram poucos os resultados relacionados a essa categoria, este fato deve estar relacionado ao fato da atividade ainda ser recente, por estar apenas a menos de dois anos no mercado.

“eu venho ou de manhã: me encaixo a tarde na hora do almoço, enfim onde eu conseguir eu tento encaixar eh pra mim hoje é fundamental vim (+) é imprescindível”

“quando eu saio do trabalho então já venho direto”

“faz parte do meu dia, ou de manha ou de noite”

“é quando eu saio do trabalho deu seis horas”

DIMENSÃO FUNCIONAL

Muitos relatos ocorrem em relação a uma atividade corporal que é o conjunto de exercícios que compõem o *bootcamp*. Neste sentido, quase todas as falas remetem a atividade corporal sistematizada por esta modalidade. Em alguns casos a prática do *bootcamp* é assessória de outras atividades corporais como corrida, futebol, ioga e lutas.

Já no elemento Representação, a partir das ações de performance, essa categoria entende o praticante como se fosse um ator da prática. Em relação a isso foi observado que a maioria das representações mencionadas na entrevista ocorrem em redes sociais, porém o número de pessoas não adeptas as redes sociais foi grande, há um relato em que uma aluna diz não ser adepta ao uso de suas mídias sociais pois se sente gordinha. Agem como atores ao se posicionarem em fotos e vídeos postados em mídias sociais.

“eu pessoalmente posto muito pouco”

“eu tento postar os diferenciais tipo ah: teve um dia do carnaval que a gente tomou cerveja ,a gente postou o dia que a gente, entendeu? Coisas mais, mas isso é pessoal né?! Eu não curto muito”

“geralmente eu só curto o que eles postam ((rede social oficial do estúdio))”

“é eu acho que eu poste umas três vezes, uma vez que eu compartilhei um vídeo que a P3 tinha colocado, acho que foi isso”

“eu só sigo vocês na rede social”

“eu não sou muito de rede social também não”

“eu que acho rede social tem tudo a ver esse com a auto estima né”

“eu vou postar que eu perdi o antes e o depois de eu tenho vontade agora de ficar postando essas eh”

DIMENSÃO APROPRIAÇÃO

Em diversas práticas faz-se o uso de inúmeros objetos que são necessários em algumas práticas, porém para iniciar a prática de *bootcamp* não foram necessários gastos com roupas, tênis e acessórios, uma vez que os já possuíam devido a práticas anteriores.

“roupinha de malhar normal”

“uso as mesmas roupas da academia”

“roupa de ginástica normal”

“a minha roupa da academia eu só troquei o local”

Foi observado que a intenção de compras futuras, ficou claro que o item de consumo seria tênis com plataforma reta para mais equilíbrio, utilizados na modalidade *Crossfit*. Um objeto não mencionado nas entrevistas, porém foi observado pelo autor durante as entrevistas foi o número considerável do uso de *smart watches* que possuem monitores cardíacos.

“depois de um tempo eu pesquise:ei aí:i achei melhor o tênis esses tênis que o pessoal tem usado pro crossfi:it que é um pouquinho mais esta:vel, mas assim”

“esses tênis que o pessoal tem usado pro crossfi:it que é um pouquinho mais esta:vel, mas assim”

“depois de um tempo eu pesquise:ei aí:i achei melhor o tênis esses tênis que o pessoal tem usado pro crossfi:it”

Além de retratar o consumo também foi notado que há certa resistência ao consumo por parte dos homens. Por terem majoritariamente um público feminino e por isso há relutância por parte dos homens para realizarem treinamentos funcionais achando que é apenas “coisa de mulher” ou que apenas irão treinar exercícios de membros inferiores juntamente com as mulheres.

“chamo o meu marido e ele não quer porque tem um certo preconceito, preconceito não porque ele diz que ah só vai ter mulher, vai ter treino de bunda, de perna e ele quer braço aí ele disse que não aí não vem por preconceito mesmo, mais nesse sentido, normalmente quem faz aula coletiva são mulheres né então ela acha que quando só tem mulher só vai ter exercício de membros inferiores”

Há uma fala muito interessante de um aluno “então eu ficaria com vergonha porque vocês carregando dezoito e eu com oito então assim” ao falar que se sente envergonhado por ver uma mulher pegando mais peso que ele. As mulheres no estúdio são vistas como hierarquia na prática, principalmente as que treinam periodicamente a algum tempo, que já possuem definição muscular, elas se tornam fonte de inspiração e admiração tanto para as alunas quanto para os poucos alunos.

4. SÍNTESE DAS CATEGORIAS

Na figura 2 demonstra quais os elementos predominaram na pesquisa ocorrendo mais comentários categorizados. Sendo assim aqueles que aparecem em destaque e maiores são os elementos que obtiveram maiores relatos captados através das entrevistas.

Portanto o principal elemento presente na entrevista foi o Conhecimento motivacional, como foi apresentado anteriormente. Não falta motivação para iniciar a prática *bootcamp*. As dimensões organizacional e psíquica tiveram números expressivos, porém apenas pela junção de seus elementos.

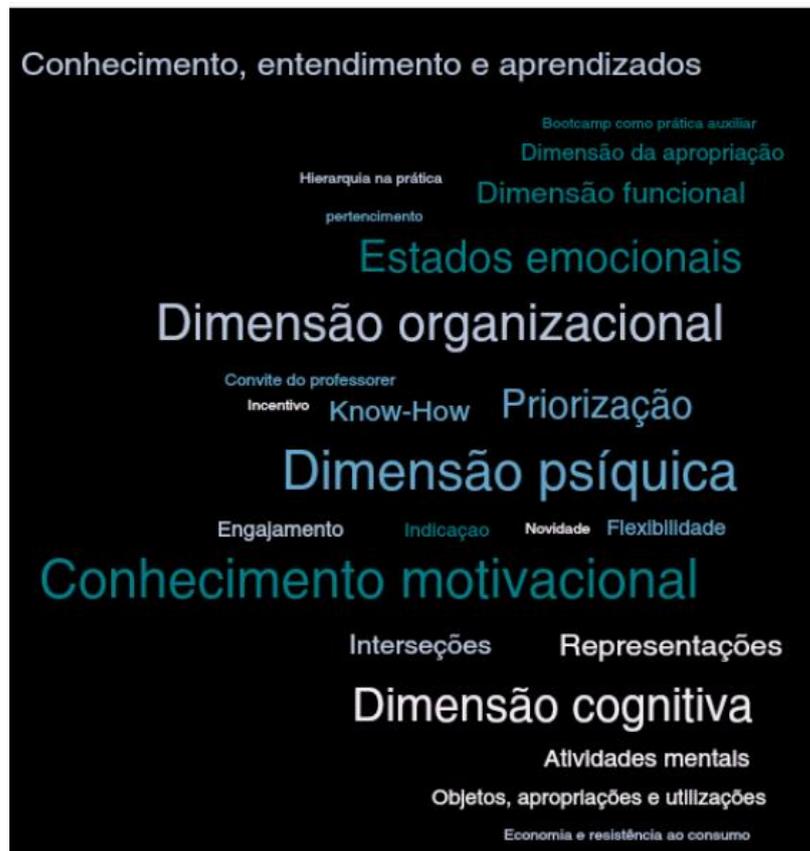


Figura 2 – Dimensões e Elementos da prática que predominaram pesquisa.

5. CONCLUSÃO

A teoria da prática tem como principal objetivo expor a rotina do praticante para entender seu consumo através de sua rotina na atividade enquadrando-as em elementos da prática para facilitar a compreensão.

Foi possível perceber por meio do elemento conhecimento motivacional a forte interação que os alunos possuem com o *bootcamp*, sendo visível mediante dos dados levantados o alto nível de motivação para a prática. Consequentemente gerando remanejamento de horários para que a atividade realizada no estúdio seja priorizada em suas rotinas e com isso vão aos poucos se engajando no *bootcamp*, passando a consumir objetos e serviços, como uso de relógios inteligentes (*smartwatches*) e nutricionistas, que intensificam seus objetivos tanto físicos quanto pessoais ao atingirem a meta proposta, que é a perda de peso e na mudança de estilo de vida.

Foi possível compreender que a prática do *bootcamp* não necessita de custos extras para iniciação e para obtenção de resultados visíveis. A não ser para os alunos que possuem alto nível de engajamento e estão no estágio mais avançado na mudança de comportamento. Como vistos em estados emocionais e estados motivacionais, a prática beneficia positivamente o cotidiano dos alunos.

Alguns elementos demonstraram alguns *insights* relevantes, sendo uma área em potencial a ser abordada nas estratégias futuras do estúdio. Como foi discorrido anteriormente, seria interessante para o estúdio a implementação de avaliações mensuráveis para acarretar um maior do engajamento, aproveitar a utilização dos relógios inteligentes de seus alunos, como meio de monitoramento de resultados. Interessante observar o nicho de atuação para os homens, uma possível solução seria a criação de horários específicos ou campanhas de divulgação dedicada a este público. Nichos também como ioga, futebol e corrida de rua tendo o *bootcamp* como prática que auxilia no aumento de condicionamento dessas atividades.

Ao descreverem, o estúdio como um lugar simpático, familiar, sociável e sendo acolhidos de forma significativa pelos professores, ocasionando sentimento de pertencimento, para estratégias futuras a realização de atividades que envolvesse a participação massiva de professores em eventos especiais proporcionados pelo estúdio para os alunos. Como foi mencionada anteriormente, a corrida de rua sendo auxiliada pela prática, seria interessante a

criação de um evento interno voltado para corrida de rua, seria uma forma interessante de avaliação física assim como um modo de criar uma filosofia e cultura de *bootcamp*, apesar de ser complexo e cheio de peculiaridades, assim como a modalidade *crossfit* que foi mencionado frequentemente pelos alunos. Consequentemente incentivando o desejo de engajarem-se profundamente em relação à atividade.

Consequentemente o estudo tem interesse em formular uma base para futuras estratégias de marketing para os estúdios de *bootcamp*, recém-inaugurados ou já consolidados no mercado. Sugere-se que para estudos futuros, a pesquisa seja realizada em outras regiões brasileiras que possuem a prática *bootcamp*. Bem como o avanço das particularidades encontradas nesta pesquisa que tem por caráter ser exploratória para a elaboração de um questionário, com fins de buscar solidificação dos dados.

6. REFERÊNCIAS

- American College of Sports Medicine, & Thompson, W. R. (2014). OF FITNESS TRENDS What ' s Driving the Market. *American College of Sports Medicine*, 18(6), 8–17.
- Anderson, J.F., Dyson, L. & Burns, J.C. (1999) *Boot Camps: An intermediate Sanction*. Lanham Maryland. University Press of America
- Costa, A., & Rezende, D. (2017). Teoria da Prática em Estudos do Consumo: Uma Proposta de Utilização dos Elementos das Práticas Como Categorias de Análise. *EnANPAD*, 1–9.
- Gregson, N., Metcalfe, A., & Crewe, L. (2009). Practices of object maintenance and repair:How consumers attend to consumer objects within the home. *Journal of Consumer Culture*, 9(2), 248–272.
- Heid, M. (2008). The Scientific Reason Boot Camp Workouts Are So Good For You. *Revista TIME*, 2008. Disponível em: <<https://time.com/5221282/bootcamp-workouts>>. Acessado em 25 de junho, 2019.
- Bertão, N. (2016). Brasil já é um dos maiores mercados “fitness” do mundo. *Revista Exame*, 2016. Disponível em:<<https://exame.abril.com.br/revista-exame/brasil-ja-e-um-dos-maiores-mercados-fitness-do-mundo/>>. Acessado em 15 de Julho, 2019.
- History of Boot Camps. Disponível em : <<https://bootcampmilitaryfitnessinstitute.com/what-are-boot-camps/history-of-boot-camps/>>. Acessado em 25 de junho, 2019.
- Lipschutz, R. D., Wit, D. De, & Bell, K. (2015). Practicing Energy, or Energy Consumption as Social Practice. *California Digital Library University of California*
- Malhotra, K. (2019). *Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada* (L. B.Ribeiro & M. Stefani, Trad.). Porto Alegre-RS: Bookman Editora Ltda. (Obra original publicada em ano de 2019).
- Nique, Walter, Ladeira, Wagner*. Pesquisa de Marketing, 2ª edição.
- Practicing Energy, or Energy Consumption as Social Practice1 Ronnie D. Lipschutz, Dominique de Wit & Kevin Bell University of California, Santa Cruz 2015
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263.
- Road, S., & Kingdom, U. (2013). *Durham Research Online*. 44(April), 0–24.

Ropke, I. (2009). Theories of practice - New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, 68(10), 2490–2497.

Sahakian, M., & Wilhite, H. (2014). Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 25–44.

Virgilito, Benito, S. *Pesquisa de marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa*.

Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131–153.

7. APÊNDICE

7.1. ANEXO 1 - Termo de Consentimento Livre e esclarecido (TCLE)



Universidade de Brasília
Faculdade de Educação Física

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

Convidamos o (a) Senhor(a) a participar da pesquisa sobre o *Bootcamp* com prática de atividade física, sob a responsabilidade da pesquisadora Hortência Benatt do Nascimento Alves. A pesquisa será realizada por meio de entrevistas com os alunos do estúdio *MayBootcamp*.

O objetivo desta pesquisa é compreender o consumo dos alunos do *Maybootcamp* a partir das práticas cotidianas de quem inicia este tipo de atividade física.

O (a) senhor (a) receberá todos os esclarecimentos necessários antes e no decorrer da pesquisa e lhe asseguramos que seu nome não aparecerá sendo mantido o mais rigoroso sigilo pela omissão total de quaisquer informações que permitam identificá-lo (a).

A sua participação se dará por meio de grupo de foco que é uma entrevista conduzida pelo pesquisador junto a um grupo de pessoas que debatem as questões colocadas por ele. A conversa do grupo é gravada para fins de transcrição do material possibilitando sua análise. Cabe ressaltar que não há respostas certas ou erradas e que em nenhum momento haverá identificação do respondente ou de empresas, marcas ou prestadores de serviços que por ventura possam ser mencionados. O tempo estimado para realização do grupo de foco é de 30 minutos.

Não existem riscos decorrentes de sua participação na pesquisa. Se você aceitar participar, estará contribuindo para a compreensão do consumo dos alunos da *MayBootcamp* com base em uma nova teoria que tem por elemento central as práticas cotidianas.

O(a) Senhor(a) pode se recusar a responder (ou participar de qualquer procedimento) qualquer questão que lhe traga constrangimento, podendo desistir de participar da pesquisa em qualquer momento sem nenhum prejuízo para o(a) senhor(a). Sua participação é voluntária, isto é, não há pagamento por sua colaboração.

Todas as despesas que você tiver relacionadas diretamente ao projeto de pesquisa (tais como, passagem para o local da pesquisa, alimentação no local da pesquisa ou exames para realização da pesquisa) serão cobertas pelo pesquisador responsável.

Caso haja algum dano direto ou indireto decorrente de sua participação na pesquisa, você poderá ser indenizado, obedecendo-se as disposições legais vigentes no Brasil.

Os resultados da pesquisa serão divulgados na Universidade de Brasília podendo ser publicados posteriormente. Os dados e materiais serão utilizados somente para esta pesquisa e ficarão sob a guarda do pesquisador por um período de cinco anos, após isso serão destruídos.

Se o(a) Senhor(a) tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, por favor telefone para: Hortência Benatt do Nascimento Alves, no telefone (61)9 8352-2561, disponível inclusive para ligação a cobrar. Ou caso queira pode utilizar o e-mail horbett1978@gmail.com.

Este projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Ciências da Saúde (CEP/FS) da Universidade de Brasília. O CEP é composto por profissionais de diferentes áreas cuja função é defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos. As dúvidas com relação à assinatura do TCLE ou os direitos do participante da pesquisa podem ser esclarecidos pelo telefone (61) 3107-1947 ou do e-mail cepfs@unb.br ou cepfsunb@gmail.com, horário de atendimento de 10:00hs às 12:00hs e de 13:30hs às 15:30hs, de segunda a sexta-feira. O CEP/FS se localiza na Faculdade de Ciências da Saúde, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Universidade de Brasília, Asa Norte.

Caso concorde em participar, pedimos que assine este documento que foi elaborado em duas vias, uma ficará com o pesquisador responsável e a outra com o Senhor(a).

Nome / assinatura

Pesquisador Responsável

Nome e assinatura

Brasília, ____ de _____ de _____.

7.2. **ANEXO 2** - Termo de Autorização para Utilização de Imagem e Som de Voz para fins de pesquisa



Universidade de Brasília

Faculdade de Educação Física

Termo de Autorização para Utilização de Imagem e Som de Voz para fins de pesquisa

Eu, _____, autorizo a utilização da minha imagem e som de voz, na qualidade de participante/entrevistado (a) na pesquisa sobre o *Bootcamp* com prática de atividade física, sob responsabilidade de Hortênci Benatt do Nascimento Alves vinculado ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da Faculdade de Educação Física da Universidade de Brasília.

Minha imagem e som de voz podem ser utilizados apenas para análise por parte da equipe de pesquisa, apresentações em conferência acadêmicas e/ou profissionais, em artigos e literatura acadêmico-científica gerada pelo projeto de pesquisa.

Tenho ciência de que não haverá divulgação da minha imagem nem som de voz por qualquer meio de comunicação, sejam elas televisão, rádio ou internet, exceto nas atividades vinculadas ao ensino e a pesquisa explicitada acima. Tenho ciência também de que a guarda e demais procedimentos de segurança com relação às imagens e sons de voz são de responsabilidade do (a) pesquisador (a) responsável.

Deste modo, declaro que autorizo, livre e espontaneamente, o uso para fins de pesquisa, nos termos acima descritos, da minha imagem e som de voz.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o (a) pesquisador (a) responsável pela pesquisa e a outra com o (a) participante.

Assinatura do (a) participante

Nome e Assinatura do (a) pesquisador (a)

Brasília, ____ de _____ de _____

7.3. ANEXO 3 - Roteiro para Grupo de Foco e Entrevista em Profundidade



Universidade de Brasília

Faculdade de Educação Física

Roteiro para Grupo de Foco e Entrevista em Profundidade

Bom dia! Como sabem, estamos trabalhando em um projeto de pesquisa sobre o *Bootcamp* com prática de atividade física. Vamos fazer várias perguntas. Algumas delas podem parecer bobas e até óbvias, mas faz parte do processo perguntá-las a vocês, pois a metodologia pede e o nosso conhecimento sobre o assunto não é tão amplo. Ok? V

Vocês se importam se eu gravar nossa conversa? Isso irá nos ajudar a guardar tudo o que vocês disserem e me permitirá voltar a conversa sempre que necessário. Ainda sim, tomaremos algumas notas.

Apesar das gravações, este trabalho preserva a identidade dos informantes e o anonimato das respostas.

Não há respostas certas ou erradas. Bem como não faremos nenhum julgamento ou juízo de valor das respostas. Nosso foco é sobre o fenômeno como um todo preservando você de qualquer análise individualizada.

Vamos começar?

1. Como primeira pergunta, gostaria de saber o que motivou vocês a praticarem o *Bootcamp*?
 - a. Alguém os convidou?
 - b. Alguma pessoa os influenciou?
 - c. Ou algum fato serviu de ponto de partida?
 - d. Vocês já praticavam outra atividade e trocaram para o *bootcamp*?

2. Atualmente, o que motiva vocês a continuarem no *bootcamp*?

3. O *Bootcamp* possui prioridade na sua agenda? Como vocês organizam o *bootcamp* junto às suas rotinas?

4. Passaram a ter alguma prática associada ao *bootcamp*?
 - a. Alimentação?
 - b. Outra atividade física como acessória?
 - c. Praticam outra atividade física auxiliada pelo *bootcamp*?
 - d. Relações sociais com o pessoal da academia? Existem eventos? Encontros? Existe algum evento esportivo/fitness que vocês costumam participar?

5. Vocês sentem alteração no estado emocional durante a prática do *bootcamp*?
 - a. Como vocês se sentem mentalmente durante os treinos?
 - b. O *bootcamp* auxilia de alguma maneira na parte mental de suas rotinas?

6. Falem-me um pouco sobre como é seu treinamento...?
 - a. Quais atividades corporais vocês desempenham aqui?
 - b. Seus amigos e familiares apoiam ou criticam este tipo de treinamento?
 - c. Vocês encontraram alguma barreira para praticar *bootcamp*?

7. Vocês já conheciam algo relacionado ao *bootcamp* antes de vir praticar?
 - a. Conheciam outros tipos de atividades físicas?
 - b. Vocês já haviam feito movimentos semelhantes aos praticados aqui?
 - c. O que é diferente para vocês no *bootcamp*
 - d. Existem práticas que vocês vivenciaram em outras modalidades que vocês gostariam de trazer para o *bootcamp*?

8. O que você passou a comprar após praticar o *bootcamp*?
 - a. Existe algum equipamento ou produto que foi necessário para o início da prática?
 - b. Com o tempo tem algum produto que você precisou adquirir ou mudar de marca ou fornecedor?
 - c. Já comprou algum serviço para permanecer na academia ou melhorar seus resultados?
 - d. Uma performance de qualidade na prática do *bootcamp* exige algum produto ou serviço?

9. Vocês buscam acompanhar ou seguir algum conteúdo sobre o *bootcamp*?

10. O que vocês postam sobre vocês e o *bootcamp* nas redes sociais?

7.4. ANEXO 4 – Diretrizes de Redação da Revista Brasileira de Marketing (ReMark)

Diretrizes Gerais de Redação

1. O artigo submetido à ReMark será avaliado primordialmente quanto a seu mérito científico;
2. Para redação e apresentação do texto é requerida a sua adequação às normas da *American Psychological Association* - APA e deve ser escrito em fonte Times New Roman tamanho 12 em espaço 1,5. O *layout* da página deve ser papel A4 (29,7 x 21 cm), com margens: superior (3 cm), esquerda (3 cm), inferior (2 cm) e direita (2 cm);
3. O artigo deve possuir no mínimo 15 e no máximo 25 páginas, incluindo: Título, resumo, palavras-chave, título em inglês, abstract, keywords, introdução, metodologia, análise e discussão dos resultados, conclusões e as referências;
4. O resumo e as palavras-chave do artigo, na língua original do trabalho e em inglês, não devem ultrapassar 250 palavras;

Adoção do resumo estruturado:

Em substituição ao resumo comum, a ReMark solicita aos autores a elaboração de um resumo estruturado contemplando:

- a) Objetivo do estudo (obrigatório)
- b) Metodologia/abordagem (obrigatório)
- c) Principais resultados (obrigatório)
- d) Contribuições teóricas/metodológicas (obrigatório)
- e) Relevância/originalidade (obrigatório)
- f) Implicações para a gestão ou sociais (opcional)

Composição do resumo estruturado

(máximo 250 palavras + título + palavras chave = em português e inglês)

Título do trabalho

Objetivo (obrigatório): Indicar o objetivo do trabalho, ou seja, aquilo que ele pretende demonstrar ou descrever

Método (obrigatório): Indicar o método científico empregado na condução do estudo. No caso dos ensaios teóricos, recomenda-se que o(s) autor(res) indiquem a abordagem teórica adotada.

Originalidade/Relevância (obrigatório): Indicar o gap teórico no qual o estudo se insere apresentando também a relevância acadêmica da temática.

Resultados (obrigatório): Indicar sucintamente os principais resultados alcançados.

Contribuições teóricas/metodológicas (obrigatório): Indicar as principais implicações teóricas e/ou metodológicas que foram alcançadas por meio dos achados do estudo realizado.

Contribuições sociais / para a gestão (opcional): Indicar as principais implicações gerenciais e/ou sociais alcançadas por meio dos achados do estudo realizado.

Palavras-chave: entre três e cinco palavras-chave que caracterizam o trabalho.

5. Quadros, tabelas, gráficos e ilustrações (preto e branco ou coloridas) deverão ser incluídos no documento principal, na sequência em que aparecem no texto e escritas em tamanho 10;

6. O artigo deve ser inédito no Brasil ou em outro país, não sendo considerada quebra de ineditismo a inclusão de parte ou de versão preliminar do mesmo em anais de eventos científicos de qualquer natureza;

7. O Artigo não pode ser submetido à avaliação simultânea em outro periódico;

8. O Editor pode aceitar ou não o artigo submetido para publicação, de acordo com a política editorial;

9. O autor que tem um artigo em processo de avaliação não deve submeter outro até receber a avaliação final da submissão;

10. O Editor pode ou não aceitar um artigo após o mesmo ter sido avaliado pelo sistema duplo-cego (*Double Blind Review*), o qual garante anonimato e sigilo tanto do autor (ou autores) como dos pareceristas;

11. O Editor pode sugerir alterações do artigo tanto no que se refere ao conteúdo da matéria como em relação à adequação do texto às normas de redação e apresentação (APA);

12. O artigo deve ser escrito de forma correta em termos gramaticais. Os pareceristas não farão correções;

13. O artigo aprovado para publicação será submetido à edição final e a revisão normatival;

14. Os autores cujos artigos sejam aprovados para publicação na ReMark deverão fornecer uma versão em inglês da última versão do trabalho em um prazo de 45 dias. A tradução deve ser realizada por um nativo ou um tradutor com experiência nesta atividade;

15. No sistema OJS, adotado pela ReMark, o autor(es) terá a submissão do artigo automaticamente recusada pelo sistema se não aceitar as cláusulas de exclusividade, originalidade e de direitos autorais;

16. O Sistema OJS anota a data de entrada e os passos do processo de avaliação e editoração do artigo, sendo que o autor(es) pode acompanhar o status de seu artigo, automaticamente pelo sistema;

17. O editor e/ou qualquer indivíduo ou instituição vinculada aos seus órgãos colegiados não se responsabilizam pelas opiniões, ideias, conceitos e posicionamentos expressos nos textos, por serem de inteira responsabilidade de seu autor (ou autores);

18. As avaliações são feitas em formulário de avaliação padronizado, havendo espaço para comentários personalizados, os quais são encaminhados ao autor(es) em caso de aceite condicional, correções ou recusa;

19. O artigo deve ser submetido somente online pelo site www.revistabrasileirmarketing.org.