

## Índice

1 – Apresentação da Instituição .....	2
1.1 - Caracterização .....	2
1.2 - Localização .....	2
1.3 - Espaço Físico .....	2
1.4 - Serviços .....	3
1.5 - Modalidades .....	3
1.5.1 - Balance .....	3
1.5.2 - Jump .....	4
1.5.3 - Pump .....	4
1.5.4 - Cycling .....	5
1.5.5 - Kickboxing .....	6
1.5.6 - Personal Trainer .....	7
1.5.7 - Zumba .....	7
1.6 - Identificação da População .....	8
2 – Apresentação Sumária do Trabalho Realizado .....	8
3 - Plano de estágio .....	10
3.1 – Base Teórica subjacente à Intervenção - Teoria da Autodeterminação (TAD) .....	10
3.2 - Intervenção com os clientes .....	11
3.2.1 – Primeira Fase (30-10-2012 a 11-12-2012) .....	11
3.2.2 – Segunda Fase (12-12-2012 a 18-06-2013) .....	12
3.3 – Estratégias aplicadas no Ginásio .....	16
3.4 – Área para a Comunidade .....	17
3.5 – Dados relativos ao Estágio e à Intervenção com os Clientes .....	18
4 – Descrição Sumária de uma Intervenção com o Cliente .....	20
5 – Reflexão Crítica .....	23

6 – Referencias Bibliográficas .....	25
7 – Anexos .....	26

# **1 – Apresentação da Instituição**

## **1.1 - Caracterização**

O Health Club Korpless: Benedita, uma terra ambiciosa e de forte expansão, é constituída por cerca de 9000 habitantes, possui uma forte tradição em indústrias (calçado; cutelaria). Além de bastante dinâmica e inovadora, esta freguesia não deixa de seguir os baixos níveis de prática de atividade física, comum a Portugal e ao resto dos países mundiais.

Não passando ao lado dos baixos números sobre a prática de atividade física, e sabendo da crescente necessidade da prática de atividade física, surgiu em Abril de 2008 na freguesia de Benedita o Health Club Korp Less, disposto a fornecer um serviço de qualidade. O Korp Less dispõe de um vasto número de atividades e serviços, capazes de ajustar a prática de atividade física às reais necessidades de quem se dirige às suas instalações, de modo a provocar nestes os benefícios acessórios da prática de atividade física.

## **1.2 - Localização**

O Korp Less está situado no centro da Vila da Benedita, inserido num prédio de habitação e de escritórios. Este possui características que lhe conferem o isolamento do restante edifício.

Morada - Rua Monges de Cister nº 4, 2475-130 Benedita

Morada Online - [www.korpless.pt](http://www.korpless.pt) – [korpless.benedita@gmail.com](mailto:korpless.benedita@gmail.com)

## **1.3 - Espaço Físico**

O ginásio é constituído por uma área de 1200m<sup>2</sup> dividida por dois pisos, é um local alegre e arejado com boa iluminação, tendo na maioria das paredes cores como o laranja, verde e branco.

No piso inferior, encontram-se os balneários femininos e masculinos, juntamente com as instalações do banho turco e sala de relaxamento, ainda neste piso temos uma sala dedicada aos serviços de manutenção do ginásio.

Subindo ao piso superior, encontramos o espaço de onde tudo acontece, sala de Cycling, isolada das restantes aulas, uma sala com tapetes de judo (Body Mind), onde já decorreram o Yoga, o Kickboxing (ainda decorre atualmente) e a ginástica infantil, os balneários e a sala dos monitores também se encontram neste piso, juntamente com o

gabinete de estética. Na outra zona oposto do piso superior, encontramos a sala também isolada, onde decorrem as aulas de grupo (Energie Place) e sala de cardiofitness (Fitness Place Cardiofitness), temos que referir ainda neste piso a receção, o gabinete de avaliação, a sala para as crianças e as instalações sanitárias, incluindo as instalações sanitárias para pessoas com necessidades especiais.

## **1.4 - Serviços**

Atualmente, o Korp Less possui um vasto número de serviços disponíveis à população.

Possui:

- Serviço de Estética;
- Serviço de Nutrição;
- Banho Turco;
- Venda de Suplementos;
- Bar;
- Venda de Roupas e Material Desportivo característico da modalidade.

## **1.5 - Modalidades**

### **1.5.1 - Balance**

Balance é um programa dinâmico de alongamentos baseado no yoga que o deixa relaxado e revigorado. Combina os princípios e práticas fundamentais do Yoga e Pilates tais como respiração controlada, concentração, flexibilidade e força, de modo a criar uma sessão holística que confere um estado de equilíbrio e harmonia ao seu corpo, mente e alma.

#### **Benefícios**

O Balance aproxima a mente e o corpo de modo a atingir um nível de fitness total. As pessoas são atraídas pelo Balance porque este aumenta a força muscular sem aumentar muito o volume dos músculos, melhora a flexibilidade e a mobilidade, corrige desequilíbrios na postura e promove o relaxamento.

Sem recorrer a dietas e sem suar numa frenética aula de aeróbica, conseguirá uma aparência mais magra e mais alta. Adicione a isto o aumento da autoconfiança, o estado

relaxado da mente, a sensação de calma e controlo que se experimenta com o Balance, e estará a olhar para um novo "Eu".

### **A quem se destina**

O Balance é recomendado a todos, independentemente da idade ou das capacidades físicas

### **1.5.2 - Jump**

O Jump é originário do Brasil e é uma modalidade pré-coreografada que utiliza o minitrampolim como equipamento para realizar o trabalho cardiovascular. Caracteriza-se por combinar movimentos simples e motivadores que nos fazem, sentir como crianças a pular sobre uma superfície elástica.

A aula dura 60 minutos e é composta por 9 músicas com dois picos de intensidade, incluindo também o trabalho abdominal e o relaxamento.

### **Benefícios**

- Elevada queima calórica (na ordem das 700)
- Fortalecimento e tonificação dos membros inferiores
- Melhoria da capacidade cardiovascular

### **A quem se destina**

Por ser de complexidade simples e fornecer diversas opções de execução, esta aula pode ser realizada por qualquer pessoa, com exceção para grávidas, pessoas com instabilidade articular (tornozelo, anca e joelhos).

### **1.5.3 - Pump**

O Pump traduz-se por uma aula de 60 minutos sem impacto, concebida para dar ao seu corpo um treino completo, usando barras e pesos, ao som de música estimulante.

Começando por um aquecimento geral do corpo inteiro, a aula acaba por trabalhar todos os grupos musculares. A ênfase é colocada nas técnicas corretas de levantamento de pesos, no uso de pesos leves a moderados e num número elevado de repetições, que levam a um corpo magro e bem tonificado.

## **Benefícios**

O maior atrativo do Pump, são os rápidos resultados. Esta é igualmente uma modalidade que pode ser praticada em associação a muitos desportos. Mas há mais benefícios:

- Condicionamento e tonicidade muscular do metabolismo
- Aumento da capacidade para queimar gorduras
- Um treino diferente e sério, que o deixa com uma enorme sensação de bem-estar!

O Pump não deve substituir o seu regime de fitness, mas pode complementá-la e torná-lo mais eficaz.

## **A quem se destina**

Esta aula destina-se a todos quantos procurem uma melhoria da resistência muscular, uma maior tonificação do corpo e um aumento do metabolismo.

Pode inserir-se nesta aula independentemente do seu nível de condicionamento.

## **1.5.4 - Cycling**

O Cycling é um programa de treino cardiovascular, praticado sobre uma bicicleta imóvel, sem competição, que respeita a individualidade da aptidão física.

Esta é uma modalidade muito procurada especialmente por duas razões, a melhoria da capacidade cardio-respiratória e o alto gato calórico.

Durante a aula, juntamente com instrução do professor e a motivação de seu grupo, experimentará subidas lentas, pequenos tiros e giros de recuperação que não representam nenhuma barreira de coordenação ou motivação. Simula-se estradas, levando o aluno a pedalar como se estivesse a participar numa corrida ao ar livre.

## **Benefícios**

- Aumentam a capacidade cardio-respiratória,
- Fortalecimento muscular/tonificação dos membros inferiores
- Significativa redução de massa gorda
- Aumento da densidade óssea
- Socialização
- Elevado gato calórico

## **A quem se destina**

Esta aula destina-se a todos quantos procuram um treino de intensidade moderada a alta.

### **1.5.5 - Kickboxing**

O KickBoxing é um sistema de Artes Marciais (há quem o considere um desporto de combate como o boxe e não uma arte marcial) relativamente novo, cujas regras derivam da combinação de diversas técnicas de combate de uma variedade de outras disciplinas mais tradicionais, incluindo o Boxe, Kung Fu e Taewondo.

Mas na realidade o Kick Boxing tem origem no Full Contact, que foi quem efetivamente agregou essas técnicas de combate para originalmente poderem-se efetuar combates entre praticantes destas diversas modalidades em contacto total: agora o objetivo passa a ser o KO, tal como no Boxe e no Muay Thai, em vez da tentativa de apenas acertar no adversário com o intuito de pontuar, como se passa no Karaté e no TaeKwondo.

### **Benefícios**

A prática desta atividade é feita de uma forma desportiva e benéfica, proporcionando uma melhoria da condição física associada a fatores importantes do nosso bem-estar do dia-a-dia, como sendo:

- Perca de peso
- Tonificação muscular
- Flexibilidade
- Aumento da coordenação motora
- Auto-controle
- Auto-defesa

A aprendizagem da técnica desta atividade proporciona um gosto pelo seu treino semanal assíduo, proporciona ainda um aumento das suas relações inter-pessoais dentro e fora do seu local de treino.

### **A quem se destina**

A prática do KickBoxing à imagem de outras modalidades, pode ser praticada a partir da maioridade, desde que, os conteúdos técnicos e pedagógicos e os métodos de ensino e aprendizagem estejam devidamente adaptados às características dos respetivos escalões etários.

### **1.5.6 - Personal Trainer**

Após uma avaliação física minuciosa, terá um programa de exercício físico individual, adaptado aos objetivos e características de cada indivíduo, utilizando para tal metodologias inovadoras, na área da condição física e saúde, promovendo o bem-estar físico e psicológico, orientado por um profissional com formação específica na área do exercício e saúde. As áreas de intervenção vão desde a parte estética até às patologias crónicas.

### **1.5.7 - Zumba**

Zumba é uma atividade física recente, que tem vindo a aumentar a sua prática em todo o mundo.

É uma atividade baseada em danças latinas que tem essencialmente um carácter aeróbio e muito divertida de praticar. As aulas têm uma duração de 45 minutos a 60 minutos e durante esse tempo a pessoa salta, mexe os braços, as pernas, a anca, de forma a envolver o seu corpo e mente nesta atividade, que se define como uma combinação de exercícios aeróbios com exercícios de resistência de peso corporal.

Como qualquer outro exercício baseado na dança e que tenha movimento, o Zumba promove um gasto calórico de forma a provocar melhorias físicas. Ajudando assim a perda de peso.

Esta atividade proporciona uma melhoria na capacidade cardiovascular e contribui ainda para melhorar o seu equilíbrio e coordenação.

Em gesto de conclusão, pode-se dizer que o Zumba é eficaz tanto para melhorias físicas como para a perda de peso mas está sempre dependente da regularidade com que pratica as aulas.

## **1.6 - Identificação da População**

A população à qual se destina a minha intervenção define-se pelos praticantes de exercício físico no ginásio Health Club KorpLess, não tendo nenhuma modalidade específica e podendo ter contato com todos os sujeitos. Para além dos praticantes também poderei intervir com os instrutores e com os rececionistas.

Atualmente, no Korpless, o staff é constituído por 9 pessoas. Marco Sousa (gerente/monitor), Debora Sousa (gerente/rececionista), Sónia Cardoso (rececionista), Tatiana Silva (diretora técnica/rececionista), Fernando Paulo (monitor), Nuno Couto (monitor), Gonçalo Cabral (monitor), Maria José Tomás (técnica de limpeza), Vera Vicente (monitora).

Em relação aos praticantes o Korpless, a sua base de dados é composta por 1806 sujeitos. Apesar deste número elevado somente 146 estão ativos, sendo que 69 estão em situação pendente (até 3 meses de atraso no pagamento), 101 desistentes (atraso no pagamento entre 3 a 6 meses), 2 suspensos (gravidez ou outros casos especiais) e 1488 ficheiros mortos (mais de 6 meses de atraso no pagamento).

## **2 – Apresentação Sumária do Trabalho Realizado**

Neste estágio o trabalho realizado centrou-se no apoio aos clientes do ginásio tendo como objetivo a retenção de clientes. Este estágio foi composto por duas fases distintas: uma primeira fase onde me foi apresentado o ginásio, o seu staff, a sua população ativa e onde pratiquei/expericiei as modalidades que o ginásio possibilita aos clientes; numa segunda fase comecei a interagir com os clientes do ginásio, esta intervenção tinha como base duas facções diferentes de clientes, uma que visava os clientes que se tinham inscrito recentemente no ginásio e outra que visava os clientes que se enquadravam no programa de perda de peso.

A intervenção com os clientes centrou-se basicamente em três diferentes entrevistas realizadas em momentos separados por um espaço de tempo que variava consoante o respetivo número da entrevista. Na primeira entrevista apresentava-me ao cliente, qual o meu objetivo ao estar a conversar com ele, recolhia a sua informação demográfica, procurava saber qual teria sido o seu passado desportivo (caso este tivesse praticado) e quais as razões que o levaram a abandonar, qual o seu objetivo e expectativas em estar no ginásio, terminado com a aplicação de três parcelas de questionários (IMAAD, EAFD, BREQ3), no final da entrevista questionava o cliente se este estava interessado em continuar com a intervenção e caso houvesse resposta positiva por parte deste marcaria uma nova entrevista duas semanas (sensivelmente) após a primeira. Numa segunda entrevista com o cliente apresentava os resultados obtidos a partir da informação recolhida nos questionários, em conjunto com o cliente procurava definir melhor o seu objetivo (tendo em conta a técnica SMART), no final de definirmos o seu objetivo o cliente assumia um compromisso consigo mesmo e eu somente registava esse compromisso de forma a que pudesse passar ao cliente, em forma de um cartão, esse registo, após término da entrevista seria marcada uma nova entrevista um mês após esta entrevista. Esta terceira entrevista teria o intuito de conhecer como se estava a desenrolar o cumprimento do objetivo/compromisso previamente estabelecido e, caso fosse necessário, redefinir o objetivo/compromisso.

Para além da intervenção com estas fações de clientes, criei estratégias no ginásio com o intuito de chegar aos clientes que frequentavam esta instituição à mais tempo. Estas estratégias consistiam em afixar frases motivacionais pelo ginásio, enviar email aos clientes que não compareciam no ginásio à mais de seis meses com o intuito de relembrá-los desse facto e apresentar um bónus caso comparecessem de novo no ginásio (este bónus foi negociado com o responsável do ginásio) e criação do gabinete de apoio aos clientes aberto em dias e horário específicos.

Como atividade para a comunidade não foi possível elaborar algo para a população da Benedita visto que neste ano o ginásio não participou em atividades que se envolvessem com a comunidade beneditense (como o dia direcionado para a população da vila, conhecido por “Benedita em Movimento”). De forma a compensar e cumprir este complemento ao estágio, efetuei duas participações em dias abertos do ginásio (Apresentação das novas aulas de Jump, Pump, Balance e Cycling, dias antes do Natal e dias antes da Páscoa) e dei uma palestra na VII Semana de Psicologia do Desporto e do

Exercício, organizada pelo Núcleo de Estudantes de Psicologia do Desporto e do Exercício, onde apresentei o meu trabalho realizado no estágio. Para além destas atividades elaboradas, o gabinete criado para atendimento/acompanhamento aos clientes pode-se encaixar nesta área para a comunidade.

No final do estágio entreguei um cartão de despedida tanto aos elementos do staff do ginásio bem como aos clientes que acompanhei. Neste cartão agradei a estas pessoas o fato de me terem ajudado nesta fase (cada cartão foi personalizado e adequado à pessoa em si) e deixei uma frase motivacional que me marcou ao longo deste estágio.

### **3 - Plano de estágio**

Este estágio incide numa área pouco explorada até a atualidade, a área da Psicologia do Exercício, sendo assim uma necessidade essencial recorrer ao meu orientador quer da entidade acolhedora bem como o orientador da Escola Superior de Desporto de Rio Maior para obter mais recursos, conselhos e formas de atuar consoante certos casos que requereram mais atenção.

Como plano de estágio foi estabelecido uma primeira e uma segunda fase de intervenção com os clientes (amostra específica) no ginásio, criação de estratégias para motivar ou inovar dentro do ginásio e uma forma de tentar chegar junto dos clientes mais antigos no ginásio ou fora deste.

#### **3.1 – Base Teórica subjacente à Intervenção - Teoria da Autodeterminação (TAD)**

A TAD é uma macro teoria sobre a motivação humana que se preocupa com o desenvolvimento e funcionamento da personalidade em contextos sociais, mais concretamente, com as causas e as consequências do comportamento autodeterminado. De acordo com os seus autores (Ryan & Deci, 2000, 2007), esta teoria diz-nos que a motivação do sujeito não está directamente relacionada com os factores do envolvimento social, uma vez que a influência destes (clima das aulas, comportamento dos professores) é mediada pela satisfação de três “*componentes fundamentais*” (Ryan & Deci, 2007, pp.13), ou seja, as necessidades psicológicas básicas de autonomia

(capacidade de regular as suas próprias acções), competência (capacidade de eficácia na interacção com o envolvimento) e relação (capacidade de procurar e desenvolver ligações e relações interpessoais). São estas necessidades que vão determinar a regulação do comportamento do sujeito, que assenta num continuum motivacional e oscila entre formas menos e mais autodeterminadas do comportamento (controladoras vs autónomas).

Segundo Ryan e Deci (2000), os sujeitos tendem a participar mais nas actividades quando regulam o seu comportamento para formas mais autodeterminadas: motivação intrínseca (por prazer ou divertimento, sem necessidade de reforço ou recompensa externa) e motivação extrínseca identificada (pela importância pessoal de determinados aspectos, tais como a aprendizagem de novas habilidades). Por oposição, os sujeitos tendem a participar menos nas actividades quando regulam as suas acções para formas menos autodeterminadas: motivação extrínseca introjectada (para evitar sentimentos de culpa ou obter aprovação externa), motivação extrínseca externa (para obter recompensas externas ou evitar punições) e amotivação (falta de motivação e intencionalidade).

## **3.2 - Intervenção com os clientes**

### **3.2.1 – Primeira Fase (30-10-2012 a 11-12-2012)**

De início este estágio começou por incidir num aprofundamento do meu conhecimento sobre ginásios, pesquisei sobre quais as modalidades que se destacam atualmente na área do exercício tanto em bibliografia relacionada com a área da psicologia do exercício bem como em conversa com inúmeros colegas que trabalham em ginásios ou os frequentam. Para além desta pesquisa, comecei a frequentar o ginásio Korpless como se fosse um cliente, de forma a integrar-me com o staff, com os clientes, com o espaço em si e com as modalidades ali disponibilizadas. Esta fase teve a duração de um mês e meio, sensivelmente. Posso assim afirmar que a minha primeira intervenção com os clientes passou por os conhecer fazendo-me assim passar por cliente e compreendendo o que eles “sentiam” ao praticar aulas de grupo ou simplesmente a cumprir o plano de treino, estabelecido pelo instrutor, na sala de cárdio e musculação.

### **3.2.2 – Segunda Fase (12-12-2012 a 18-06-2013)**

Nesta segunda fase do estágio iniciei a minha intervenção com os clientes que se haviam inscrito no ginásio mais recentemente e com os clientes que se inseriam num programa de perda de peso, utilizando o conhecimento que adquiri ao longo dos quatro anos de ensino que obtive na Escola Superior de Desporto de Rio Maior, na área da Psicologia do Desporto e do Exercício.

Esta intervenção era realizada no gabinete de avaliações do ginásio e centrou-se em três intervenções com os clientes, às quais apelidava de entrevistas ou conversa, visto ser um nome mais acessível e menos “pesado” para o cliente, de forma a que este não cedesse ao estereotipo cultural onde define os psicólogos como pessoas ou profissionais que simplesmente acompanham e ajudam as pessoas que têm problemas ou que são consideradas “malucas”, uma questão que pode ser definida à luz da psicologia clinica como uma patologia. Excepcionalmente realizei uma quarta intervenção com o cliente, esta situação só se sucedeu devido a ser uma situação especial de recuperação de uma lesão relacionada com consultas de fisioterapia, por estas razões decidi acompanhar de uma forma diferente o cliente em questão. Os três momentos foram definidos, *à priori*, em consonância com o orientador do estágio, justificam-se assim estes três momentos, também, devido ao intuito que este estágio tinha, ou seja: realizar uma avaliação inicial com o simples intuito de conhecer o cliente, as suas informações “básicas”, recolha de dados referentes aos questionários aplicados; definir/propor um método de intervenção junto do cliente consoante os dados retirados da avaliação inicial; verificar o estado/percurso do objetivo proposto. Em certos momentos houve dificuldade em aplicar os três momentos de intervenção devido a questões de horário e de disponibilidade dos clientes, algo que dificultava no cumprimento do protocolo relativo ao tempo definido entre cada intervenção.

O processo de marcação de intervenções teve um grande apoio da rececionista do ginásio que registava as datas das intervenções e dos respetivos clientes, sendo que sempre que o cliente entrava no ginásio e passava o cartão na máquina, que regista as entradas, era dado um aviso no computador, caso fosse o dia em que tivesse marcado a sua intervenção. Para além desta questão, sempre que um cliente se fosse inscrever no ginásio a rececionista avisava o cliente que este teria de passar por um processo de avaliação, esta avaliação consistia em duas vertentes, a vertente da saúde física e historial de doenças bem como a vertente da psicologia. A primeira avaliação era

efetuada pelo instrutor que se encontrava presente no momento em que fosse marcada a avaliação, a segunda avaliação era realizada pelo estagiário de psicologia do desporto e do exercício, logo de seguida. Devido a esta situação o estágio neste ginásio nunca teve dias e horas específicas de realização, sendo assim definido consoante as marcações dos clientes e a adesão de clientes novos ao ginásio.

A primeira intervenção consistia num momento de apresentação formal, onde me apresentava como estagiário, qual a função que tinha no ginásio e qual o meu objetivo em estar a conversar com a pessoa em questão. Somente após o cliente aprovar a minha função para com ele e com o ginásio prosseguia a minha intervenção. Para além da minha apresentação formal comecei por conhecer o cliente, questionando-o sobre as suas informações demográficas básicas (nome, altura, idade, peso, género, habilitações literárias), qual o seu passado desportivo (onde praticou desporto, em que momento da sua vida o praticou, quantos anos teve de prática e qual a razão de ter deixado de praticar), se pratica atualmente (quantas vezes deseja praticar por semana, quais os dias que pretende praticar, qual a hora do dia que pretende praticar, qual a modalidade que pretende praticar), qual o seu objetivo em estar no ginásio e quais as suas expetativas (perda de peso, melhorar a imagem corporal, aumento da massa muscular, tonificação/definição muscular, aumento da condição física, gerir o stress e ansiedade, manutenção da saúde, aumentar o bem-estar geral, recuperação de doença, recuperação de lesão, outra expetativa a definir pelo cliente). Após questionar o cliente, são aplicados três questionários (divididos e encurtados, de forma a que não exponha o cliente a um momento excessivamente longo de preenchimento de questionários). O primeiro era a Escala de Atitudes face à Atividade Física e Desporto, sendo assim uma versão reduzida da versão original de Dosil do ano de 2012, onde continha somente os itens 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11. Estes itens foram escolhidos tendo em conta o cliente ser um praticante de exercício e não um desportista, pelo menos naquele contexto. O segundo questionário era o Behavioural Regulation in Exercise Questionnaire (Regulação da Motivação), uma versão reduzida da versão original de Markland e Tobin do ano de 2004, onde somente constavam os itens 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 18, 20, 24. Este questionário pretendia avaliar a motivação controladora (motivação negativa) que era constituída pela motivação extrínseca e pela motivação introjetada e a motivação autónoma (motivação positiva) constituída pela motivação identificada e pela motivação intrínseca. O último questionário era o Inquérito de Motivações para a

Ausência de Atividade Desportiva (Barreiras), uma versão adaptada da versão original de Pereira e Vasconcelos do ano de 1997, onde simplesmente correspondiam os itens 1, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 15, 17, 19, 20, 21, 27, 28, 29, 31, 34, 35, 36, 37. Neste questionário eram avaliados 5 fatores: estética ou insatisfação pelo contexto, incompetência, falta de suporte ou condições, falta de interesse ou hábitos de exercício, falta de tempo ou outros compromissos.

No final da intervenção com o cliente verificava se este não se encontrava com qualquer dúvida subjacente à intervenção e se desejava comentar algo sobre a mesma. Após estes últimos pormenores pedia ao cliente que me desse a sua opinião relativamente a acompanhá-lo neste processo e caso a sua opinião fosse positiva prosseguia à marcação de uma nova intervenção duas semanas após a primeira. Terminada a primeira intervenção o cliente ficou vinculado ao estagiário que, mensalmente, verificava a sua assiduidade ao ginásio, de forma a controlar/acompanhar o fato do seu objetivo estar a ser cumprido ou não, tendo em conta que a assiduidade é um ponto fulcral na concretização do objetivo.

A segunda intervenção consistia numa apresentação dos resultados observados e retirados dos questionários. É necessário ter em conta que os resultados retirados dos questionários preenchidos pelos clientes foram avaliados consoante as respetivas tabelas de percentis que classificavam os resultados como inferior, médio inferior, médio, médio superior ou superior, relativamente aos questionários relativos às Atitudes e à Regulação da motivação. No que respeita ao questionário relativo às Barreiras a cotação era feita numa média dos itens, referentes a cada fator avaliado, que variava entre um e cinco, sendo que nunca nenhum cliente atingiu o valor máximo em qualquer um dos fatores. Tendo em conta os resultados apresentados poderia recorrer a ferramentas criadas para certas situações como o calendário de organização semanal genérica, um calendário que define os horários e as rotinas que cada pessoa tem numa semana normal da sua vida, esta ferramenta só é utilizada caso o cliente afirme que uma das suas barreiras à prática de exercício seja a preguiça ou a falta de tempo. Após esta apresentação de resultados, seguia-se o momento fulcral da intervenção, explorar e definir o objetivo do cliente no ginásio. Esta definição de objetivos baseou-se numa técnica muito simples de definição de objetivos, esta técnica é apelidada de SMART, que é um conjunto de letras que definem cinco palavras (adjetivos) que caracterizam a forma de ver e explorar o objetivo em si. Esta representa, originalmente, cinco palavras

que estão na língua inglesa, “S” de Specific (Específico) apesar de haver autores que a referem como Simple (Simples), fazendo assim com que o objetivo se defina de uma forma concreta e com uma direção bem definida, abstraindo o cliente de certos pormenores que iriam complexificar o seu objetivo. O “M” de Measurable (Mensurável), ou seja, fazer com que o objetivo tenha uma forma de ser medido, quantifica-lo de alguma forma, não sendo assim um objetivo abstrato. O “A” de Attainable (Atingível), dando conta assim que o cliente tem as plenas possibilidades de chegar ao seu objetivo, tem todos os recursos possíveis a seu favor tendo em conta o objetivo que pretende atingir. O “R” de Relevant (Relevante ou Importante) fazendo assim com que o objetivo se mantenha importante para o cliente mesmo após ser moldado e que este seja importante numa perspectiva para além do cliente em si (tendo sempre em conta a sua motivação intrínseca em detrimento da motivação extrínseca). O “T” de Timely (Temporal) que define uma linha de tempo para atingir o objetivo pretendido, sendo sempre importante aqui neste ponto definir metas a atingir, dividindo assim o objetivo em fases, pode-se comparar com os degraus de uma escada, precisamos de subir um de cada vez para chegar ao topo. Para além da utilização desta técnica para definir o objetivo do cliente, era sempre tido em conta o compromisso deste com ele próprio, ou seja, o essencial nesta intervenção seria fazer com que o cliente reconhecesse que seria fulcral para ele estabelecer um compromisso que somente lhe iria trazer benefícios em termos de saúde (física e psicológica) e arranjar forma de esta informação ficar registada. Nesse sentido houve a necessidade e a oportunidade de criar um cartão de compromisso do cliente, um cartão com um formato acessível de forma a coloca-la na carteira e que andasse sempre junto ao cliente, onde continha inúmeras informações como a informação demográfica básica, a avaliação obtida nos questionários, o compromisso estabelecido com ele próprio, a forma de medir o objetivo mensalmente (verificar se as etapas estão a ser cumpridas). Este cartão é adaptado a cada cliente e ao seu objetivo, principalmente nas etapas estabelecidas. O cartão é dado ao cliente na semana seguinte a esta segunda intervenção.

Após esta conversa e de ter estabelecido o seu objetivo e assumido o seu compromisso sugiro ao cliente que nos voltemos a encontrar um mês após esta intervenção.

Numa terceira intervenção com os clientes iria averiguar se o objetivo se mantinha no seu caminho certo, ou seja, se as etapas estabelecidas até ao momento estavam a ser

atingidas. Caso este cenário não se sucedesse seria necessário redefinir o objetivo, compreender quais teriam sido os problemas adjacentes e qual seria a melhor forma de criar um novo objetivo, tendo em conta a técnica SMART. Em certos casos não seria necessário tal preocupação, visto haver a possibilidade de não se ter atingido o objetivo devido a lesões ou obrigações da profissão do cliente.

A intervenção com o cliente iria prosseguir após esta última, apesar de ser num contexto diferente (sala de cárdio e musculação ou corredores de transição entre salas do ginásio), onde cumprimentava os clientes e questionava-os sobre os seus objetivos e o seu nível de satisfação na sua prática de exercício. Para além de abordar estas questões, questionava-os sobre outros parâmetros da sua vida que poderiam ser úteis na ajuda a atingir os objetivos do cliente.

### **3.3 – Estratégias aplicadas no Ginásio**

Relativamente às estratégias aplicadas no ginásio baseei-me numa amostra do ginásio com a qual ainda não me tinha aproximado. A primeira estratégia que apliquei baseou-se na afixação de frases motivacionais pelo ginásio, estas frases foram pesquisadas num motor de busca informático com termos como esforço, determinação, sucesso, dedicação e mérito a ter destaque no intuito das frases em si. Este processo foi apresentado ao responsável do ginásio que não se opôs visto ser uma estratégia que não visava grandes custos para o estabelecimento. Esta estratégia dedicava-se, para além dos clientes com quem já tinha entrado em contacto, aos clientes em geral do ginásio. Estas frases foram colocadas estrategicamente no ginásio, dando assim a possibilidade de todos os clientes terem acesso a pelo menos duas ou três frases motivacionais. As frases utilizadas foram as seguintes: “A diferença entre o possível e o impossível está na determinação”; “Pessoas com metas triunfam pois sabem para onde vão. É tão simples quanto isso”; “Se queres vencer, não olhes para a escada, sobe degrau a degrau, até chegares ao topo”; “O sucesso é a soma de pequenos esforços, repetidos dia sim e no outro dia também”; “Quanto maior for a dificuldade, maior o mérito em supera-la”; “Quando tens uma meta, o obstáculo passa a ser uma etapa nos teus planos”.

Para além desta estratégia aplicada no ginásio, verifiquei que havia uma necessidade que diferia do principal objetivo do meu estágio, ou seja, apesar de ser importante

aumentar a retenção de clientes no ginásio também seria importante entender a causa de alguns clientes terem deixado de frequentar o ginásio e tentar fazer com que alguns destes clientes voltassem a frequentar o ginásio. Tendo em conta este ponto, foi essencial recolher o contato dos clientes que já não compareciam no ginásio à mais de 6 meses e entrar em contato com eles. Foi enviado um email a todos os clientes nesta situação, onde foi exposta a intenção do ginásio em quere-los de volta e a oferta de um bónus caso estes comparecessem de novo no ginásio. Este bónus definia-se pela oferta de uma toalha do ginásio Korpless. Esta proposta foi negociada com o responsável do ginásio.

### **3.4 – Área para a Comunidade**

Respetivamente à minha área direcionada para a comunidade foi um pouco limitada devido ao ginásio não ter participado num evento que se foca na população da Vila da Benedita, todos os anos a Junta de Freguesia da Benedita organiza um evento apelidado de “Benedita em Movimento” onde os ginásios da Vila organizam atividades pela localidade de forma a promover o seu ginásio.

Tendo em conta este aspeto as atividades que participei para a comunidade foram um pouco diferentes. Participei em dois dias específicos de lançamentos de novas coreografias de modalidades como cycling, pump, jump e balance. O primeiro sucedeu-se poucos dias antes dos festejos natalícios e o segundo poucos dias antes da pascoa. Para além de ter participado como cliente dei assistência aos instrutores sempre que necessário.

Outra forma que me foi possível chegar à comunidade foi a participação na VII Semana da Psicologia, organizada pelo Núcleo de Estudantes de Psicologia do Desporto e do Exercício da Escola Superior de Desporto de Rio Maior, que me efetuaram um convite para participar no seu dia dedicado às apresentações de alguns estágios nesta área, onde os preletores foram escolhidos por esse Órgão Associativo de forma a exemplificar os vários ramos que este curso pode englobar. Sendo assim, apresentei o meu estágio numa preleção que teve a duração de 30 minutos, no novo auditório das novas instalações da Escola Superior de Desporto de Rio Maior para uma população, essencialmente, académica. Para além desta preleção realizei outra atividade para interagir com a comunidade, abrindo um gabinete de apoio ao cliente, um serviço

gratuito que dava a oportunidade dos clientes se dirigirem ao gabinete abertos em certas horas em dias específicos.

### 3.5 – Dados relativos ao Estágio e à Intervenção com os Clientes

Cliente	Número de Presenças no Ginásio	Número de Meses que Frequenta o Ginásio	Média de Número de presenças do ginásio em relação ao número de meses que o frequenta
Cliente A	69	8	8.63
Cliente B	72	6	12
Cliente C	19	4	4.75
Cliente D	40	6	6.67
Cliente E	40	5	8
Cliente F	78	4	19.5
Cliente G	37	4	9.25
Cliente H	2	1	2
Cliente I	4	2	2
Cliente J	16	2	8
Cliente K	7	3	2.33
Cliente L	2	1	2
Cliente M	27	4	6.75
Cliente N	23	4	5.75
Cliente O	30	3	10
Cliente P	20	2	10
Cliente Q	27	3	9
Cliente R	19	3	6.33
Cliente S	29	4	7.25
Cliente T	11	3	3.67
Cliente U	13	2	6.5
Cliente V	27	3	9
Cliente X	9	2	4.5
Cliente Y	14	2	7

**Tabela 1 - Relação Assiduidade-Meses (cliente a cliente)**

Nesta primeira tabela está exemplificado a relação entre o número de meses que o cliente frequentou o ginásio e o número de vezes que este compareceu no mesmo.

Cliente	Média do Número de Presenças no Ginásio (Todos os clientes)	Média Geral de Número de presenças do ginásio em relação ao número de meses que o frequenta (Todos os clientes)
24 Clientes	26.46	3.29

**Tabela 2 - Relação Assiduidade-Meses (Média Geral)**

Nesta segunda tabela, está exemplificado a média de presenças dos clientes que acompanhei no ginásio bem como a média do número de vezes que compareciam no ginásio por mês.

Cliente	Número de Intervenções
Cliente A	3
Cliente B	4
Cliente C	2
Cliente D	4
Cliente E	3
Cliente F	3
Cliente G	3
Cliente H	1
Cliente I	2
Cliente J	1
Cliente K	2
Cliente L	1
Cliente M	3
Cliente N	3
Cliente O	3
Cliente P	3

Cliente Q	3
Cliente R	2
Cliente S	2
Cliente T	2
Cliente U	2
Cliente V	3
Cliente X	2
Cliente Y	2

**Tabela 3 – Relação Cliente-Número de intervenções**

Nesta terceira tabela, está exemplificado o número de intervenções que tive com cada cliente. É importante aqui referir que os últimos clientes que abordei já não tiveram a oportunidade de ter uma terceira intervenção devido ao meu estágio estar a finalizar.

Horas de Estágio	1ª Fase	2ª Fase	Total
	28 horas e 30 minutos	316 horas	344 horas e 30 minutos

**Tabela 4 - Numero de Horas de Estágio (1ª Fase, 2ª Fase e Total)**

Nesta ultima tabela, está exposto o número de horas dispendido na primeira fase do estágio bem como na segunda fase e por fim, no total.

#### **4 – Descrição Sumária de uma Intervenção com o Cliente**

Como exemplo de uma intervenção com clientes vou apresentar a minha cliente número 6, esta cliente já frequentava o ginásio à dois meses mas devido a pertencer ao programa de perda de peso decidi intervir com ela, após ter entrado em contato pessoalmente e marcado uma “conversa” com a mesma. Esta cliente pode chamar-se Cliente F, tem 19 anos, género feminino, pesava 84 Kg, mede 1.54m, estuda num curso de inglês noturno. Numa primeira intervenção recolhi esta informação demográfica. Relativamente à informação desportiva, já havia praticado exercício no Korpless dois anos antes mas acabou por deixar devido a ter inúmeras atividades que não lhe permitia

vir ao ginásio com a frequência que gostaria ou por vezes não conseguia mesmo comparecer no ginásio no horário que este se apresentava em funcionamento. No momento da intervenção a cliente frequentava o ginásio 6 vezes por semana por volta pelas 9h30 da manhã, praticando exercício na sala de cárdio e musculação e aulas de cycling. Devido a esta cliente se encontrar neste programa de perda peso questioneei-a sobre qual a sua alimentação e se andava a ser acompanhada por alguém especialista nesta área, a cliente respondeu-me positivamente e expôs-me qual a sua alimentação diária, que se pode definir como bastante saudável (base alimentar de sopa, grelhados, fruta, cozidos e carne branca). De seguida, a cliente definiu qual o seu objetivo, que seria a perda de peso, apesar de também ser um objetivo melhorar a sua imagem corporal e aumentar o seu bem-estar geral (questão associada às duas primeiras). Por fim, apliquei os questionários e terminei a intervenção questionando-a se gostaria de falar novamente de forma a lhe apresentar os resultados e definir de forma mais organizada o seu objetivo. Esta intervenção ocorreu no dia 4 de Fevereiro pelas 9h30 e teve a duração de 10 minutos.

Na sua segunda intervenção apresentei os resultados obtidos nos questionários. Relativamente às atitudes perante a prática de exercício a cliente encontra-se num percentil médio superior, que esse justifica perfeitamente visto já praticar exercício no ginásio à algum tempo e com bastante regularidade. No que toca à motivação, a cliente apresenta um percentil médio na motivação autónoma e um percentil médio inferior na motivação controladora demonstrando assim que é um pouco controlada por motivos externos à prática de exercício. Ao abordar os resultados do questionário da Barreiras à prática de exercício pode-se dizer que o único fator que se deva ter em conta seja a falta de tempo ou outras prioridades, neste sentido apresentei à cliente um documento para a sua melhor organização durante a sua semana (calendário de organização semanal genérico). A cliente preencheu este documento e explicou que o fato de ter apontado este fator como uma barreira referia-se ao seu quotidiano antes de ingressar no ginásio, sendo assim pouco útil a utilização deste calendário visto a cliente ter imenso tempo disponível durante a semana. Num segundo momento da intervenção conversamos um pouco sobre o seu objetivo geral (perda de peso), definimos algo concreto, a cliente desejaria chegar ao 55 Kg (perder 29 Kg) em 1 ano, nesta situação tive de fazer com que a cliente baixasse um pouco a expectativa, definindo assim que chegaria apenas aos 60 Kg num ano e meio (1,5 Kg por mês) e também poderíamos definir perda de massa

gorda (1% por mês). Criámos assim esta estratégia de forma à cliente conseguir atingir o seu objetivo que ficaria registado no seu cartão de compromisso. Esta intervenção realizou-se no dia 20 de Fevereiro de 2013 e teve a duração de 10 minutos. Numa terceira intervenção, facultei-lhe outro documento que consistia num conjunto de imagens que traduzem a escala de imagem corporal, onde relacionei o Índice de Massa Corporal da cliente com a figura que o representava, tendo em conta o peso que a cliente tem atualmente e a sua altura, e apresentei-lhe da mesma forma a imagem que ela quer atingir e as etapas entre o início e o fim do processo. A cliente demonstrou-se satisfeita com estes documentos. Apresentei-lhe a minha disponibilidade caso ela desejasse reunir mais alguma vez caso achasse necessário, ficando por agora o acompanhamento da cliente somente quando a encontrar na sala de cárdio e musculação ou aula de grupo. Esta intervenção ocorreu a 28 de Março de 2013

Após esta última intervenção, acompanhei a cliente sempre que a encontrei no ginásio, questionando-a como estava a decorrer o seu objetivo. Fiquei bastante satisfeito pela cliente estar a conseguir cumprir os objetivos que tinha proposto a ela própria.

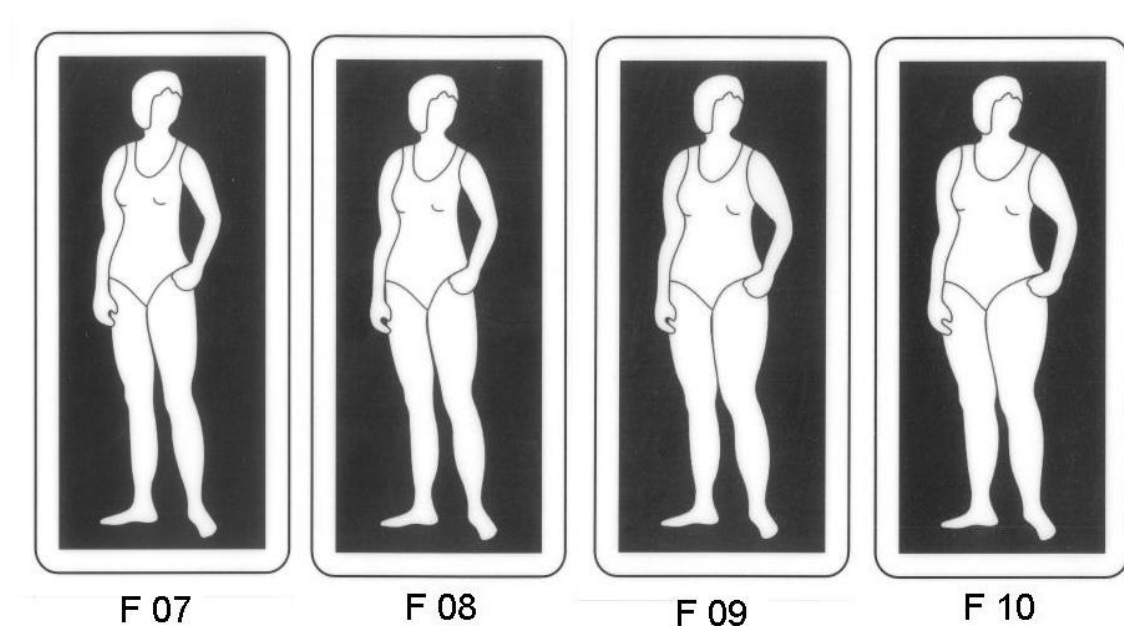


Imagem 1  
Corporal

**Korp Less**

**RAFAELA CRUZ**

19 anos/ 84 kg/ 152 cm

Objetivo: **Cliente F**

**Compromisso**

Attingir o meu Ideal de Peso!

Resultado a attingir: 80 Kg

Tarefa a Cumprir: 6 sessões de exercício por semana

Medida de controlo: 1,5 Kg e 1% Massa Gorda\* mês

\* esta medida apenas servirá como referência e não tem a percentagem de massa gorda.

- Imagem

Imagem 2 - Cartão de Compromisso do Cliente (frente)

1ª Pesagem	Data:	Peso:
Ind. Massa Gordá:		
2ª Pesagem	Data:	Peso:
Ind. Massa Gordá:		
3ª Pesagem	Data:	Peso:
Ind. Massa Gordá:		
4ª Pesagem	Data:	Peso:
Ind. Massa Gordá:		
5ª Pesagem	Data:	Peso:
Ind. Massa Gordá:		




Imagem 3 - Cartão de Compromisso do Cliente (verso)

## 5 – Reflexão Crítica

Ao refletir sobre o meu estágio é-me possível garantir que foi uma experiência cheia de recompensas, tanto pelos erros cometidos como pelas conquistas. É de salientar o grande crescimento que consegui obter como futuro psicólogo do desporto e do exercício após tantas horas de contato com uma população específica.

Como limitações do meu estágio tenho a apontar que no início foi complicado exercer a minha função visto que houve uma falta de comunicação entre a rececionista, a instrutora e eu, fazendo com que existissem avaliações físicas sem o meu conhecimento, impossibilitando assim uma nova forma de chegar junto dos clientes novos. O fato de nunca ter sido cedido um equipamento identificativo do ginásio limitou-me o meu raio de ação, sendo que caso me cedessem equipamento poderia ter mais contato com os clientes na sala de cárdio e musculação e seria, mais facilmente, identificado como estagiário do ginásio. O fato de ser um estágio não remunerado

dificultou um pouco a deslocamentos até ao local de estágio, visto que a situação económica não é a melhor.

Penso que existem algumas questões ainda a desenvolver nesta área e num estágio deste género dentro um ginásio, o fato de somente acompanhar os clientes em 3 momentos pode limitar um pouco a forma de atuar com o cliente, sendo que há objetivos que têm uma linha temporal bastante longa, sendo que este fato inicialmente apresentado bem como o fato do estágio ter uma duração de um ano letivo, leva a ter em consideração a forma de formular e acompanhar nas etapas para a concretização do objetivo.

Em termos práticos da minha intervenção, acompanhei 24 clientes dos quais 20 se mantém hoje em dia a praticar exercício, quer seja por minha ação direta ou indireta, sendo um pouco complicado quantificar a minha importância neste processo. Como forma de quantificar o tempo despendido é importante definir em que momentos este tempo foi utilizado, no total foram dedicadas trezentas e quarenta e quatro horas e trinta minutos ao estágio, das quais vinte e quatro direcionadas para reuniões de estágio, cento e quarenta para a preparação de documentos e viagens para o local de estágio e cento e oitenta horas e trinta minutos presentes no local de estágio a realizar entrevistas com os clientes, preparar atividades a aplicar no momento, impressões de documentos, confraternização com o staff e outros clientes do ginásio.

Ao colocar-me na posição do cliente, defino o meu trabalho, como psicólogo do exercício no ginásio, como fulcral sendo um forte apoio dado aos clientes tanto na vertente de definir de forma concreta o porquê do cliente estar no ginásio como em estabelecer um compromisso com ele próprio ao estabelecer etapas e metas para concretizar o seu objetivo. Analisando de uma forma geral, a minha intervenção junto dos clientes teve um impacto positivo, visto que uma grande percentagem dos clientes se manteve no ginásio e atingiu ou estava no processo correto para atingir a meta estabelecida. Foi assim evidenciada uma mudança no comportamento dos clientes, iniciaram uma nova forma de analisar o seu objetivo, preocupando-se assim com uma definição mais preparada daquilo que pretendem ao estar no ginásio.

Em gesto de conclusão, posso afirmar que este estágio tem uma apreciação positiva da minha parte, por ter recolhido tanto conhecimento e vivências ao longo deste ano letivo. Dando mais força de vontade para continuar a investigar dentro desta área

(Psicologia do Exercício) e acreditando que é uma área que bem explorada pode recolher muitos frutos.

## **6 – Referencias Bibliográficas**

Ryan, R. & Deci, E. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.

Ryan, R. & Deci, E. (2007). Active Human Nature: Self-Determination Theory and the Promotion and Maintenance of Sport, Exercise and Health. In Hagger & Chatzisarantis (Eds). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Exercise and Sport* (pp.1-19). Champaign-Illinois: Human Kinetics.

## **7 – Anexos**

Flyer de Propaganda ao Serviço Disponibilizado no Ginásio



Está com dificuldades em atingir  
os seus Objetivos?

Venha ter connosco!

- Ajuda a estabelecer os seus Objetivos;
- Colaborar na criação de Rotinas;
- Definição de Metas na perda de peso;
- Como Ganhar massa muscular passo a passo.



Estamos disponíveis à 2ª, 4ª e 6ª entre as 16 horas e as 20 horas

Estagiários de Mestrado em Psicologia do Desporto e do Exercício da Escola Superior de Desporto de Rio Maior:

- Fabiana Teixeira
- Pedro Baptista

(marcações na recepção do ginásio)

# Serviço Gratuito

Frase Motivacional 1

“A diferença entre o impossível e o possível está na DETERMINAÇÃO!”

Frase Motivacional 2

“Pessoas com metas TRIUNFAM porque sabem para onde vão. É tão simples quanto isso!”

Frase Motivacional 3

*“Se queres vencer, não olhes para a escada. Sobe, degrau a degrau, até chegares ao topo!”*

Frase Motivacional 4

“O sucesso é a soma de pequenos esforços que são repetidos dia sim e no outro dia também!”

Frase Motivacional 5

“Quanto maior for a dificuldade, maior o MÉRITO em supera-la”

Frase Motivacional 6

*“Quando tens uma meta, o obstáculo passa a ser uma etapa nos teus planos”*