

A distorção seletiva e a distribuição do tempo como barreiras para a prática da atividade física nas pandemias da COVID-19 e do sedentarismo

CHRISTIAN GOMES E SOUZA MUNAIER
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP

EDUARDO MESQUITA
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

FRANCISCO ANTONIO SERRALVO
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

JOSÉ AFONSO MAZZON
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP

Introdução

O sedentarismo e a obesidade matam, e um dos maiores desafios para todas as nações é promover a atividade física (AF) e reduzir a inatividade física de seu povo. Os óbitos por Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) foram responsáveis por 75,8% das mortes no Brasil em 2015 e 71% das mortes em 2016 em todo o mundo e o sedentarismo tem uma parcela importante de responsabilidade. Com o surgimento da pandemia COVID-19, os efeitos do estilo de vida sedentário se mostraram ainda mais trágicos. Tanto o sobrepeso quanto a obesidade provaram ser fatores de risco para infecção grave do COVID-19.

Problema de Pesquisa e Objetivo

À luz do comportamento do consumidor e partido da literatura do marketing social upstream, esta pesquisa tem como objetivo: 1- identificar se há diferença, declarada, no comportamento de consumo de AF dos indivíduos sedentários vs praticantes; 2- analisar a importância declarada da distribuição do tempo dedicado ao consumo de AF; 3- identificar se há diferença na percepção de valor (hedônico vs utilitário) quando comparado com o tempo discricionário para o consumo de AF orientada em tempos de pandemia. A partir dos resultados, propor ações para o combate ao sedentarismo.

Fundamentação Teórica

62,1% da população de brasileiros com 15 anos ou mais se identificam como sedentários; 38% por falta de tempo e 35% por não quererem ou gostarem de AF (Brasil, 2017). Com o surgimento da pandemia COVID-19, os efeitos do estilo de vida sedentário se mostraram ainda mais trágicos (Bello & Useh, 2021; Filgueira et al., 2021; Hamer et al., 2020). Pesquisas do marketing social têm demonstrado o impacto da distorção seletiva (Kazancoglu et al., 2021; Kennedy et al., 2018) e da alegada falta de tempo (Hais et al., 2018; Martinasek et al., 2010) sobre o comportamento de consumos (não) saudáveis.

Metodologia

De natureza quantitativa (survey, n=312), buscou-se encontrar a diferença declarada no comportamento de consumo de AF dos indivíduos sedentários e praticantes como solução essencial para a proteção de risco da COVID-19 e a importância declarada da distribuição do tempo (hedônico e utilitário) para o consumo de AF através de escalas (Likert, 7 pontos) validadas pela literatura nos referidos construtos. Técnicas multivariadas (AFC, AFE, teste t de Student para amostras independentes) atestaram a qualidade das escalas e validaram ou rejeitaram as hipóteses propostas.

Análise dos Resultados

Houve diferença significativa na percepção de risco da inatividade física à saúde: as pessoas ativas (vs. sedentárias) apresentam maior (vs. menor) percepção de risco do estilo de vida sedentário. Houve diferença significativa na percepção de risco do estilo de vida sedentário em relação à COVID-19 entre grupo de pessoas ativas: não usuárias de academia (menor) vs. usuário (maior). Identificou-se uma diferença significativa para a percepção de valor, tanto utilitário quanto hedônico - na alocação de tempo discricionário para AF orientada em academias: usuário (maior) vs. sedentário (menor).

Conclusão

Identificada a distorção seletiva, parece clara a urgência para que o sedentarismo seja debatido nos mesmos moldes das campanhas anti-tabaco. Campanhas massivas precisam ser realizadas enquanto encontram os melhores canais de comunicação. Academias podem ser ótimos veículos de comunicação. Conforme identificado pelos estudiosos para o engajamento de crianças e jovens no esporte, as academias devem buscar oferecer experiências hedônicas aos seus usuários, especialmente aos recém-matriculados e sem experiência prévia com a prática de AF.

Referências Bibliográficas

Bello & Useh (2021). COVID-19: Are Non-Communicable Diseases Risk Factors for Its Severity? *American Journal of Health Promotion*, 35(5), 720–729.
Brasil. (2017). Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD) 2015 - Práticas de Esporte e Atividade Física. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
Kazancoglu et al. (2021). The Effect of Guilt on Post-Purchase Regret: Attitudes and Repurchase Intentions Towards Smoking. *Ege Akademik Bakis* 59–79.
Martinasek et al. (2010). Using social marketing to understand the family dinner with working mothers...

Palavras Chave

Sedentarismo, Distorção Seletiva, Tempo Discricionário