
EDUCAÇÃO FÍSICA

LUCAS MOURA VILAS BOAS DOS SANTOS

**FATORES MOTIVACIONAIS DE UM ALUNO
DE TREINAMENTO PERSONALIZADO**



Rio Claro
2017

LUCAS MOURA VILAS BOAS DOS SANTOS

FATORES MOTIVACIONAIS DE UM ALUNO DE TREINAMENTO
PERSONALIZADO

Orientador: Afonso Antonio Machado

Co-orientador: Kauan Galvão Morão

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Instituto de Biociências da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” -
Campus de Rio Claro, para obtenção do grau de
Bacharel em Educação Física.

Rio Claro
2017

796.01 Santos, Lucas Moura Vilas Boas dos
S237f Fatores motivacionais de um aluno de treinamento personalizado /
Lucas Moura Vilas Boas dos Santos. - Rio Claro, 2017
30 f. : il.

Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Educação Física) -
Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Afonso Antônio Machado
Coorientador: Kauan Galvão Morão

1. Esportes – Aspectos psicológicos. 2. Treinamento personalizado. 3.
Motivação. 4. Personal trainer. I. Título.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, especialmente aos meus pais e meu irmão, aos amigos e professores que contribuíram de alguma forma para a minha formação profissional.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Elon Vilas Boas dos Santos Júnior e Maria Cristina Moura Vilas Boas dos Santos, por possibilitarem a realização da minha graduação, me dando todo o apoio necessário para a minha escolha profissional. Junto com a educação e formação pessoal que me agregaram.

Agradeço também aos amigos que me ajudaram nesta caminhada também, dividindo muitos momentos de estudos e diversão dentro dessa caminhada chamada “Universidade”.

Agradeço a República Sobrevive e a todos os moradores e ex-moradores que formam uma família, ajudando no meu crescimento profissional e principalmente pessoal, contribuindo com valores e experiências que formaram o que sou hoje.

Agradeço também ao meu co-orientador, Kauan Galvão Morão, que se mostrou sempre disponível a ajudar na construção desse trabalho de conclusão de curso.

Durante esses 4 anos contei com a ajuda de muitas pessoas e espero ter contribuído para a formação de muitos ao meu redor. Gratidão.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. JUSTIFICATIVA.....	12
3. OBJETIVO	13
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	14
5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	14
5.1 Motivação.....	14
5.2 Dimensões motivacionais.....	16
5.3 Conceituando Personal Trainer.....	17
5.4 Personal Trainer e o cuidado de si.....	19
5.5 Personal Trainer na perspectiva do marketing.....	20
5.6 Buscando a excelência no mercado do Personal Trainer (mecanismos).....	23
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
7. REFERÊNCIAS.....	27

FATORES MOTIVACIONAIS DE UM ALUNO DE TREINAMENTO PERSONALIZADO

RESUMO:

Grande parte da população mundial não pratica nenhum tipo de atividade física. Muitos são os fatores, porém o mais grave deles tem sido o comodismo ao sedentarismo, ou seja, não se preocupar e não sentir-se motivado para uma prática de atividade física. O estudo tem como ênfase demonstrar e dar possibilidades de um profissional da área da Educação Física trabalhar e entender a motivação com seus alunos através do treinamento personalizado. O trabalho possui como objetivo oferecer ferramentas para que um profissional entenda como os aspectos motivacionais estão ligados à uma sessão de treino. Adotou-se o método de pesquisa documental e bibliográfica, estudando artigos e revistas que acrescentaram na formação de um personal trainer, em relação aos fatores motivacionais dos seus clientes. Assim feito, é importante que o Personal Trainer coloque em práticas os aprendizados de forma gradual e precisa, visto que um bom atendimento seguido de uma garantia de resultado a seu cliente, o diferencia e o coloca em destaque dentro do mercado de trabalho. A preocupação com a sua saúde, sua aparência e seu posicionamento frente ao mercado, são fundamentais para a captação e menor índice de evasão de alunos. Entendendo os temas e as problematizações feitas no presente estudo, cabe ao profissional mostrar também a seu aluno a importância da análise desses fatores motivacionais aqui apresentados. Através de aulas motivantes, cuidado e preocupação com seu cliente, a tendência do reconhecimento do profissional perante a sociedade tende a aumentar. Entende-se que o estudo possa gerar um maior interesse para o olhar psicológico no mundo fitness e que auxiliem os profissionais da área para uma melhor formação e aprimoramento nesses aspectos.

Palavras-chave: Treinamento personalizado; Motivação; Personal Trainer.

MOTIVATIONAL FACTORS OF A PERSONAL TRAINER STUDENT

ABSTRACT:

A large number of people does not practice any kind of physical activity. There are many factors, however, the most serious of them is the sedentary lifestyle. In other words, do not worry and do not feel motivated to practice any physical activity. The study has the purpose to demonstrate and give possibilities for a professional in the area of Physical Education to work and understand motivation with their students through personalized training. This research aims to provide tools for a professional to understand how the motivational aspects are linked to a training session. We adopted the documentary and bibliographical research method, studying articles and magazines that added in the formation of a personal trainer, in relation to the motivational factors of its clients. Whereas, it is important that the Personal Trainer put into practice the learning in a gradual and precise, since a good service followed by a guarantee of result to his client, differentiates and puts him in the spotlight in the job market. The concern with their health, appearance and their positioning in front of the market are fundamental for the capture and the lower rate of student evasion. Understanding the themes and problematizations made in the present study, it is up to the professional to also show to his student the importance of the analysis of these motivational factors presented here. Through motivating classes, care and concern for its client the tendency of the recognition of the professional before the society tends to increase. It is known that the study may generate a greater interest for the psychological view in the fitness world and that help the professionals of the area for a better formation and improvement in these aspects.

Key words: Personalized training. Motivation. Personal Trainer

1. INTRODUÇÃO

Os benefícios de uma prática de atividade física sistematizada são incontestáveis, mesmo que 45,9% (67 milhões de pessoas) dos brasileiros da idade entre 14 e 75 anos não pratica nenhum tipo de atividade física. Sendo que segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), considera-se uma pessoa ativa aquela na qual pratica três vezes semanais uma atividade física com duração mínima de 30 minutos.

Conforme ACSM (2009), a prática regular de exercício físico possui como seus principais benefícios a redução de gordura subcutânea e visceral, melhora da capacidade cardiorrespiratória, da sensibilidade à insulina e metabolismo da glicose, melhora do perfil lipídico (aumento do HDL e redução do LDL e colesterol total), controle da pressão arterial e entre muitos outros resultados positivos.

Dentro de uma sessão de atividade física existem cinco grandes princípios – o princípio da individualidade biológica, o princípio da adaptação, o princípio da sobrecarga, o princípio da continuidade, o princípio da interdependência volume-intensidade (TUBINO, 1984) – que todas essas devem estar relacionadas quando um profissional da área pensa em planejar e prescrever algum exercício físico para um indivíduo.

É de se levar em consideração em uma prescrição de treinamento o número de exercícios feitos na sessão, séries e repetições; os intervalos de recuperação entre séries e exercícios; frequência semanal; os ajustes periódicos de carga; ordem de execução dos exercícios faz com que sejam determinados os benefícios gerados pelo estímulo dessa modalidade pela prática (SIMÃO et al., 2005).

Avaliando o mercado fitness no mundo, a tendência no avanço da supervisão individualizada (Personal Trainer) tem se mostrado através da literatura, uma maior eficácia no acompanhamento de indivíduos que almejam uma prática regular de exercícios físicos com maior segurança e individualidade. (PINHEIRO, 2000). Porém é uma busca diária do profissional da área motivar os seus clientes, por meio de aulas dinâmicas, atendimento de excelência, aulas ao ar livre (praças, parques, etc) e até mesmo o próprio

atendimento em domicílio. Muitos clientes buscam pela comodidade ao contratar um serviço de personal trainer, visto que é firmado um compromisso de dias e horários semanais para essa prática orientada junto ao profissional. Essa é só mais um dos tantos atrativos do serviço personalizado, frente aos atendimentos em massa de grandes academias.

Existe um desafio diário do personal em não só motivar o seu aluno em aula, mas também otimizar a sessão de treinamento, adequando ao perfil, humor e disposição do seu aluno diariamente. Com isso, o profissional tem de estar capacitado a atender diversos perfis. Acerca dessa temática, Zarifian (1999) ressalta que o indivíduo competente, dentro do mercado de trabalho, necessita de consciência para lidar com o improvável, tomando domínio de conceitos teóricos como: comunicação, entendendo o outro e buscando o compreender; e em questão de atendimento, sabendo o empregado se mobilizar, integrar e transferir seus conhecimentos por meio de uma sequência lógica.

O ambiente de atendimento de um personal trainer pode variar, desde a orla de uma praia – trabalhando com corridas, exercícios com peso corporal ou materiais acessíveis – até uma academia *indoor* – trabalhando com aparelhagem de última geração no mercado. Porém, cada ambiente exige um certo posicionamento do profissional frente ao cliente, visto que a primeira apresentação do personal trainer é o seu corpo. Com isso, o seu modo de vestir, seu modo de se comunicar e outros aspectos ligados à imagem deste indivíduo, podem ser fatores decisivos para a captação de um novo cliente, fato que gera certa discussão nos dias atuais.

A atividade física pode entrar como um meio para a melhora do bem estar da população, visto que seus benefícios perpassam também a liberação de hormônios de prazer, como indicado pela National Health and Nutrition Examination Survey (1988). Estudos realizados por Maron, Gohman e Aeppli (1998) – chamado de “Health Insurance Plan”, em Nova York – apresentou, pela primeira vez, que a incidência de morte cardíaca súbita e de infarto letal era mais recorrente entre indivíduos inativos.

Segundo Reyneke (2009), existe hoje em dia uma grande expansão de hábitos alimentares saudáveis e acesso ao sistema de saúde de maneira crescente, porém muitos ainda buscam relaxar e aliviar seu estresse em meios

como cigarros e bebidas alcoólicas para suportarem sua rotina. Para combater os problemas citados por Reyneke (2009), o crescimento do segmento fitness vem para aumentar os praticantes de atividade física no mundo.

Segundo Guiselini (1993), o termo “fitness” refere-se às capacidades exigidas para um envolvimento confortável e produtivo nas atividades diárias para obter resultados no âmbito da saúde. Através de propagandas, nos meios de comunicação – internet de maneira avassaladora – o conceito fitness vem para conscientizar a busca pelo bem estar, saúde e estética. Esse segmento envolve grandes redes de academias nacionais, marcas de suplementos alimentares, profissionais da área da Educação Física e muitos blogueiros que se utilizam da internet para divulgarem marcas e patrocinadores da área fitness.

Mediante a todos esses fatores citados anteriormente, pensa-se sobre a busca pelo corpo perfeito e uma simetria estética. Toda essa temática, abre uma discussão sobre a beleza corporal e o artificial, aderindo a um padrão corporal pré-estabelecido como referência de saúde e qualidade de vida. Segundo Adami et al. (2005), a atividade física está na sociedade como meio de desenvolver habilidades e capacidades tanto físicas, quanto mentais e sociais. Ou seja, a atividade física implica em muito mais aspectos que vão além da prática e do culto ao corpo.

Em contraponto a esse universo de bem-estar físico e mental, saúde e estética, a falta de tempo para a prática é uma das mais rotineiras para a não realização de exercícios regulares em parques, praças, academias ou ginásios esportivos. Com isso, muitas pessoas procuram o auxílio de um profissional na área para melhor orientação da prática, firmando um compromisso com ele, como já citado anteriormente no trabalho.

A atividade física em um contexto de grandes metrópoles, pode entrar também como um meio de socialização e prática de bem-estar mental, uma vez que Aragão, Dantas e Dantas (2002), indicam que praticar atividade física com um atendimento exclusivo representa também uma oportunidade de inter-relacionamento social.

Um dos fatores que este trabalho também visa entender, é o questionamento acerca de até que ponto o fator social (inter-relações) pode

contribuir para a motivação de um aluno (tanto para permanência a longo prazo na prática, quanto ao rendimento do indivíduo no treino em si).

Muito do que se espera de um profissional de Educação Física é que ele desperte no indivíduo não só o desejo de iniciar uma atividade física, mas sim, da permanência nesta prática. Com isso, o personal trainer também vive um desafio em não só captar novos alunos, e sim, reter esse aluno duradouramente em uma prática de atividade física. Isso não só para o lado financeiro do profissional, mas também para a qualidade de vida do seu cliente.

Seguindo esse ponto de vista, a influência de fatores psicológicos deve ser considerada importante, uma vez que muitos psicólogos do esporte buscam estratégias para encorajar pessoas sedentárias a se engajarem em uma atividade física (WEINBERG; GOULD, 2008; 2017). Assim, o presente estudo vem de encontro a análise de pesquisas para entender fatores psicológicos dentro do treinamento personalizado.

2. JUSTIFICATIVA

Uma vez que o atendimento personalizado tem crescido junto ao mercado fitness, a realização deste trabalho vem a acrescentar para dar informações e conceituar pontos fundamentais de um bom profissional na área para atuação frente ao mercado.

Outra justificativa está na competição das grandes academias frente ao atendimento personalizado (personal trainer), visto que por razões econômicas o cliente acaba migrando para planos mais baratos, porém com serviços de baixa qualidade. Desse modo, o personal trainer acaba perdendo clientes por não utilizar dos diferenciais de atendimento a seu favor.

3. OBJETIVO

O trabalho possui como principal objetivo trazer dados e estratégias para o personal trainer manter o seu cliente motivado com a prática da atividade física personalizada e assim, aumentar o número de captação de novos alunos, sendo realizado por meio de levantamentos bibliográficos.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Buscando alcançar os objetivos previamente traçados, o presente estudo conta com uma pesquisa com delineamento de revisão documental e bibliográfica, procurando, selecionando e estudando artigos científicos, matérias disponíveis pelas mídias tradicionais e eletrônicas, reportagens em revistas e jornais, livros, dentre outros que sejam possíveis de abordar o tema abordado no estudo, como sugerido por Gil (1994), em que a pesquisa pode ser realizada por meio de material já existente/publicado.

Foram utilizadas as seguintes palavras-chaves e operadores booleanos em português e inglês, visando a busca específica acerca do tema proposto neste estudo:

- Português: Motivação OU Aspectos motivacionais E treinador pessoal E atividade física.
- Inglês: Psychology OR Psychological aspects AND Personal training OR Personal trainer AND Physical Activity.

As buscas foram feitas nas bases de dados: PubMed, Catálogo Athena (biblioteca UNESP), Google Acadêmico, Lilacs e Scielo, considerando-se um período dos últimos 16 anos (2001 a 2017). Além disso, só foram incluídos trabalhos redigidos nos idiomas português e inglês.

O motivo do método de revisão bibliográfica e documental ser adotado, é devido ao tempo ser hábil para iniciar a pesquisa e estudo mais aprofundado acerca da temática abordada no trabalho, posto que o estudo não minimiza e nem diminui o foco do assunto aqui abordado.

Os padrões da pesquisa qualitativa foram utilizados e respeitados, estes que são vigentes para a realização de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no IB-CRC.

Mediante aos levantamentos feitos com os materiais acerca da temática proposta, houve uma análise cuidadosa e pertinente aos olhos do autor do trabalho, visando cumprir com os objetivos citados anteriormente no trabalho.

5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Frente a toda mudança dentro do mercado fitness, de competições e concorrência cada vez maiores em busca de novos clientes, que por um lado vemos o serviço mais individualizado e pelo outro, a busca de redes de academias buscando por todos os caminhos captar o maior número de alunos. Nessa busca, a diferença de tíquete médio entre personal trainer x rede de academias, chega a ser o fator mais notável. Porém, será que a diferença está somente no preço cobrado por essas duas empresas? Ou o serviço de atendimento é amplamente diferente?

Como já citado anteriormente no trabalho, a figura do personal trainer caminha por um âmbito multidisciplinar, que considera entre os principais deles, a Educação Física – associada à prática da atividade física em si – a Nutrição – visto de suma importância a qualidade da alimentação para um estilo de vida saudável – e sobretudo, a Psicologia – uma vez que o profissional procura entender diariamente o estado mental e emocional do cliente em cada sessão.

Esse estado mental do cliente, deve ser observado e irá nortear, muitas vezes, como será sua sessão de treinamento naquele dia.

Com isso, se faz necessário aprofundar e identificar elementos fundamentais da Psicologia do Esporte, dentro de um atendimento personalizado. Segundo Tutko e Richards (1984), o principal papel que o treinador desempenha é o de motivador. Visto por essa visão, o personal trainer, dentro e fora de uma sessão, pode estar diretamente ligado a fatores motivacionais de seu aluno.

5.1 Motivação

Segundo Balbinotti, Saldanha e Balbinotti (2009), a pesquisa sobre motivação é profundamente estudada na literatura, porém não parece ser equívoco afirmar que existe muito ainda para explorar sobre o assunto. Com isso, é interessante salientar que a literatura vem apresentando diferentes

lentes sobre o termo motivação, dependendo assim da teoria e a intenção a ser utilizada.

Em resumo, pode-se definir motivação como a intensidade do esforço e a direção do comportamento humano. Para Samulski (2002 p. 23), “a motivação é caracterizada por processo ativo e dirigido a um objetivo, no qual depende de diversos fatores pessoais (intrínsecos) e ambientais (extrínsecos)”. Isso também é tratado no meio da atividade física e do esporte, como produto de um conjunto de variáveis sociais, ambientais e individuais que determina a eleição de uma modalidade física ou esportiva e a intensidade da prática dessa modalidade, que determinará o rendimento (ESCARTÍ; CERVELLÓ, 1994).

Para Franco (2002, apud BITTENCOURT, 2006), existem dois conceitos de motivação, a motivação intrínseca e a motivação extrínseca. A primeira é vista como o motivo que vem de dentro da pessoa. É algo que ela gosta de praticar, ou seja, um desejo que vem do íntimo. Já a motivação extrínseca é o contrário, é algo da necessidade externa da pessoa. Ela realiza algo apenas para alcançar um objetivo maior.

Para Frost (1971) a conduta é causada e direcionada por combinações de motivos e emoções, alguns internos e outros externos, alguns de cunho genéticos e outros ambientais, alguns conscientes e outros inconscientes, alguns individuais e outros sociais, etc. Analisando esse raciocínio de Frost (1971), entende-se ainda mais a importância de um profissional “multi capacitado” para entender não só a parte física do seu cliente, e sim, também seu aspectos individuais, advindos de vivências e experiências passadas para a formação da sua motivação.

Uma vez integrado esses conhecimentos apresentados anteriormente, começa-se a pensar em como poder trabalhar conceitos motivacionais com os indivíduos. Ferramentas de como estruturar uma meta de qualidade de vida a curto e longo prazo com um cliente; maneiras de instigar a melhora aula a aula de capacidades físicas; trabalhar o despertar ao exercício físico diariamente – mesmo o aluno estando fora do ambiente com seu personal; criar um ambiente prazeroso para a prática; potencializar e personalizar a sessão de treinamento de acordo com a especificidade de cada cliente; dentre outros possíveis fatores a serem acrescentados e estudados pela literatura.

5.2 Dimensões Motivacionais

Existem algumas características do comportamento saudável, como a prática regular de exercícios físicos, porém muitos integrantes de programas de atividades físicas também se interessam em atingir sua meta do controle do peso ideal, ou até mesmo controlar a ansiedade e estresse. A participação em atividades física está entre um dos comportamentos relativos à saúde que se as pessoas se dispõem a mudar (COSSENZA, 1996).

O indivíduo que busca o trabalho personalizado pode estar fazendo por diversos motivos. Vemos que a saúde é um fator extremamente relevante nesse caso. Sabendo desse fator de motivação do cliente é de se compreender que existem muitos motivos relacionados à saúde que devem ser estudados. Afinal, o cliente que tem o interesse de realizar um treinamento com um personal trainer com objetivo de saúde, pode estar interessado por: emagrecer; querer sair do estado de inatividade física; prevenção de doenças metabólicas; estresse e ansiedade; obter qualidade de vida e entre outros fatores.

O fator motivacional do aluno de personal trainer que busca a saúde ocorre em indivíduos que antes de qualquer coisa procuram uma qualidade de vida e almejam deixar o sedentarismo de lado, fato este, que cada dia vez mais cresce na sociedade atual, devido aos comodismos do dia a dia em que vivemos.

Segundo Sarkis (2009), progressivamente e inconscientemente, com as conquistas eletrônicas da sociedade, a população está sendo induzida a não se locomover – elevadores, escadas rolantes e as demais tecnologias que poupam o ser humano de um esforço físico. Por esse motivo, a comodidade ao optar por um serviço que o atenda em dias e horários marcados são motivantes para grande parte da população.

Por fim, existem muitas razões voltados para a saúde que levam um indivíduo a buscar um personal trainer que individualize seu treino e adapte a sua vida diária. Não se pode pensar no dia a dia em evitar as tantas doenças sem que, antes se inclua a atividade física como fator mais importante do que as medidas gerais de saúde.

5.3 Conceituando Personal Trainer

Levando em consideração o cenário de grandes metrópoles, na qual o estresse, o caos e o trânsito são assuntos rotineiros na vida da população, o ser humano busca no seu pouco tempo de lazer, uma atividade que lhe proporcione prazer. Seja ela, em sua maioria, ficar em casa frente à televisão, assistindo filmes, seriados e programas que mais lhe agradem.

Visto isso, o sedentarismo é acompanhado por hábitos alimentares ruins e uma rotina péssima de sono. Todos esses são fatores que contribuem para uma cascata de eventos que podem gerar a obesidade – número que já chega a 18,9% (BRASIL, 2013).

Desta forma, o ser humano tende a permanecer em uma atividade na qual ele tenha o menor gasto calórico possível, evitando assim o esforço de se exercitar. Uma vez que seu deslocamento até o trabalho ou demais lugares acontece com um automóvel, e muitas vezes passa seu dia todo sentado, o ser humano tende a permanecer sedentário.

Todo esse desenvolvimento tem seu lado negativo, ou seja, maus hábitos alimentares e sedentarismo levam à obesidade. Que segundo dados da ACSM, (2009) aproximadamente 1/3 da população adulta dos Estados Unidos é obesa. Dessa maneira, o controle do peso dos norte americanos tem se tornado uma importante meta na saúde pública.

Como já citado no trabalho anteriormente, a falta de tempo vem sendo uma desculpa frequente dos indivíduos para a prática de atividade física regular. Por isso, surgiram algumas formas de facilitar e dar mais comodidade à população – o treinamento individualizado.

Porém, sabemos que o treinamento individualizado já é antigo, como informa Cossenza (1996, p. 9):

[...] são milhares de anos segundo registros históricos na Grécia Antiga, quando soldados eram orientados por seus comandantes a marchas e corridas em pântanos, montanhas, como treinamento físico para estarem aptos a enfrentar constantes batalhas de guerra muito comum naquela época [...].

Estes podem estar relacionados à manutenção ou melhora das capacidades físicas; ao alcance de resultados mais positivos em relação à estética; à necessidade de motivação para a prática de uma atividade física estruturada, seja por cansaço ou por não estarem acostumados à prática rotineira de exercícios físicos, ou ainda, por visarem um acompanhamento mais eficaz durante a prática deste tipo de atividade, o que se traduz em necessidade de orientações mais seguras (MOTA, 2002).

Dessa maneira, o treinamento personalizado foi tomando proporções maiores e se adaptando para a atualidade. Com isso, a área da Educação Física teve que se desenvolver e acompanhar esses avanços da sociedade com a preocupação com a saúde e estética. E o profissional da área cada vez mais aperfeiçoa-se com cursos, métodos, pesquisas e planejamentos de treinos com serviços de qualidade para atender grandes nichos. Dentre tantas possibilidades que o mercado oferece, muitos buscam o treinamento personalizado como um veículo de corpo saudável e perfeito para atingirem seus objetivos (GARAY; SILVA; BERESFORD, 2008).

Segundo Cossenza (1996), iniciaram algumas campanhas para incentivar a mudança de hábitos com foco na atividade física feita de maneira sistemática ao longo da vida, principalmente a partir dos trinta anos de idade, uma vez que o estresse físico e psicológico pode afetar a qualidade de vida da população.

Para Oliveira (1999), o personal trainer seria o profissional licenciado em Educação Física com qualificação em treinamento desportivo, fisiologia do exercício, anatomia e biomecânica, apto para a prescrição de treinamento físico individualizado. Sendo que o profissional deveria respeitar as individualidades de cada pessoa para prescrição e acompanhamento dos treinos. O profissional também teria como papel fundamental uma mudança na qualidade de vida do cliente, através da prática do exercício, desenvolvendo de maneira dinâmica no funcionamento do corpo físico (SALCEDO, 2010).

Já para O'brien (1999), ser um personal trainer exige uma habilidade tátil, inteligência, treinamento acadêmico, experiência prática, julgamento correto e excelentes habilidades de comunicação. Sabemos também que todas essas características e competências devem ser desenvolvidas pelo profissional para melhor atender seu cliente. Guedes e Guedes (1998) ainda

complementam que o professor de Educação Física deve conhecer sobre conceitos de bioquímica e nutrição, além de características pessoais como: personalidade, higiene, decisão, didática, pontualidade, entre outros.

5.4 Personal Trainer e o cuidado de si

Dentro da análise da motivação, um dos fatores primordiais para o profissional poder ser um intermediador entre a relação cliente (aluno) e bem-estar físico e mental (através do exercício físico), é o próprio profissional estar motivado a realizar essa prática. Para isso, discute-se fatores de liberdade em escolhas; satisfação que de acordo com Foucault (1985) apontam a importância do zelo para consigo mesmo, a apreensão com as perturbações do corpo e da alma e o respeito necessário para consigo mesmo. Partindo dessas ideias, Foucault (2006) apresenta um conceito de cuidado de si, definido por ele como a preocupação consigo, o fato de ocupar-se consigo mesmo.

Outro filósofo, Epicteto define o cuidado de si como “[...] um privilégio-dever, um dom-obrigação que nos assegura a liberdade obrigando-nos a tornar-nos nós próprios como objeto de toda nossa aplicação” (FOUCAULT, 1985, p. 53).

Foucault (2006) escreve que uma das primeiras formas do cuidado de si nas épocas helenísticas e romana, parecia ser a dietética, regime do corpo e da alma. Foucault (1984, p. 93) refere que “[...] o regime é toda uma arte de viver”. Nesse ponto de vista, o regime estava sendo problematizado no comportamento do indivíduo e compreendendo as maneiras exatas da prática do exercício físico, dos alimentos, das bebidas, do sono e particularmente das relações sexuais.

É importante que o personal trainer entenda também que a sua própria saúde vai além da estética, uma vez que o seu corpo não será o mesmo com o passar dos anos, visto que o envelhecimento celular é natural e a manutenção de um padrão estético ficará cada vez mais trabalhoso. Para isso, cabe ao profissional, buscar por um reconhecimento na profissão por meio de seus conhecimentos, para que os clientes não o vejam somente como um padrão físico-estético.

5.5 Personal Trainer na Perspectiva do Marketing

Segundo Rodrigues (1996), o personal trainer é caracterizado por um profissional liberal que vende serviços de aptidão, possuindo como objetivo conquistar clientes, satisfazê-los e mantê-los fiéis à prática de atividades físicas.

Como já citado neste trabalho, o mercado para esse serviço vem crescendo, desde a chegada do mesmo no Brasil (próximo aos anos 80), porém a crescente ocorreu na década de 90 (BARBOSA, 2008). Os motivos de tal crescimento (em 1990) foi decorrente dos avanços nas pesquisas científicas sobre os benefícios do exercício sistematizado e a importância de um profissional capacitado para orientação na prática. (RODRIGUES; CONTURSI, 1998).

Domingues Filho (2006, p. 19), define o treinamento personalizado como:

[...] atividade física desenvolvida com base em um programa particular, especial, que respeita a individualidade biológica. Preparada e acompanhada por profissional de Educação Física e realizada em horários preestabelecidos com finalidade estética, de reabilitação, de treinamento ou de manutenção da saúde [...].

Esse treinamento personalizado ganhou espaço na mídia mundial, após algumas estrelas de Hollywood e do mundo do show business americano adotarem esse serviço de personal trainer, principalmente pela falta de tempo de frequentarem academias e evitarem o assédio dos fãs (DOMINGUES FILHO, 2006). Deliberador (1998) ainda cita o nome de Madonna e Demi Moore como grandes celebridades que contribuíram para que o serviço de personal trainer fosse conhecido aos olhos do mundo.

Para a formação desse tópico “Personal trainer na perspectiva do marketing” foram traçados alguns assuntos de grande interesse do atual mercado de personal trainer como: estratégias de marketing, marketing pessoal, marketing de adesão, captação de clientes, aspectos contratuais, montagem de programas de treinamento e a importante crescente na concorrência nesse mercado da atividade física. Também foram utilizadas referências importantes que contribuíram com esse assunto: “Como me vender

com sucesso” (BARBOSA, 2008, p. 51), “Negócios e assuntos legais” (O’BRIEN, 1999, p. 15), “Atrair e manter uma clientela” (BROOKS, 2008, p.109) e “Marketing aplicado ao personal training” (RODRIGUES, 1996, p. 8).

Observa-se a crescente produção de estudos visando a temática “marketing e personal trainer”. Com isso, nota-se uma mudança no mercado de trabalho, vindo de transformações na nova economia. Rifkin (2001) ressalta as constantes transformações na perspectiva de produção que comandava a era industrial, para uma visão de marketing que passa a imperar na era do acesso.

Na era industrial, era utilizado o uso da força de trabalho braçal, da mão de obra dos operários dentro das fábricas. Já na era do acesso, o emprego é um privilégio das “subjetividades equipadas com as qualidades voláteis mais cotados no mercado de trabalho contemporâneo, tais como criatividade, a inteligência e as habilidades comunicativas” (Sibilia, 2002, p.169). Isso se deve pelo mercado estar exigindo sempre profissionais atualizados e bons entendedores de serviço.

Assim, tudo parece estar enquadrado como mercadoria a ser consumida. Sibilia (2002, p.172) pontua que “no mundo contemporâneo, a vida passou a ser definida como um produto, como uma mercadoria, uma invenção humana”. Mercadorias, produtos e serviços são constituídos de valores condizentes com as ideias as quais as pertence.

Pensando assim, o serviço de personal trainer parece se enquadrar na lógica da nova era como fornecedor de serviço à um treinamento individualizado ao seu cliente. Segundo Rodrigues (1996), o personal trainer está na sociedade como uma “super microempresa” prestando serviço de aptidão e buscando satisfazer os desejos exigidos pelos seus clientes, de modo a permanece-los fiéis a tua empresa.

Seguindo o raciocínio do parágrafo anterior, o conceito de “super microempresa” é formado por uma pessoa apenas, sem nenhum vínculo empregatício com ninguém, sem um próprio local específico de atuação no qual esse profissional tem de arcar com sua própria demanda de público dentro do mercado da atividade física.

A literatura ainda ressalta que a profissão de personal trainer é responsável integralmente pela administração do seu negócio, assumindo assim, riscos com desistências de clientes, a própria vulnerabilidade perante a

própria saúde. O'brien (1999, p. 10) complementa essa informação sugerindo que “quando você trabalha por conta própria, você tem de ser uma série de profissionais ao mesmo tempo: gerente, contador e secretário, assim como provedor de serviço”. Porém, autores como Brooks (2008), ressaltam o estresse que essa demanda de serviços pode trazer.

O gerenciamento da própria empresa “personal trainer” envolve várias habilidades como Bossle (2011, p. 54) discute:

[...] a identificação do público alvo, a captação de clientes, a venda do seu serviço, a execução da prestação do serviço dirigida ao cliente que foi captado, a retenção e fidelização desse cliente e a fixação da imagem da empresa personal trainer para se manter no mercado competitivo da atividade física.

A empresa “personal trainer” é tratada de maneira leve, de um ponto de vista de empresa independente. Segundo Rifkin (2001, p. 42) “o novo mercado do século XXI favorece as empresas ‘mais leves’, onde o valor é medido em ideias em vez dos pesados ativos tangíveis”. O serviço do treinamento personalizado está no campo ideal do atendimento e do poder de gerar sensações boas ao cliente, por meio de competências já citadas anteriormente no presente trabalho.

Essa visão do marketing sobre o personal trainer, encara o profissional de forma integrada, ou seja, a totalidade de seu cotidiano, a sua rotina, seus hábitos alimentares, o seu horário de sono, sua vestimenta e principalmente nos dias de hoje, suas redes sociais. Dessa maneira, “o cliente ganha acesso à experiência especializada e a conselheiros confiáveis que agem em nome dele, muitas vezes como agentes, procuradores ou defensores” (RIFKIN, 2001, p. 85).

A contribuição que o marketing dirigido ao profissional possui é de oferecer ferramentas para que ele reinvente uma tarefa e utilize mecanismos para “repaginar” o serviço, buscando evitar a perda da significância para a sociedade. Também, busca-se trazer também uma certa flexibilidade para adaptar-se às mudanças do mercado de consumo e poder adequar-se a uma nova forma de chegar ao seu público alvo. Como cita Bauman (2005, p. 99) “o espectro da pilha de lixo nunca está distante”, ou seja, para isso, buscar sempre atualizações para evitar o descarte de seu serviço.

Visto esses conceitos, o mecanismo de gerenciar os clientes, alternativas para captação e retenção de alunos e a insistente cobrança por estar a apto a competir com a concorrência com demais profissionais, os fazem ser vistos sob uma ótica de estar sempre buscando a atualização e a excelência no atendimento.

5.6 BUSCANDO A EXCELÊNCIA NO MERCADO DE PERSONAL TRAINER (MECANISMOS)

Segundo um estudo de caso feito por Vilas Boas et al. (2017), após a participação de 28 alunos de personal trainer, tendo os indivíduos de 25 a 70 anos, buscando analisar os fatores mais relevantes que geram um cliente a optar por um serviço com um personal trainer, constatou-se que 54% dos entrevistados têm preferência pelo serviço devido à comodidade e segurança que o profissional lhe oferece. Outros 36% afirmaram ter preferência devido à estética e saúde serem os motivos pelos quais o fazem procurar um profissional capacitado. Os 10% restantes relataram os outros dois motivos anteriormente já citados.

Neste mesmo estudo, também foram levantados alguns motivos pelos quais o indivíduo deixaria de utilizar o serviço de Personal Trainer. Dentre os entrevistados, a maioria deles relatou ser por uma possível falta de tempo e o lado financeiro sendo considerado como um possível corte desse serviço.

Cabe a este estudo, apresentar e despertar formas ao profissional para levar o seu serviço a um nível além do que somente um prestador de serviço na área da atividade física, visto que grande parte da população não gosta de praticar exercícios físicos regulares, cabendo ao profissional de Educação Física utilizar de suas mais variadas ferramentas para a retenção desses clientes, gerando maior interesse à prática dessas atividades e menor evasão das aulas.

Uma das estratégias é tentar ater-se ao relacionamento pessoal com o aluno, de maneira a criar afinidade e laços de amizade com esse cliente. Essa estratégia pode ser utilizada também para a captação de novos clientes, uma vez que o processo de indicações “boca a boca” seria uma das melhores maneiras para aumentar a receita mensal.

Seguindo o pensamento de Vieira (2017), o profissional deve reconhecer que o estudo da parte psicológica do aluno – no estudo tratado especificamente da motivação – deve ser fator determinante para que ele possa criar um programa de treinamento mais eficiente, prazeroso e específico, o que possivelmente atrairá o aluno para as próximas aulas, principalmente se as atividades forem direcionadas para aquilo que o cliente gosta, aumentando o nível de satisfação do mesmo diante das atividades propostas pelo profissional.

Como apresentado durante a revisão bibliográfica, a decisão tomada pelo profissional de Educação Física em atuar como Personal Trainer, requer muitos cuidados e capacidades. Uma delas apresentada aqui, foi a constante atualização, de modo a realizar constantes cursos e especializações – isso tanto na área de marketing e gestão, quanto na parte fisiológica da resposta do corpo ao exercício físico.

Deste modo, o profissional deve se preocupar também com o mercado de trabalho, se atentando aos aspectos relacionados à sua própria saúde e por meio do planejamento do treino para seu aluno, oferecer um serviço de qualidade e atraente ao cliente. Tudo isso, buscando uma maior fidelização e captação de novos alunos, utilizando de ferramentas apresentadas no presente estudo, diminuindo assim, o número de evasão de seus clientes.

Aspectos motivacionais poderão auxiliar o profissional durante todo o planejamento da sessão de treino, desde o primeiro contato do aluno e professor pré-aula, quanto a importância do social durante a sessão de treino e a preocupação e cuidado no período em que o aluno não se encontra na aula. A intenção desta revisão, foi coletar o maior número de ferramentas e elucidar importantes passos a serem tomados para a formação de um profissional de excelência.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após os dados e informações coletadas neste estudo, as reflexões feitas vem de encontro com as vivências práticas e com o que a literatura atualmente está mostrando. É de se concluir que o mercado de trabalho para o personal trainer está crescendo cada dia mais, frente ao mercado fitness que vem a fim de gerar apenas o lucro e que, muitas vezes, não se preocupa com a qualidade do serviço oferecido ao cliente.

Observou-se que alguns autores explicitaram a complexidade que envolve o profissional que atua como Personal Trainer. Ainda, apontam a constante necessidade em atualizar-se e estarem aptos para oferecer um serviço e atendimento de qualidade para os clientes. Para isso, o profissional deve estar capacitado para fornecer diversos tipos de experiências e vivências, visto que cada sessão de treino é encarada como um passo a caminho da saúde, não esquecendo da necessidade de adaptação das tarefas/atividades voltadas para aquilo que o cliente gosta.

Considerando o que diz Oliveira (1999, p.30), temos que o Personal Trainer “com boa dose de criatividade, tornará suas aulas motivantes e com resultados positivos. Tornando-se um profissional diferenciado quando cria condições para o aluno desenvolver a atividade com segurança e prazer”. Pensando isso, vemos que a atuação do profissional vai além da prescrição dos exercícios, e também como visto ao longo do estudo, de fatores que motivem seus alunos à prática da atividade física.

Ainda foi possível constatar que indivíduos que são aderentes ao serviço de um Personal Trainer, geralmente são pessoas bem informadas e que buscam profissionais sérios, que tenham preocupação com o bem-estar e a saúde. Acrescenta-se a isso o equilíbrio que a atividade física exige dos praticantes entre seus interesses na prática e a sua vida pessoal, como: família, vida profissional e lazer.

Estudos ainda relatam a formação do Personal Trainer como educador, ou seja, da importância em reiterar hábitos de alimentação e hábitos rotineiros mais saudáveis pensando a longo prazo. Esse desafio cabe ao Personal Trainer, semeando sessão por sessão de treino, ou seja, diariamente em seu trabalho.

Outra possível consideração a qual tal estudo pode sugerir é o fato de existir maior interesse por parte dos profissionais do fitness em entender aspectos psicológicos dos seus clientes. Por isso, espera-se que o trabalho tenha gerado um interesse ao estudar esses aspectos, sabendo assim, que mais pesquisas são necessárias para o melhor entendimento dos temas abordados no estudo afim do aprimoramento do serviço em geral da área da Educação Física.

REFERÊNCIAS

- ACSM. Position stand: progression models in resistance training for healthy adults. **Med Sci Sports Exerc.**, v. 41, n. 3, p. 687-708, 2009.
- ADAMI, F.; FERNANDES, T. C.; FRAINER, D. E. S.; OLIVEIRA, F. R. Aspectos da construção e desenvolvimento da imagem corporal e implicações na Educação Física. **Revista Digital** - Buenos Aires. v. 10. n. 83, abril, 2005.
- ARAGÃO, J. C. B.; DANTAS, E. H. M.; DANTAS, B. H. A. Efeitos da resistência muscular localizada visando a autonomia funcional e a qualidade de vida do idoso. **Fitness & Performance Journal**, v.1, n.3, p. 29-37, 2002.
- BALBINOTTI, M. A. A.; SALDANHA, R. P.; BALBINOTTI, C. A. A. Dimensões motivacionais de basquetebolistas infanto-juvenis: um estudo segundo o sexo. **Revista Motriz**, Rio Claro, v.15, n.2, p.318-329, abr./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/motriz/article/view/2513/2356>> Acesso em: jun. de 2017.
- BARBOSA, M. **Treinamento personalizado: estratégias de sucesso, dicas práticas e experiências do treinamento individualizado**. São Paulo: Phorte, 2008.
- BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BITTENCOURT, M. P. **A motivação das pessoas de terceira idade para a prática de esportes adaptados**. 2006. 44f. Monografia do Curso de Educação Física, da Faculdade de Educação Física e Ciências do Desporto, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.
- BOSSLE, C. B.; FRAGA, A. B. O personal trainer na perspectiva do marketing. **Rev. Bras. Ciênc. Esporte**. v. 33, n. 1, p. 149-162, 2011.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. **Vigitel Brasil 2013: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. Ministério da Saúde 2014: 120.
- BROOKS, D. S. **O livro completo do treinamento personalizado**. São Paulo: Phorte, 2008.
- COSSENZA, C. E. **Personal Training**. Rio de Janeiro, Sprint, 1996.
- DELIBERADOR, A. P. **Metodologia do desenvolvimento: personal training**. Londrina: Midiograf, 1998.
- DOMINGUES FILHO, L. A. **Manual do Personal Trainer Brasileiro**. São Paulo: Ícone, 2006.

ESCARTÍ, A.; CERVELLÓ, E. La Motivación en el Deporte. In: BALAGUER, I. (Ed.). **Entrenamiento Psicológico en el Deporte: Principios y Aplicaciones**. Valencia: Albatros, 1994. p. 61-90.

FOUCAULT, M. **A hermenêutica do sujeito**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade 2: o uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade 3: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

FROST, R. B. Psychological concepts applied to physical education and coaching. **Journal of Sports**, Springfield, v. 18, p. 121-131, 1971.

GARAY, L. C.; SILVA, I. L.; BERESFORD, H.; O Treinamento Personalizado: Um Enfoque Paradigmático Da Performance Para O Do Bem-Estar. **Arquivos em movimento**. v. 4, n. 1, Janeiro/Junho, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GUEDES, D. P.; GUEDES, J. E. R. P. **Controle do peso corporal: composição corporal, atividade física e nutrição**. Paraná. Midiograf, 1998.

GUISELINI, M. A. Aula de aeróbica. In: GUISELINI, M.; BARBANTI, V. J. **Fitness: Manual do Instrutor**. São Paulo: Clr Balieiro, 1993. 80p.

MARON, B. J.; GOHMAN, T. E.; AEPPLI, D. Prevalence of sudden cardiac death during competitive sports activities in Minnesota high school athletes. **J Am Coll Cardiol**. v. 34, n. 32, p. 1881-4, 1998.

MOTA, J. Envelhecimento e exercício – atividade física e qualidade de vida na população idosa. In: **Esporte e Atividade Física: interação entre rendimento e saúde**. BARBANTI, V. J. Barueri, SP: Manole. 2002.

NATIONAL CENTER FOR HEALTH STATISTICS. **Third National Health and Nutrition Examination Survey**, v. 11, n. 1, 1988.

O'BRIEN, T. S. O. **Manual do Personal Trainer**. São Paulo: Manole, 1999.

OLIVEIRA, R. C. **Personal Training**. São Paulo: Atheneu, 1999.

PINHEIRO, D. R. V. **O perfil do personal trainer na perspectiva de um treinamento físico orientado para a estética, saúde e esporte**. 2000. 175 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ciência da Motricidade Humana, UCB, Rio de Janeiro, 2000.

REYNEKE, D. **Pilates Moderno: A perfeita forma física ao seu alcance**. São Paulo: Manole, 2009.

RIFKIN, J. **A Era do Acesso**. São Paulo: Macron Books, 2001.

RODRIGUES, C. E. C. **Personal Training**. Rio de Janeiro: Sprint, 1996.

RODRIGUES, C. E. C.; CONTURSI, E. B. **Manual do Personal Trainer**. Rio de Janeiro: Sprint, 1998.

SALCEDO, J. F. **Os motivos a prática regular do treinamento personalizado: um estudo com alunos de personal trainer**. Porto Alegre: [s.n], 2010. (Trabalho de Conclusão de Curso) Escola Superior de Educação Física, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <www.lume.ufrgs.br/handle/10183/27743>. Acesso em: 20 mar. 2017.

SAMULSKI D. **Psicologia do esporte: manual para a educação física, psicologia e fisioterapia**. São Paulo: Manole, 2002.

SARKIS, M. **A construção do corredor – Dos primeiros passos à alta performance**. São Paulo, Editora Gente, 2009

SIBILIA, P. **O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SIMÃO, R.; FARINATTI, P. T. V.; POLITO, M. D.; MAIOR, A. S.; FLECK, S. J. Influence of exercise order on the number of repetitions performed and perceived exertion during resistive exercises. **J Strength Cond Res**. v. 11, p. 152-156, 2005.

TUBINO, M. J. G. **Metodologia científica do treinamento desportivo**. 3.ed. São Paulo: Ibrasa, 1984.

TUTKO, A.T.; RICHARDS, W. J. **Psicologia del entrenamiento deportivo**. Madrid: Augusto E. Pila Teleña, 1984.

VIEIRA, J. P. B. **A relevância de uma avaliação do estado psicológico do aluno em uma aula de personal training: uma revisão**. Rio Claro, 2017. (Trabalho de Conclusão de Curso), Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

VILAS BOAS, L. M.; CANAVEZI, L. O.; MORÃO, K. G.; MACHADO, A. A. Fatores motivacionais de um grupo de alunos de treinamento personalizado. In: III Congresso Internacional de Psicologia do Esporte, Desenvolvimento Humano e Tecnologias VI Congresso Nacional e IX Seminário de Psicologia da Motricidade Humana, Esporte, Recreação e Dança, 1, 2017. Rio Claro. **Anais...** Rio Claro, 2017.

WEINBERG, R.; GOULD, D. **Fundamentos da Psicologia e do Exercício**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

WEINBERG, R.; GOULD, D. **Fundamentos da Psicologia e do Exercício**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2017.

ZARIFIAN, P. **Objectif compétence**. Paris: Liaisons, 1999.