



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE – CCBS
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA – DEF
CURSO DE BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA**

DÉBORAH D'AVILA BERNARDO TRINDADE

**ESTRATÉGIAS UTILIZADAS POR UMA PERSONAL TRAINER NO
CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19: UM ESTUDO DE CASO**

**CAMPINA GRANDE
2022**

DÉBORAH D'AVILA BERNARDO TRINDADE

**ESTRATÉGIAS UTILIZADAS POR UMA PERSONAL TRAINER NO
CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19: UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo), apresentado ao Curso de Bacharelado em Educação Física da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Educação Física.

Área de Concentração: Saúde, Desempenho Humano

Orientadora: Professora Morgana Guedes Bezerra

**CAMPINA GRANDE
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

T833e Trindade, Deborah Davila Bernardo.
Estratégias utilizadas por uma *personal trainer* no contexto da pandemia da COVID-19 [manuscrito] : um estudo de caso / Deborah Davila Bernardo Trindade. - 2022.
30 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Educação Física) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, 2022.
"Orientação : Profa. Esp. Morgana Guedes Bezerra, Departamento de Educação Física - CCBS."

1. Exercício físico. 2. Personal trainer. 3. COVID-19. 4. Trabalho remoto. I. Título

21. ed. CDD 796.077

DÉBORAH D'AVILA BERNARDO TRINDADE

ESTRATÉGIAS UTILIZADAS POR UMA PERSONAL TRAINER NO
CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19: UM ESTUDO DE CASO

Trabalho de Conclusão de Curso
(Artigo), apresentado ao Curso de
Bacharelado em Educação Física da
Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito à obtenção do título
de Bacharel em Educação Física.

Área de Concentração: Saúde,
Desempenho Humano

Aprovada em: 01/04/2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof^ª. Morgana Guedes Bezerra (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof^ª. Dr^ª. Jozilma de Medeiros Gonzaga
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof^ª. Dr^ª. Mirian Werba Saldanha

“Certa vez disse um sábio, o silêncio fala muito e não comete erros. Para cada sofrimento seu, para cada dor, lembre-se, você é mais forte tendo fé. Felizes aqueles que acreditam de verdade, eles nunca estarão sozinhos”.

(Guilherme de Sá)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
2.1 A pandemia da COVID-19	8
2.2 Atividades Físicas e COVID-19	9
2.3 Personal Trainer e as Mídias Digitais	11
3.METODOLOGIA	13
4.RESULTADOS E DISCUSSÃO	14
4.1 Perfil da Profissional	14
4.2 Trabalhar na Pandemia	15
4.3 Estratégias Utilizadas	16
5.CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS	20
APÊNDICE A – ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA	25
APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA	26

ESTRATÉGIAS UTILIZADAS POR UMA PERSONAL TRAINER NO CONTEXTO DA PANDEMIA DO COVID-19: UM ESTUDO DE CASO

STRATEGIES USED BY A PERSONAL TRAINER IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC: A CASE STUDY

Déborah D'avila Bernardo Trindade¹

RESUMO

Entre 2019 e 2021, o mundo parou, e o que provocou esse acontecimento inesperado foi um vírus nomeado SARSCoV-2. Este se expandiu com facilidade entre as pessoas e ultrapassou barreiras territoriais e fez com que fosse necessário estabelecer medidas, a fim de conter a disseminação em massa. Uma dessas medidas foi o lockdown, com isso os espaços físicos utilizados para treinar estavam fechados. Dessa forma, as pessoas que praticavam exercícios físicos foram em busca de personal trainers, com a finalidade de se manterem ativas mesmo diante de uma pandemia. Com isso, a pesquisa teve como objetivo identificar as estratégias utilizadas por uma personal, avaliar os aspectos positivos e/ou negativos do uso das mídias ou plataformas digitais, identificar se essas mídias ou plataformas digitais foram utilizadas para promover o marketing pessoal dessa profissional e os impactos financeiros causados durante o isolamento. A pesquisa foi realizada na cidade de Campina Grande, Paraíba e foi classificada como exploratória, com ênfase em estudo de caso e com abordagem qualitativa. Para coletar os dados foi realizado uma entrevista semi-estruturada com 20 perguntas abertas. A análise da entrevista foi estruturada em três partes, a primeira sobre o perfil da profissional, a segunda parte está voltada para o trabalho na pandemia e seus impactos financeiros, e a última, sobre as estratégias utilizadas pela profissional no contexto da Covid-19. Após o relato da participante, foi observado que as mídias digitais foram utilizadas com a finalidade de mantê-la trabalhando, como também, para promover o próprio marketing. Assim, pôde-se perceber que apesar do mundo ter lidado com restrições e mudanças diárias, foi possível manter-se em atividade profissional, pois a sociedade atualmente tem grandes influências tecnológicas o que, de certa forma, facilita a comunicação e a interação entre as pessoas. Portanto, entende-se que a participante obteve êxito nas suas estratégias.

Palavras-chave: Pandemia. Exercício Físico. Personal Trainer. Estratégias.

¹ Acadêmica do Curso de Educação Física Bacharelado, da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), deeborahd91@gmail.com.

ABSTRACT

Between 2019 and 2021, the world stopped, and what caused this unexpected event was a virus named SARSCoV-2. This spread easily among people and surpassed territorial barriers and made it necessary to establish measures in order to contain the mass dissemination. One of these measures was the lockdown, so the physical spaces used to train were closed. In this way, people who practiced physical exercises went in search of personal trainers, in order to stay active even in the face of a pandemic. With this, the research aimed to identify the strategies used by a personal, to evaluate the positive and/or negative aspects of the use of digital media or platforms, to identify if these media or digital platforms were used to promote the personal marketing of this professional and the financial impacts caused during isolation. The research was carried out in the city of Campina Grande, Paraíba and was classified as exploratory, with an emphasis on a case study and a qualitative approach. To collect the data, a semi-structured interview with 20 open questions was carried out. The analysis of the interview was structured in three parts, the first on the profile of the professional, the second part is focused on the work in the pandemic and its financial impacts, and the last part on the strategies used by the professional in the context of Covid-19. After the participant's report, it was observed that digital media were used in order to keep her working, as well as to promote her own marketing. Thus, it was possible to perceive that despite the world having dealt with restrictions and daily changes, it was possible to remain in professional activity, because society currently has great technological influences, which, in a way, facilitates communication and interaction between people. people. Therefore, it is understood that the participant was successful in her strategies.

Keywords: Pandemic. Physical exercise. Personal trainer. Strategies.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos dois anos, entre 2019 e 2021, o mundo parou, e o que provocou esse acontecimento inesperado, foi um vírus filogeneticamente próximo ao coronavírus da síndrome respiratória aguda grave (SARS-CoV), conhecido por ser o agente causador de um surto viral em 2002. O novo coronavírus foi nomeado "SARSCoV-2" pelo International Committee on Taxonomy of Viruses (ICTV) e outros virologistas (D'AVILA *et al.*, 2021). O vírus que no primeiro instante era desconhecido, se expandiu com facilidade entre as pessoas e ultrapassou barreiras territoriais, fez com que fosse necessário estabelecer medidas a fim de conter a disseminação em massa. Uma dessas medidas foi o distanciamento social e, que segundo Dos Santos *et al.*, (2020) proporcionou diversas mudanças no estilo de vida das pessoas, principalmente entre aquelas adeptas da prática de exercícios físicos.

Além do distanciamento social, outras medidas preventivas foram tomadas como, a utilização de máscaras e higienização das mãos e superfícies através do álcool 70%. Essas medidas foram propostas a fim de evitar a

contaminação e a propagação do vírus. Outra medida utilizada foi o lockdown, que traduzida do inglês, significa confinamento. Esta causou impacto em todo mundo, e como descrito por Uliano (2020), na China durou mais de 70 dias, enquanto que no Brasil durou em torno de 50 dias. Afetou tanto na economia, ao ter que fazer grandes comércios e empresas fecharem as portas, como também na saúde, no lazer e na educação. Com isso, as pessoas que buscavam pela qualidade de vida foram atingidas pelo lockdown, pois os espaços físicos as quais utilizavam para treinar, não estavam liberados para uso.

Nesse aspecto, não só pela falta dos exercícios físicos, mas também pela adesão do home office para o trabalho, as pessoas começaram a passar mais tempo sentadas e/ou deitadas, o que contribuiu com o aumento do sedentarismo. E como observou Malta *et al.*, (2020) nos Estados Unidos, houve um aumento no hábito de assistir a televisão (TV) e acessar internet entre adultos durante a pandemia, na Itália e na Espanha, foram identificados resultados semelhantes tanto na participação em transmissões ao vivo, pelas redes sociais, quanto no aumento na instalação de aplicativos de programação de TV.

Esse cenário pandêmico contribuiu para que o uso das mídias e das plataformas digitais passasse a ser mais frequentes, fazendo parte cada vez mais da rotina das pessoas. Segundo Valente (2020) houve o aumento de 15,4 milhões de acessos a tecnologia 4G e 1,6 milhão de acessos ao serviço de banda larga. Esse índice demonstra que o isolamento ocasionou um aumento significativo de acessos à internet.

Com todas essas mudanças que estavam ocorrendo durante o isolamento, o American College of Sports Medicine juntamente com a Organização Mundial da Saúde (OMS), estimulou a prática de atividade física em casa, tendo em vista a importância de um estilo de vida ativo para a manutenção da saúde (FRANÇA *et al.*, 2020). Assim, as pessoas que eram ativas antes do isolamento foram a procura de profissionais que pudessem manter seus treinos em dia para que esse “novo normal²”, não causasse nenhum efeito negativo na sua rotina.

É nesse momento que surge o questionamento sobre quais foram as estratégias que os profissionais de Educação Física, que já atuavam como Personal Trainer, usaram para manter o público ativo no meio de uma pandemia, visto que esses indivíduos além de não utilizarem mais o espaço físico da academia por oferecer risco de contaminação, também ficaram impossibilitados de ter acesso aos aparelhos e equipamentos das academias. Seguindo esse questionamento, além de identificar as estratégias, a pesquisa também tem como objetivo avaliar os aspectos positivos e/ou negativos do uso das mídias ou plataformas digitais como meio de dar continuidade aos treinos e identificar se essas mídias ou plataformas digitais foram utilizadas para promover o marketing pessoal dessa profissional.

Assim a pesquisa irá trazer informações e dados atualizados sobre a temática discutida, por meio do estudo de caso de uma personal trainer que atuou nesse contexto, para que futuros pesquisadores tenham aporte teórico.

² Adaptação. Padrão novo estabelecido durante a pandemia, para dar continuidade ao dia-a-dia.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A pandemia da COVID-19

O novo coronavírus, que teve seus primeiros registros em Wuhan (China), provocou no país, em dezembro de 2019, um surto de doença respiratória altamente contagiosa que se propagou por diversos países no mundo, esta possivelmente apareceu entre um grupo de comerciantes que trabalhavam no mercado de frutos do mar e alguns animais vivos da própria região (SANTOS *et al.*; MIGUEL *et al.*, 2020). Sobre a origem do nome, França *et al.* (2020) explica que a sigla COVID deriva do inglês Corona Vírus Disease, já o numeral 19 faz alusão ao ano em que foram divulgados publicamente pelo governo chinês os primeiros casos da doença.

Com o passar dos dias e através de muita pesquisa, o vírus começou a ser desvendado. Assim como, a sua transmissão, os sintomas e as marcas que deixariam nas pessoas que fossem contaminadas por ele. A transmissão, segundo Santos *et al.* (2020) ocorre, sobretudo, através do contato da mucosa oral, nasal e/ou ocular com superfícies contaminadas pelo vírus, que é liberado por indivíduos infectados através das gotículas expelidas ao tossir e espirrar. A COVID-19 apresenta-se por características distintas, sendo que alguns indivíduos são assintomáticos, alguns possuem sintomatologia leve e outros com aspectos graves que podem culminar em óbito (DAVID *et al.*, 2021).

O fato de o vírus ser transmitido com facilidade, fez com que a doença se espalhasse rapidamente por vários países, e como aborda Miguel *et al.* (2020), esse foi um dos pontos que levaram os sistemas de atendimento médico ao colapso, culminando num número elevadíssimo de mortes.

E assim, no dia 11 de março de 2020, o Covid-19 foi caracterizado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma pandemia (DE ABREU *et al.*, 2020). Atingiu mais de 200 países ao redor do mundo, sendo que no dia 13 de outubro de 2020 já apresentava mais de 38 milhões de casos confirmados e mais de 1 milhão de mortes (GUIMARÃES *et al.*, 2020). Atualmente esses números já estão maiores, ultrapassando 6 milhões de mortes, assim informa o site Our World In Data. Porém, diante do avanço da vacinação, até o presente momento do desenvolvimento dessa pesquisa, a taxa de letalidade diminuiu.

Como aponta Cavalcante *et al.* (2020), no Brasil, os primeiros casos foram confirmados no mês de fevereiro, e diversas ações foram implementadas a fim de conter e de mitigar o avanço da doença. Em 3 de fevereiro de 2020, o país declarou Emergência de Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN). Na metade do mês de abril, poucos meses depois do início da epidemia, no país até então, tinham sido registrados cerca de 21 mil casos confirmados e 1.200 mortes pela COVID-19 (WERNECK E CARVALHO, 2020). Em 11 de janeiro de 2021 acumulava 8 milhões de casos e 203 mil óbitos (MATTOS *et al.*, 2020). De acordo com o Painel de Coronavírus, nos últimos dias de março de 2022, encontram-se mais de 29 milhões de casos e 650 mil mortes.

No próximo tópico, será abordado como as atividades físicas foram afetadas em razão da pandemia, quais as medidas restritivas adotadas com propósito de conter a Covid-19. Assim como, a importância de se manter ativo para diminuir os efeitos do sedentarismo.

2.2 Atividades Físicas e COVID-19

É de conhecimento de todos que a atividade física só traz benefícios para os seus praticantes, pois auxilia na manutenção da saúde mental, no controle das descompensações das comorbidades e no sistema imunológico (PITANGA *et al.*; SANTOS *et al.*, 2020). E, independente de como se manter ativo, Pitanga *et al.* (2020b) afirma em sua pesquisa que é necessário a prática dos exercícios físicos regulares em intensidade leve a moderada, pois além dos benefícios citados anteriormente, tem como função melhorar a resposta leucocitária na infecção por patógenos. Assim concorda Cortez *et al.*, (2020), que é inquestionável o papel da atividade física regular na promoção de saúde e que mesmo em tempos difíceis, como uma pandemia, é importante também na manutenção da qualidade de vida da população. A promoção da saúde, segundo a Carta de Ottawa em 1986 que foi emitida pela OMS, se configura como o processo de capacitação das pessoas para aumentar seu controle sobre e melhorar a sua saúde, com objetivos de atingir um estado de completo bem estar físico, mental e social (TELES; FERREIRA, 2021).

Durante a pandemia da Covid-19, com o aumento de casos e principalmente com o número de óbitos crescendo a cada dia, e com a transmissão cada vez mais rápida foi necessário que houvesse isolamento social. Segundo Souza Filho e Tritany (2020) o Brasil seguiu recomendações e experiências internacionais e adotou o isolamento social como a principal medida de prevenção e controle da doença. Para que essa ação fosse eficaz, as pessoas precisaram adaptar a sua rotina diária, tornando-as restritas a ambientes domésticos, visto que durante esse período, apenas os serviços considerados essenciais, como saúde, alimentação, bancos e abastecimento, estavam liberados para funcionamento. Na Paraíba, tratando-se dos espaços voltados para prática de exercício físico, inicialmente essas restrições duraram em torno de 15 dias, no entanto, foram prolongadas na medida em que fosse necessário, mantendo-se por até 4 meses.

Assim, de acordo com Miguel *et al.* (2020) devido a pandemia e por recomendação da OMS as atividades físicas deveriam ocorrer apenas nesses ambientes. Contudo, a permanência prolongada em casa pode aumentar comportamentos sedentários, o que aumenta o risco e o potencial agravamento das condições crônicas de saúde como: diabetes, hipertensão e doença cardíaca coronária, estas são apontadas como comorbidades para maior suscetibilidade à casos graves acometidos pelo coronavírus (SILVA *et al.*, 2021).

Todavia, há justificativas para que se mantenham as práticas regulares de atividade física – mesmo realizadas em domicílio – para que se preserve o sistema imunológico e, conseqüentemente, os níveis de saúde. Exercícios simples como andar pela casa, levantar e carregar mantimentos, subir escadas ou até mesmo exercícios de fortalecimento, atividades de equilíbrio e controle, alongamentos são implementáveis e favoráveis para manutenção de saúde e ajudam no combate à infecção pelo coronavírus (CHEN *et al.*, 2020). É importante lembrar que, todos esses exercícios devem ser orientados por um profissional de Educação Física, pois a prática dos mesmos sem orientação correta pode ocasionar lesões, como outros problemas.

Apesar de ser uma medida estratégica para a contenção de casos, o isolamento social pode trazer conseqüências negativas não intencionais,

impactando no aumento do sedentarismo e inatividade física da população (SOUZA FILHO; TRITANY, 2020). De modo que, faz-se necessário que exista uma reorganização das atividades do cotidiano da população com vistas a propor hábitos saudáveis diariamente que envolvam tempo de lazer, uma boa alimentação e principalmente a prática regular de atividades físicas, mesmo em ambiente domiciliar (ELESBÃO *et al.*, 2020).

De acordo com a OMS, somente no Brasil, doenças relacionadas ao sedentarismo matam 300 mil pessoas por ano e, no mundo, são aproximadamente 3,2 milhões de mortes anuais em decorrência desse comportamento prejudicial à saúde e qualidade de vida da população (CORTEZ *et al.*, 2020). Com isso, foi sugerido que as atividades físicas ao ar livre deveriam ser reconhecidas como essenciais durante a pandemia da COVID-19 (PITANGA *et al.*, 2020a), uma vez que as academias, centros de treinamentos e studios estavam fechados.

Portanto, novos hábitos foram incentivados, como a prática de exercícios ao ar livre, o deslocamento ativo, além de alongamentos e exercícios de fortalecimento, a fim de manter o corpo em constante movimento (DOS SANTOS *et al.*, 2020). Estas foram incentivadas a fim de manter a população ativa, evitando assim que consequências negativas surgissem em meio a pandemia. E mesmo com essas novas possibilidades a prática de atividade física ainda foi dificultada para muitos, por motivos de que os alunos estariam agora sem acompanhamento de um profissional especializado.

Como descreve França *et al.*, (2020) inevitavelmente, as medidas restritivas que foram adotadas com o intuito de conter o número de mortes por COVID-19, afetaram drasticamente o nível de atividade física populacional. França *et al.* (2020, p.3) também apontam que:

Levando em consideração a individualidade biológica e os cuidados mínimos para uma prática segura e regular de atividades físicas e exercícios físicos que poderão ser melhor orientados por um profissional de Educação Física, é sensato combater o sedentarismo imposto pelo isolamento da COVID-19 em todos os públicos e faixas etárias.

Com todos os acontecimentos estabelecidos pela pandemia, os pessoais tinham um desafio: adaptar a prescrição do treinamento a ser realizado em casa (de forma online) ou em algum espaço ao ar livre. Nesse sentido, para Oliveira Neto *et al.* (2020) há duas grandes barreiras a serem enfrentadas, a primeira é que não há uma variedade de equipamentos disponíveis para treinamento, e a segunda é que o treinamento deve ser realizado à distância, o que dificulta o controle das variáveis. Em relação aos equipamentos, muitas pessoas não têm em suas casas os materiais básicos para realizar os exercícios, ficando restritos a utilizar o peso corporal e improvisar com matérias de uso doméstico, como, cabo de vassoura, garrafas, quilos de alimentos, entre outros. Já sobre os treinos a distância, os personal trainers teriam que utilizar ferramentas tecnológicas a fim de conseguir atender o seu aluno, estas conhecidas como mídias digitais.

Diante disso, no tópico seguinte discutiremos acerca da influência das mídias digitais como ferramenta facilitadora para os personal trainers, visto que, a cada dia que passa, o mundo encontra-se mais tecnológico. Como

também, sobre a atuação do personal trainer no mercado enquanto profissional.

2.3 Personal Trainer e as Mídias Digitais

Como visto no tópico anterior, a situação vivenciada pelo isolamento trouxe um novo desafio para os personal trainers, de modo que o uso das tecnologias foi essencial para esses profissionais. Assim mostra os autores David *et al.* (2021) que são variadas as plataformas que podem ser utilizadas para a prática de reuniões/aulas online para que se mantenha a prática de atividade física orientada. E apesar dessas plataformas, no estudo de Guimarães *et al.* (2020), os Profissionais de Educação Física citam que utilizam as ferramentas tecnológicas de forma auxiliar e não substituta, pois a maioria das plataformas necessita da participação efetiva do profissional, seja na videochamada ou na organização de um planejamento de treino escrito. Para eles, existem pontos negativos, os quais envolvem: o espaço físico, aparelhos auxiliares, seja os smartphones e/ou computadores, como os seus acessórios (microfone, tripé e iluminação) e também a conexão da internet.

Em relação a pandemia, as restrições quanto à atuação presencial dos Profissionais de Educação Física foram recomendadas pela OMS, Ministério da Saúde e algumas organizações científicas da área, como a Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde, Colégio Brasileiro de Medicina do Esporte e Sociedade Brasileira de Medicina do Exercício e do Esporte (GUIMARÃES *et al.*, 2020). Assim, será através da internet e por intermédio das redes sociais, que o personal trainer vai buscar se manter atuante, visto que, no Brasil, embora com características distintas entre as regiões e estados, o decreto 4.310/20 previu o fechamento de centros de movimentação social, como as academias de ginástica e clubes a partir do dia 18 de março de 2020 (GUIMARÃES *et al.*, 2020). Com o decreto estabelecido, os personal trainers ficaram impossibilitados de trabalhar nesses espaços físicos, portanto eles só poderiam usar o espaço doméstico dos seus alunos, até que os decretos locais liberassem os espaços específicos para treinar novamente.

Como aborda Moura *et al.*, (2020, p.2)

É inegável que, no atual cenário, a tecnologia vem exercendo um papel significativo não somente no campo da educação física, mas em diversas áreas profissionais e pessoais. Diversas são as possibilidades e ferramentas que podem ser exploradas para a promoção de exercícios físicos em condições adversas como as enfrentadas na pandemia. Como principais ferramentas podemos encontrar: videoaulas, mídias sociais, web conferências, chats, entre outros aplicativos. Cabe às empresas da área descobrir quais estratégias tecnológicas podem proporcionar a realização dos treinos físicos à distância, e ainda, a otimização do desempenho dos alunos.

Com o passar do tempo, a população com acesso a internet ou mídias sociais está sendo “bombardeada” pela indagação de que a prática de exercícios físicos nos traz benefícios à saúde e, principalmente, a estética corporal (DE TOLEDO; DE CARVALHO ROCHA, 2017). Porém, o que ocorre é que maioria dessas pessoas seguem treinos de famosos, blogueiras ou treinos prontos, e de forma inconsciente, atinge o princípio básico do treinamento

físico: a individualidade biológica, o qual diz respeito à prescrição de forma individualizada. Para essa função, existe o profissional chamado de Personal Trainer.

Sobre o significado de personal trainer, é oriundo do inglês e quer dizer: “personal”= “pessoal” e “trainer = treinador” o que consiste em: treinador pessoal. O “personal trainer” é um profissional formado em Educação Física, capacitado para executar e supervisionar treinamentos dirigidos para a melhoria das capacidades físicas, promovendo a saúde, qualidade de vida e bem-estar (OLIVEIRA, 1999). Este irá trabalhar na maior parte das vezes com exclusividade com o cliente, ou seja, com base na elaboração de programas de treinamento específicos para cada indivíduo, assim, a literatura aponta para o Personal Trainer como especialista nos cuidados com o corpo (GOMES; CAMINHA, 2014). O público alvo desses profissionais engloba pessoas que buscam por estética, atletas, idosos, grávidas, crianças e jovens, obesoardiopatas, diabéticos, doentes respiratórios, doentes neurológicos entre outros (DE SOUSA *et al.*, 2020).

Para Bossle (2009) a excelência do atendimento do Personal Trainer deve ser imprescindível para que não haja nenhuma dúvida sobre suas responsabilidades de atuação, pois ele é considerado uma microempresa que vende serviços de aptidão física e visa conquistar e satisfazer o desejo do cliente, a fim de mantê-lo fiel a empresa. Essa microempresa será constituída por apenas uma pessoa, sem um local fixo de trabalho, que tem como objetivo a prestação de serviços na área de prescrição de exercícios físicos individualizados (SPACOV, 2016).

Atualmente a tecnologia faz parte do dia a dia de qualquer pessoa, seja através dos aparelhos (celular, notebook, smartwatch) ou por estar conectado em alguma rede social, que conseqüentemente, estará interligado com um mundo todo. Foi a internet que acabou trazendo várias inovações para a sociedade, uma delas é que qualquer usuário tem o poder de ser o produtor, o intermediário e o usuário do conteúdo com um alcance universal (MARQUES; VIDIGAL, 2018). Em 2018, dois em cada dez domicílios do Brasil não possuíam acesso à internet (IBGE, 2018). Esses dados são confirmados pelos os autores Munhoz *et al.* (2021) onde apontam que, ainda que haja um expressivo crescimento do acesso à internet pelos brasileiros, essa não é uma realidade em todas as residências.

Na internet, ao expor aos outros sua intimidade, suas experiências e até mesmo seus padrões de consumo, pressupõe-se a promessa de ser visto e assim novas interações vão sendo estabelecidas, aumentando cada vez mais seu ciclo social (SILVA, 2012). As interações sociais são caracterizadas não só pelos conteúdos que são trocados e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto, seja este geográfico, social, político ou temporal, mas também pelo relacionamento que existe entre as pessoas nesse ciberespaço (PRIMO, 2007). De acordo com Silva (2012) é possível encarar a vida cotidiana como uma sucessão de acontecimentos que se desdobram em um espaço bibliográfico: as linhas do tempo ou *timelines*. Nesse sentido, Aguiar (2007) cita que redes sociais são, antes de tudo, relações entre pessoas, estejam elas interagindo em causa própria, em defesa de outra ou em nome de uma organização, mediadas ou não por sistemas informatizados. Logo, são formas e meios de interação que sempre visam algum tipo de mudança concreta na vida das pessoas, no coletivo e/ou nas organizações participantes.

Além dessas relações, as redes sociais também acabam promovendo o marketing do personal trainer, quando estes unem a sua vida pessoal ao profissional, fazendo com que o público se sinta mais próximo e conheça o trabalho que é realizado pelo profissional. Com o aumento da potencialidade das tecnologias de informação, o marketing acaba abrangendo a natureza humana, tornando os indivíduos ao mesmo tempo clientes e mercadoria (BAUMAN, 2005). O campo do *marketing* e da publicidade se apropria desses dados do comportamento do usuário para direcionar produtos e serviços (STOLARSKI, 2017).

Segundo De Sousa *et al.* (2020) o marketing pessoal tornou-se indispensável em qualquer empresa, então no mundo esportivo não seria diferente. No mercado esportivo necessita oferecer serviços que sejam diferenciados para poder se destacar e assim manter seus clientes e também conseguir novos, para serem sobreviventes nessa indústria esportiva. Para o Personal Trainer, o marketing pessoal surge como uma das ferramentas para se alcançar o sucesso profissional, pois engloba os cuidados com a imagem, tornando-se uma ferramenta estratégica essencial no processo de se conduzir com sucesso uma marca pessoal no mundo atual em que vivemos (SPACOV, 2016).

Portanto, fica evidenciada a importância da tecnologia a favor dos Profissionais de Educação Física, uma vez que, é através do uso dos aplicativos que estes conseguirão prosseguir com seus atendimentos e suas aulas durante a pandemia. Assim, essas ferramentas tecnológicas serão utilizadas como estratégia para os personal trainers, como também, irá promover seu próprio “nome” dentro do mercado fitness e assim criar relações e interações com seu público.

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi classificada como exploratória, com ênfase em estudo de caso, com abordagem qualitativa. A pesquisa exploratória tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Seu planejamento tende a ser bastante flexível, pois interessa considerar os mais variados aspectos relativos ao fato ou fenômeno estudado (GIL, 2017). Sobre o estudo de caso, trata-se de uma metodologia aplicada para avaliar ou descrever situações dinâmicas em que o elemento humano está presente. Busca-se apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto (MARTINS, 2008).

Optou-se por esse tipo de estudo para se aproximar mais da realidade de uma profissional que vivenciou o momento discutido pela pesquisa e também por se ter uma convivência diária com a participante do estudo. Em relação a ser uma pesquisa do tipo qualitativa, segundo Flick (2004) essa pesquisa é orientada para análises de casos concretos em sua particularidade temporal e local, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais.

O estudo de caso foi realizado com uma participante, do sexo feminino, de 34 anos, formada no ano de 2013, Bacharel em Educação Física pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). No início da carreira, trabalhou como

gerente e professora de sala de musculação. Residente na cidade de Campina Grande no estado da Paraíba atua há 6 anos como Personal Trainer.

Os critérios de inclusão utilizados na pesquisa foram que a participante fosse maior de 18 anos, Bacharel em Educação Física, que tenha atuado no período da pandemia como Personal Trainer, com alunos na cidade de Campina Grande, Paraíba. E que utilizasse do método de consultoria online.

Para a coleta de dados, foi aplicada uma entrevista semi-estruturada, e de acordo com Minayo (2010), a entrevista no sentido de coleta de informações sobre determinado tema científico é a estratégia mais usada no processo de trabalho de campo. Por ser do tipo semi-estruturada, ela obedece a um roteiro que é apropriado fisicamente pelo pesquisador. A entrevista contava com 20 perguntas, porém, estas eram abertas para que a participante tivesse liberdade de responder livremente e emitir sua opinião sem restrição e teve o intuito de identificar quais foram as estratégias adotadas pela profissional de Educação Física, que atuou como Personal Trainer durante a pandemia, avaliar os aspectos positivos e/ou negativos do uso das mídias ou plataformas digitais como meio de dar continuidade aos treinos, identificar se as mídias ou plataformas digitais foram utilizadas para promover o marketing pessoal dessa profissional, como também quais foram os impactos financeiros causados pelo isolamento na profissão.

Foi realizado um convite para a personal trainer, para que a mesma participasse do estudo de caso da pesquisa. A entrevista ocorreu através de uma reunião criada pela plataforma do Google Meet, a qual foi registrada pelo aplicativo de gravação de tela próprio do smartphone. Posteriormente, foi realizada a transcrição das falas da participante, a fim de obter-se uma análise qualitativa das respostas da entrevista semi-estruturada.

Durante o desenvolvimento da pesquisa foi adotado todos os cuidados éticos, a fim de manter a identidade da participante preservada. O estudo passou pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) com CAAE 53939221.9.0000.5187 e a participante assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise da entrevista foi estruturada em três partes, a primeira tem como título perfil da profissional, cuja finalidade foi reunir informações sobre a personal trainer, participante da pesquisa; a segunda parte está voltada para o trabalho na pandemia e seus impactos financeiros, e a última, sobre as estratégias utilizadas pela profissional no contexto da Covid-19.

4.1 Perfil da Profissional

V. E. M. P, participante da pesquisa, tem duas pós-graduações, uma de Gestão e Marketing em Empreendimentos Esportivos e a outra em Personal Trainer, é certificada desde 2014 pelo Conselho Regional de Educação Física da 10ª Região da Paraíba (CREF10/PB). Trabalha no seu próprio Studio de personal trainer e treinamento funcional, com atendimento voltado para gestantes, pós-parto, emagrecimento e hipertrofia, assim seu público alvo são

as mulheres com faixa etária de 20 a 80 anos. Além de trabalhar no Studio, ela também atende através de consultoria online desde 2015 e pelo aplicativo de treinamento personalizado, chamado Appfit, desde maio de 2020.

A profissional possui cerca de 6 mil seguidores em sua rede social, Instagram, é conhecida no meio por incentivar seu público a buscar qualidade de vida e sua melhor versão. É uma profissional bastante ativa, praticante de Boxing training, da musculação e amante do Beach Tennis, de bike e ainda se arrisca no balé. Antes da graduação, já trabalhava auxiliando professores nas colônias de férias, em um clube da cidade.

4.2 Trabalhar na Pandemia

Sobre a pandemia da covid-19, algumas questões foram levantadas, com a finalidade de entender como a participante vivenciou esse processo de isolamento e fechamento dos espaços físicos para a prática de exercício físico. Inicialmente foi questionado se diante do contexto pandêmico ela teve medo de ser contaminada, sua resposta foi:

Acredito que assim como a maioria das pessoas, as primeiras semanas, os primeiros dias da pandemia, foi aquele choque, e aí fiquei em casa com aquela paralisação total de ficar sem saber o que fazer, porque eu acreditava que as coisas iriam voltar ao normal, porém não voltaram (V.E.M.P).

Com a expressão dada por ela de não saber o que fazer, outras questões foram discutidas, uma delas foi sobre dar continuidade ao trabalho que ela executava. No que diz respeito a continuar o seu trabalho, a participante respondeu que:

Apesar dos primeiros quinze dias não ter feito nada de diferente, fiquei só em casa e mandava alguns treinos no grupo do WhatsApp das alunas, filmava o treino, e quem quisesse fazer, fazia e quem não, tava tudo bem também (V.E.M.P).

Como descreve Chen *et al.* (2020) no período de distanciamento social, o acesso aos profissionais de forma online, aplicativos e vídeos seguros foi uma alternativa para manter e estimular a prática de atividade física da população. Assim como sugeriu o autor, inicialmente a personal trainer recorreu ao aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp para continuar com seus atendimentos através de vídeo-aulas gravadas.

Os outros questionamentos foram em relação ao impacto financeiro e sobre atrair novas alunas, e ela comentou que:

Ao realizar uma das três estratégias, que foi a montagem e venda dos kits esportivos, eu consegui atrair mais alunas do que antes da pandemia e conseqüentemente o retorno financeiro foi maior do que se estivesse mantendo as mesmas cinquenta alunas (V.E.M.P).

No que se refere a evasão das suas alunas, quando questionada, ela cita que “no primeiro mês ficaram apenas doze alunas, e antes da pandemia eu tinha cinquenta, a tendência era diminuir se eu tivesse continuado apenas com as aulas no grupo”. De acordo com Miguel *et al.* (2020) devido a evasão dos

alunos durante a pandemia, o atendimento personalizado caiu aproximadamente 58,3% e o atendimento não presencial, modalidade denominada de consultoria online, caiu em torno de 28,2%. Esses dados demonstram que após o início da pandemia, houve sim evasão de alunos praticantes de exercício físico, concordando assim com um dos resultados obtidos através da entrevista. Miguel *et al.* (2020) também aponta que as mulheres interromperam mais as atividades que os homens, 68% em relação a 32% respectivamente, ou seja, torna-se ainda mais significativo esses dados, visto que, a personal trainer tem o público do seu estúdio voltado para as mulheres.

No próximo tópico, foram realizados alguns questionamentos sobre as estratégias, de forma mais específica, onde a participante conseguiu expor de forma detalhada como ocorreu cada uma das estratégias desenvolvidas por ela. Também foi abordado outro ponto, que foi sobre o manuseio das mídias digitais.

4.3 Estratégias Utilizadas

Durante a entrevista foi introduzida à problemática central do estudo, onde se abordou questões sobre quais estratégias foram utilizadas pela personal trainer durante a pandemia, especificamente no período do lockdown, como também quais plataformas digitais ela utilizou, e por fim, sobre a eficácia da consultoria online. Ao ser questionada sobre as estratégias utilizadas para dar continuidade ao seu trabalho e conseqüentemente, manter alunas ativas, ela respondeu:

Eu utilizei de três estratégias. A primeira foi quando percebi que não ia voltar tão cedo a abrir o estúdio, eu comecei a emprestar materiais e equipamentos do meu estúdio para as minhas alunas treinarem em casa, mas dessa vez eu fazia chamada de vídeo dentro do horário agendado por uma quantidade de alunas. Geralmente passava o dia inteiro dentro do estúdio realizando essas aulas em tempo real (V.E.M.P).

O mercado *fitness* foi um dos setores profissionais afetados durante a situação pandêmica ocasionada pelo novo coronavírus (RIBEIRO, 2020), assim em seu estudo os autores Júnior, Mendonça e Toscano (2020) mostram que resultados de uma pesquisa anual do *American College Of Sports Medicine* (ACSM) com profissionais da área do fitness, sobre tendências de consumo, apontaram que *wearable technology* (tecnologia vestível, em uma tradução literal) como primeira colocada para 2020 num ranking com vinte tendências e, posteriormente foram incluídas outras terminologias como: *online training* e *mobile exercise apps*, mostrando uma tendência de crescimento nesse mercado.

Após o surgimento da covid-19, houve uma mudança no estilo de vida da população, assim afirma Thompson (2021) ao expor as tendências mundiais de condicionamento físico para o ano de 2021, mostrando que a prática de atividades ou exercícios físicos se relacionava com as novas metodologias, integrando-se assim ao crescimento da tecnologia. Observa-se que o treinamento online estava na 26ª posição em 2020 e subiu para 1ª no ano seguinte, ou seja, esse resultado é reflexo da influência da pandemia.

Seguindo esse viés, assim como a personal, Moura (2020) obteve resultado semelhante em sua pesquisa, onde centros de treinamento definiram horários específicos em que as aulas aconteceriam ao vivo, onde o aluno que treinava as 6 horas da manhã, não poderia assistir as aulas das 10 horas. Para ele, com o isolamento social houve facilidade da disponibilização de treinos online, pois eliminava gastos de tempo com deslocamento e também tinha como possibilidade, o aluno se adequar ao melhor horário disponível.

Após comentar sobre a primeira estratégia, a personal deu continuidade ao assunto:

Com isso, surgiu a segunda estratégia, a oportunidade de usar um aplicativo que eu já tinha de consultoria online, porém ainda não tinha utilizado pois estava “guardado na gaveta”, no aplicativo eu gravava os vídeos com as execuções dos exercícios, montava os treinos e vendia através do Instagram. Nesse momento eu consegui atingir além do meu público. E foi durante uma consultoria através desse aplicativo que uma cliente nova perguntou se eu tinha material pra vender para ela realizar os treinos, e eu disse que tinha mesmo sem ter nenhum, já que os meus estavam emprestados. Assim surgiu a terceira estratégia, que foi a ideia de comprar materiais para montar kits esportivos, e foi nesse período que eu consegui ter mais retorno financeiro, por essas vendas atingir uma quantidade enorme de pessoas. Os kits eram compostos por colchonete, anilha, mini band, kettlebell e halteres. Com isso, eu acabava fazendo a “venda casada” que era os kits mais o aplicativo (V.E.M.P).

Segundo Guimarães *et al.*, (2020), para que esses profissionais continuassem orientando à prática de atividades e exercícios físicos de seus alunos/clientes, de forma segura, uma das estratégias era migrar as aulas e acompanhamentos para as plataformas digitais, assim foi realizado pela participante desse estudo. Observando a explicação dada por ela através do questionamento principal dessa pesquisa, foi possível identificar as plataformas digitais que ela utilizou, estas foram: WhatsApp, Instagram e o aplicativo de treinamento, para realizar as consultorias online.

Sobre consultoria, o Conselho Regional de Educação Física (CREF) cita que ela está descrita na Resolução CONFEF nº 312/2015, a qual compete ao Profissional de Educação Física, especialista em Treinamento, no artigo 5º, no VI item, que pode prestar serviços de consultoria, auditoria e assessoria na área de especialidade. Assim, ao utilizar da consultoria, a participante estava de modo geral legalmente amparada. E foi essa a segunda estratégia de V.E.M.P, usar um aplicativo de treinamento para as suas consultorias online. Para o Personal Trainer que presta o serviço de consultoria online, o recomendado é que o aluno já tenha noções básicas de treinamento. Ele deve procurar o instrutor para ter uma orientação mais específica, evoluir com o treino, mudar os exercícios, cargas e repetições (KURYLO, 2016). Portanto, esse serviço não é indicado para iniciantes.

Nessa perspectiva, Oliveira Neto (2020) mostra que foi possível verificar na internet o crescimento na busca por “treinamento em casa” por parte da população em todo o mundo durante o isolamento social e respectivo fechamento das academias de ginástica, centros esportivos, parques públicos e orlas durante a pandemia. Com isso, a sociedade teve que buscar se adaptar ao meio, e o meio se adaptar a realidade que acontecia naquele momento, em todo o mundo.

Quando questionada sobre como utiliza as mídias digitais para promover o seu marketing pessoal, ela respondeu que “eu mesma que faço tudo no meu Instagram, vida real, assim tento atrair pessoas para o instagram, pois o meu é um só, tanto o pessoal quanto profissional do Studio e nunca pensei em dividir”, essa opção acaba também sendo uma estratégia, visto que, aproxima o público da profissional, assim V. E. M.P continua explicando “quanto mais o público se sente próximo a mim, por mostrar a relação com minha filha, o meu treino e o dia-a-dia, eles chegarão aqui no Studio com a sensação de serem meus amigos, assim como quem já está aqui todos os dias”. O resultado de uma pesquisa realizada em João Pessoa por Toledo e Carvalho Rocha (2017) mostra que 76,7% dos Personal trainers são seu próprio consultor quando se trata do marketing, e não buscam terceirizar, para eles o marketing a moda antiga, o boca a boca, era a maior fonte de divulgação de trabalho.

Ainda sobre o assunto abordado, a personal finalizou falando,

Eu usei muito o Instagram na época que estava tudo fechado, lá eu mostrava os kits chegando, embalando os kits, cortando e confeccionando os colchonetes, então eu mostrava o passo a passo da montagem dos kits, também mostrava como eu gravava os vídeos para o aplicativo. Mostrava o início do dia, eu me maquiando até o momento do último vídeo do dia, onde eu estava sem aguentar mais. Filmava os bastidores, os equipamentos no chão, então era tudo em tempo real. Printava a tela das alunas treinando em casa com cabo de vassoura, garrafa de desinfetante, mostrava tudo. Assim o público ficava mais próximo, as pessoas perguntavam dos kits, da consultoria, no fim, tudo era convertido em vendas.

Dessa forma, após o relato da participante, pôde-se perceber que apesar do mundo ter passado por período de isolamento social e ter lidado com restrições e mudanças diárias, foi possível manter-se em atividade profissional, pois atualmente a sociedade tem grandes influências tecnológicas, o que de certa forma, facilita a comunicação e a interação entre as pessoas. Assim, foi nessa perspectiva que a participante obteve êxito nas suas estratégias.

5. CONCLUSÃO

Após vivenciar o cenário de pandemia e passar por várias restrições, as quais estavam relacionadas diretamente com funcionamento dos espaços físicos usados tanto pelos profissionais quanto pelas pessoas que treinam, e por entender que manter-se ativo e, conseqüentemente, estar com o sistema imunológico fortalecido seria benéfico no combate ao Covid-19, os praticantes de exercício físico que estavam impossibilitados de ir para academia ou centros de treinamentos, buscaram auxílio dos personal trainers, pois os treinos daquele momento em diante, seriam realizados em casa.

Dentro desse contexto, a pesquisa buscou identificar a partir do estudo de caso, a forma como os profissionais de Educação Física, especificamente, a participante conseguiu permanecer trabalhando enquanto passava pelo processo do isolamento social. Inicialmente, foi realizado apenas gravações de vídeo-aulas, que eram mandados para o grupo do Studio, no whatsapp. Com o passar dos dias, percebeu-se a necessidade de usar equipamentos e estes foram emprestados as alunas. Depois veio o uso do aplicativo, e logo em

seguida a produção dos kits esportivos. Todos os passos dados por ela foram em função das mídias digitais: whatsapp, instagram e appfit. Assim, observa-se que foram utilizadas três estratégias pela personal do estudo: plataformas digitais para continuar com as aulas, emprestar os equipamentos do Studio e vender kits esportivos.

Foi observado que, por vivermos em uma era totalmente tecnológica foi possível usar dos recursos digitais para executar as estratégias, e de forma positiva a personal deu continuidade a sua profissão, assim como, pôde obter maior retorno financeiro nesse período. Além disso, analisou-se que essas ferramentas também foram utilizadas para promover o marketing pessoal da participante, pois durante todo o isolamento social, ela mostrava sua rotina no Studio, o treino das alunas, a montagem dos kits, e esse comportamento aproximava o público, e conseqüentemente, atraía para o seu trabalho.

O processo da pesquisa possibilitou a pesquisadora um maior entendimento do contexto da pandemia, e principalmente sobre como proceder em meio ao novo sem sofrer grandes danos. Assim, fica constatado que as plataformas digitais contribuem de forma eficaz na continuidade do trabalho do personal. Seja esta para comunicação com seus alunos, como, para facilitar o marketing pessoal.

Apesar de ser uma temática recente, pesquisas já são encontradas nas plataformas acadêmicas, sugerindo assim que o tema sobre a Covid-19 desperta interesse e ainda será bastante discutido por pesquisadores. Porém, faz-se necessário que ocorram sempre novos estudos na área, visto que, encontra-se mais sobre estratégias utilizadas na Educação Física Escolar, e pouco, sobre estratégias para personal trainers.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, S. Redes Sociais na Internet. **Revista ECompós**, v. 2, n. 2003, p. 15, 2007.

BAUMAN, Z. Identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BOSSLE, C. B. "Personal trainer & Cia": noções de marketing na literatura sobre treinamento personalizado, 2009.

Coronavírus Brasil: Painel de casos de doença pelo coronavírus 2022 (COVID-19) no Brasil pelo Ministério da Saúde [Internet]. Ministério da Saúde; 2022 [cited 2022 Fev 02]. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>.

CAVALCANTE, J. R.; CARDOSO-DOS-SANTOS, A. C.; BREMM, J. M.; LOBO, A. D. P.; MACÁRIO, E. M.; OLIVEIRA, W. K. D.; FRANÇA, G. V. A. D. COVID-19 no Brasil: evolução da epidemia até a semana epidemiológica 20 de 2020. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 29, 2020.

CHEN, P.; MAO, L.; NASSIS, G. P.; HARMER, P.; AINSWORTH, B. E.; LI F. Coronavirus disease (COVID-19): The need to maintain regular physical activity while taking precautions. **Journal of sport and health science**, v. 9, n. 2, p. 103, 2020.

CORTEZ, A. C. L.; PITANGA, F. J. G.; ALMEIDA-SANTOS, M. A.; NUNES, R. A. M.; BOTERO-ROSAS, D. A.; DANTAS, E. H. M. Centros de atividades físicas e promoção de saúde durante a pandemia da Covid-19. 2020.

DAVID, I. R.; MACHADO, F. S. M.; RODRIGUES, V. D.; MORAES, H.; SANTOS, S. H.; CARNEIRO, L. S. Exercício físico e intervenções mente-corpo em tempos pandêmicos: como prescrever e supervisionar? **Educação Física para Grupos Especiais: exercício físico como terapia alternativa para doenças crônicas**, 2021.

D'AVILA, H. F.; WALKER, M. S.; DOS SANTOS SILVA, A.; DE ANDRADES, C. D. S.; DA COSTA, B. S.; COSTA, C. A. D.; FEOLI, A. M. P. Estratégias em saúde para lidar com a pandemia de covid-19: proposta de um e-book Health strategies to deal with pandemic covid-19: proposal for an e-book. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 4, n. 3, p. 13161-13173, 2021.

DE ABREU, J. M.; DE SOUZA, R. A.; VIANA-MEIRELES, L. G.; LANDEIRA-FERNANDEZ, J.; FILGUEIRAS, A. Effects of physical activity and exercise on well-being in the context of the Covid-19 pandemic. **MedRxiv**, 2020.

DE SOUSA, F. V.; CAVALCANTE FILHO, J. D. A. L.; MIRANDA, P. S.; DE SOUSA LIMA, J. 06 USO DE MÍDIAS SOCIAIS E APLICATIVOS AFINS COMO ESTRATÉGIAS DE CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DE ALUNOS E MARKETING PROFISSIONAL PARA PERSONAL TRAINNER. **Atualidades na educação física: da saúde ao esporte**, p. 95, 2020.

DE TOLEDO, D. D.; DE CARVALHO ROCHA, J. R. O MARKETING COMO FERRAMENTA PARA O PERSONAL TRAINER ATUANTE NA CIDADE DE JOÃO PESSOA/PB. **Revista Campo do Saber**, v. 3, n. 1, 2017.

DOS SANTOS, C.; DA SILVA SCHLICKMANN, D.; DA SILVA, T. G.; CASTILHOS, E. D. S. L.; MOLZ, P.; FRANKE, S. I. R. Fatores associados à prática de exercícios físicos realizados em tempos de pandemia de Covid-19. **Revista Interdisciplinar de Promoção da Saúde**, v. 3, n. 4, 2020.

ELESBÃO, H.; RAMOS, E. R.; DA SILVA, J. O.; BORFE, L. A influência da atividade física na promoção da saúde em tempos de pandemia de covid-19: uma revisão narrativa. **Revista Interdisciplinar de Promoção da Saúde**, v. 3, n. 4, p. 158-164, 2020.

FLICK, U. Uma introdução à pesquisa qualitativa. 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FRANÇA, E. F.; MIYAKE, G. M.; DA SILVA JÚNIOR, J. P.; MATSUDO, V. K. R.; MARTINS, R. Á. L.; NASCIMENTO, F. D. COVID-19: Estratégias para se manter fisicamente ativo e seguro dentro de casa. **InterAmerican Journal of Medicine and Health**, v. 3, p. 1-5, 2020.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOMES, I. S.; CAMINHA, I. O. Um olhar sobre a formação e atuação profissional no Brasil: o caso dos personal trainers. **Pensar a Prática**, v.17, n. 2, 2014.

GUIMARÃES, J. A. C.; GUERRA, P. H.; UENO, D. T.; CHRISTOFOLETTI, A. E. M.; NAKAMURA, P. M. Estudo transversal sobre uso de ferramentas virtuais para orientar a atividade física durante a COVID-19. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, v. 25, p. 1-8, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270pnadcontinua.html?edicao=27138&t=resultados>. Acesso em: 30 jul. 2021.

JÚNIOR, J. A. A.; MENDONÇA, G.; TOSCANO, J. J. O. Atuação das academias de ginástica durante a pandemia da Covid-19. **Scientia Plena**, v. 16, n. 10, 2020.

KURYLO, A. P. O universo da consultoria online no treinamento personalizado: um estudo de caso, 2016.

MALTA, D. C.; SZWARCOWALD, C. L.; BARROS, M. B. D. A.; GOMES, C. S.; MACHADO, Í. E.; SOUZA, P. R. B. D.; ROMERO, D. E.; LIMA, M. G.; DAMACENA, G. N.; PINA, M. F.; FREITAS, M. I. F.; WERNECK, A. O.; SILVA,

D. R. P.; AZEVEDO, L. O.; GRACIE, R. A pandemia da COVID-19 e as mudanças no estilo de vida dos brasileiros adultos: um estudo transversal, 2020. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, Brasília, v. 29, 2020.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 2, p. 8-18, 2008.

MARQUES, L.; VIDIGAL, F. Prosumers e redes sociais como fontes de informação mercadológica: uma análise sob a perspectiva da inteligência competitiva em empresas brasileiras. *Transinformação*, v.30, n.1, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2318-08892018000100001>. In: AMORIM, L. M.; AFONSO, G. F.; MARCONCIN, P. E. P.; MAOSKI, A. P. C. B. As mídias sociais e o corpo do personal trainer: uma estratégia de marketing pessoal. *Educação Física e Ciências do Esporte: Uma Abordagem Interdisciplinar - Volume 2*, 2021.

MINAYO, M. C. de S. Técnicas de pesquisa: entrevista como técnica privilegiada de comunicação. In:____. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, p. 261-297, 2010.

MIGUEL, H.; LIMA, L. E. de M.; CAMPOS, M. V. de A.; SANTOS, D. Impactos da Covid-19 sobre o Personal Trainer. **InterAmerican Journal of Medicine and Health**, v. 3, 2020.

MOURA, G. O.; COSTA, A. P. B.; OLIVEIRA, H. C.; BARRETO, L. K. S.; EL AOUAR, W. A. A INDÚSTRIA FITNESS EM TEMPOS DE PANDEMIA: TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS CENTROS DE CROSS TRAINING. **HOLOS**, v. 5, p. 1-19, 2020.

MUNHOZ, T. N.; DE MAGALHAES, E. P.; DA SILVEIRA SOARES, L.; SILVEIRA, M. G.; DE ARAÚJO MARQUES, V. A utilização de mídias digitais para divulgação do conhecimento científico sobre saúde mental durante a pandemia do COVID-19. **Expressa Extensão**, v. 26, n. 1, p. 182-192, 2021.

OLIVEIRA NETO, L.; ELSANGEDY, H. M.; TAVARES, V. D. O.; TEIXEIRA, C. V. L. S.; BEHM, D. G.; DA SILVA-GRIGOLETTO, M. E. TreineEmCasa– Treinamento físico em casa durante a pandemia do COVID-19 (SARS-CoV-2): abordagem fisiológica e comportamental. **Rev Bras Fisiol Exerc**, v. 19, n. 2supl, p. S9-S19, 2020.

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

PITANGA, F. J. G.; BECK, C. C.; PITANGA, C. P. S. Should physical activity be considered essential during the COVID-19 pandemic?. **International Journal of Cardiovascular Sciences**, v. 33, p. 401-403, 2020a.

PITANGA, F. J. G.; BECK, C. C.; PITANGA, C. P. S. Atividade física e redução do comportamento sedentário durante a pandemia do Coronavírus. **Arquivos Brasileiros de Cardiologia**, v. 114, p. 1058-1060, 2020b.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *In: E-Compós*, vol. 9, 2007.

RIBEIRO, I. L. S. EXERCÍCIO FÍSICO É REMÉDIO: a atuação dos profissionais de educação física em tempos de distanciamento social. Monografia, Centro Universitário AGES - Paripiranga, 2021.

SANTOS, L. E.; CUNHA, M. S.; DE JESUS, A. S.; DE ALMEIDA BARBOSA, C.; DAS NEVES, H. M. S.; DE DEUS JUNIOR, J. R. R.; TELES, B. K. A. PET-Saúde/Interprofissionalidade: Educação em Saúde e Mídias Digitais em Tempos de Pandemia. **Saúde em Redes**, v. 6, n. 2 Suplem, 2020.

SILVA, P. I. R. Dinâmicas Comunicacionais Na Representação Da Vida Cotidiana. Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver. **INTECOM / XVII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação**, p. 1–15, 2012.

SILVA, L. T.; GIACHETTO, N. R.; PEREIRA, T. D. A. N.; FERREIRA, G. A. G.; BARATTI, G. O.; PEREIRA, L. A. A. N.; FERRACINI, G. F.; MEURER, N. C.; SILVA, A. L. G. Q; PALA, J. S.; CUNHA, F. R. DA.; SILVA, M. P. G.; GONÇALVES, S.; DE PAULA, E. C. Relação entre atividade física, COVID-19 e imunidade: Uma revisão de literatura. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, p. e11010615605-e11010615605, 2021.

SOUZA FILHO, B. A. B. D.; TRITANY, É. F. COVID-19: importância das novas tecnologias para a prática de atividades físicas como estratégia de saúde pública. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, p. e00054420, 2020.

SPACOV, Y. F. **O personal trainer: uso de estratégias de marketing na atividade profissional**. 2016. Tese de Doutorado.

STOLARSKI, G. #Instapromosaúde: o universo fitness na rede social online Instagram e reflexões sobre a promoção da saúde. Maringá-PR: UNICESUMAR, 2017.

TELES, D. L. S.; FERREIRA, L. X. Prática de atividade física na pandemia de Covid-19: reflexões a partir da revisão de literatura. 2021.

THOMPSON, W. R. Worldwide Survey of Fitness Trends for 2021. **Health & Fitness Journal do ACSM**, v. 25, 2021.

ULIANO, A. B. O lockdown é a melhor opção? *Gazeta do Povo*, 2020. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/instituto-politeia/lockdown-custo-humano/>>. Acesso em: 22 de março de 2022.

VALENTE, J. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 30 jul. 2021. *In:*

MUNHOZ, T. N.; DE MAGALHAES, E. P.; DA SILVEIRA SOARES, L.; SILVEIRA, M. G.; DE ARAÚJO MARQUES, V. A utilização de mídias digitais para divulgação do conhecimento científico sobre saúde mental durante a pandemia do COVID-19. **Expressa Extensão**, v. 26, n. 1, p. 182-192, 2021.

WERNECK, G. L.; CARVALHO, M. S. A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, p. e00068820, 2020.

APÊNDICE A – ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

1. PERFIL DA PROFISSIONAL

- A quanto tempo você concluiu a sua graduação?
- Quanto tempo atuando na área?
- Quantos dias da semana você trabalha? Quantas horas por semana você trabalha?
- Com que público você trabalha?
- Seu atendimento como personal trainer é em que local?

2. TRABALHO NA PANDEMIA

- Durante a pandemia você conseguiu dar continuidade ao seu trabalho? Se, SIM, de que forma? Se, NÃO, o que lhe impediu?
- Você teve COVID-19? Teve medo da pandemia em si?
- Em relação ao financeiro, você conseguiu manter? Aumentou? Diminuiu?
- Você conseguiu atrair novos clientes/alunos durante a pandemia?

3. ESTRATÉGIAS UTILIZADAS

- Você usa as suas mídias digitais como estratégia de marketing pessoal?
- Quais plataformas digitais foram utilizadas no período pandêmico?
- Você sentiu dificuldade para manusear as redes sociais?
- Você perdeu clientes/alunos durante a pandemia?
- Você oferece serviço de consultoria online?
- A consultoria online surgiu a partir de que momento? Antes ou durante a pandemia?
- Quais dificuldades da consultoria online pra você?
- Para você, a consultoria online substitui a presença do profissional?
- Na sua visão, a internet facilita a comunicação com o cliente/aluno?
- Se o seu cliente/aluno não tem acesso ou familiaridade com mídias digitais, como você o atende?
- Por fim, quais foram as estratégias utilizadas para conseguir manter seus alunos ativos?

APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

1. PERFIL DA PROFISSIONAL

Déborah: Há quanto tempo você concluiu a sua graduação?

Entrevistada: [Comecei] a minha graduação em 2009, terminei em 2013.

Déborah: E há quanto tempo está atuando na área? Seu atendimento como personal trainer é em que local?

Entrevistada: Na graduação eu fui PROBEX, PIBIC, monitora, fui tudo, todas as bolsas de extensão. Fui da primeira turma da divisão do curso de bacharelado e licenciatura. Já desde o terceiro período que eu trabalho em academia, só que na recepção. Depois quando pude estagiar, eu fui estagiar [com] circuito, e de lá da Curves [academia] eu saí como gerente. Sempre trabalhei na área, nunca trabalhei em outra coisa a não ser isso. Desde antes da graduação, que eu trabalhava nas colônias de férias do Campestre, desde 2006. Eu ajudava as meninas, ficava como auxiliar, igual professora de escola. Hoje eu trabalho no meu estúdio, que é um estúdio de personal trainer e treinamento funcional, que eu trabalho quase o dia inteiro.

Déborah: Qual o seu horário de trabalho?

Entrevistada: De 06 às 10, e de 15 até às 21.

Déborah: E com que público você trabalha?

Entrevistada: Meu público alvo são mulheres de 20 a 80 anos. Mulheres, gestantes e pós-parto.

2. TRABALHO NA PANDEMIA

Déborah: Durante a pandemia você conseguiu dar continuidade ao seu trabalho? Se sim, de que forma? Se não, o que lhe impediu?

Entrevistada: Eu utilizei de três estratégias. A primeira, que acho que todo mundo passou por isso nos primeiros 15 dias, de achar que tudo ia voltar ao normal, e não voltou. Foram aqueles dias de paralisação total, não fiz nada, fiquei só em casa. Mandava uns treinos no grupo dos alunos, filmava um *treininho* e mandava, quem fizesse... fez, quem também não fizesse... passava, porque ainda tinha esperança de voltar. Não voltou. Quando passaram esses 15 dias, eu comecei a emprestar meus equipamentos aos alunos. Então eles chegavam aqui, pegavam um peso, um elástico, um colchonete. O outro chegava e pegava também. Então, levaram todo meu equipamento pequeno. Depois eu comecei a atender por vídeo chamada, já que eles tinham meus equipamentos em casa. Quem quisesse fazer vídeo chamada eu ligava no horário do treino, três pessoas, do mesmo jeito que atendo aqui no estúdio, e a gente fazia as aulas. Eu explicava o exercício e elas faziam do outro lado. Chamada de vídeo, online, com meu equipamento. A segunda estratégia foi que, eu já tinha na gaveta, comprado o aplicativo da AppFit. Só que eu nunca tinha usado, porque juntou com a mudança do aumento do estúdio, e eu não estava ainda em condições de colocar o aumento do estúdio mais o aplicativo

na mesma semana. Então eu segurei o aplicativo, por sorte, porque depois eu comecei a pegar quem não era meu aluno. Eu atendia as chamadas de vídeo de quem eram só meus alunos, e com o aplicativo eu comecei a pegar quem não era aluno, porque comecei a fazer o marketing em cima do aplicativo, pra quem ficava vendo no Instagram que eu estava fazendo video chamada e que podia também fazer em casa, sem precisar de equipamento, sem precisar de nada, e aí comecei a fazer o marketing em cima do aplicativo.

Déborah: Em relação ao financeiro, você conseguiu manter? Aumentou? Diminuiu?

Entrevistada: Além de atingir os meus alunos eu comecei a atingir o outro público, que não eram meus alunos, mas que queriam treinar em casa com o acompanhamento. Então eu vendia os treinos de casa pelo aplicativo. Depois disso foi que veio a terceira estratégia, que com a chegada do aplicativo, eu não tinha mais equipamento para emprestar e também não ia emprestar os meus equipamentos a quem eu não conhecia. Daí uma pessoa comprou o aplicativo e perguntou se eu sabia onde é que vendia os pesos. E eu sem saber de nada, disse: “Eu vendo”. Sem ter 1 equipamento. E fui desenvolver o equipamento, ir atrás, comprar para poder vender. Montar os kits de treino em casa. E foi quando eu mais tive resultado, na pandemia, [até] mesmo que as aulas, que o dinheiro era livre. Eu dava minhas aulas, então era todo meu. Dos equipamentos não, tinha que comprar, investir o dinheiro para poder comprar, para o povo me comprar. Mas aí eu vendi muito, e com os equipamentos tinha: colchonete, *kettlebell*, halteres, barra, anilha, elástico, tudo que dava pra treinar em casa. Então eu já fazia a venda casada, tanto do aplicativo quanto dos kits.

Déborah: Você conseguiu atrair novos clientes/alunos durante a pandemia?

Entrevistada: Com relação a alunos, antes da pandemia eu tinha 50 alunos, e com a pandemia, no primeiro mês, pagantes, ficaram só 12. Se eu fosse ficar a pandemia inteira desse jeito, a tendência era só diminuir. Mas, com a estratégia do aplicativo e da venda dos kits, foi bem melhor do que se eu tivesse mantido os 50 alunos.

Déborah: Você teve COVID-19? Teve medo da pandemia em si?

Entrevistada: Eu acho que no início todo mundo teve medo, mas quando eu comecei a atender o pessoal em casa, e a galera foi voltando a trabalhar, foi quando eu sugeri: “Vocês querem vir treinar aqui?”. Já estava voltando, mas as academias ainda não estavam liberadas. Como eu só atendia duas pessoas, ficou combinado: “Vocês querem vir treinar duas pessoas, seguindo o que todo mundo diz, de toda hora limpar as máquinas, toda hora passar um pano na academia?”. De hora em hora eu passava pano na academia, limpava máquina por máquina, limpava bebedouro, limpava tudo pra poder entrar os outros dois. Medo meu nem foi tanto, foi mais dos alunos, até hoje. Eu não tenho tanto medo.

3. ESTRATÉGIAS UTILIZADAS

Déborah: Você usa as suas mídias digitais como estratégia de marketing pessoal? Quais plataformas utilizou no período pandêmico? Sentiu alguma dificuldade para manuseá-las?

Entrevistada: Eu mesmo quem faço tudo no meu Instagram. Vida real, tanto dos alunos, quanto meu, querendo puxar a interação do público com o instagram, porque é um só, tanto meu pessoal, quanto o meu do estúdio, é um só. E eu nunca pensei em dividir, porque quanto mais próximo o público acha que é meu, se ele te vê todo dia, brincando com minha filha, ou treinando, eles acham que quando chegarem aqui eles vão ser meus amigos do mesmo jeito, de que me acompanha, de que já tá aqui todo dia. Aumenta a proximidade. E assim foi, então, eu usei o instagram muito na época que tava tudo fechado, justamente por isso. Uma hora eu postava os kits chegando, a hora que a gente tava embalando os kits, cortando os colchonetes, então estava mostrando o passo a passo de como [eu] montava os kits, de como gravava os vídeos pra poder jogar no aplicativo o treino. Passava o dia inteiro gravando vídeo, então mostrava da hora que estava toda plena me maquiando, até o último vídeo do dia, que eu estava gravando já sem aguentar mais, e os bastidores por trás das câmeras, que tinha os equipamentos todos no chão. Então assim, nessa época eu mostrei tudo, *a real*, todas as aulas que eu terminava com a galera em casa, eu *printava* a tela da gente treinando, mesmo com garrafão de água, garrafa de desinfetante, lata de tinta, cabo de vassoura. Então tava todo mundo mostrando como tava fazendo, e a gente *printava* a tela e mostrava. E o público foi vendo que podia fazer também, se tu tá em casa, tá treinando com o cabo de vassoura, eu também consigo. Com isso [o público] foi ficando mais próximo e cada vez perguntando mais como era a consultoria online, como fazia pra comprar o kit, que queriam também, então assim, foi tudo sendo convertido em venda.

Déborah: Você oferece serviço de consultoria online? Ela surgiu a partir de que momento? Antes ou durante a pandemia?

Entrevistada: Eu já tinha a consultoria online, sem aplicativo. O aplicativo foi depois da pandemia porque eu não queria mais vender só planilha. Até porque você estava em casa, não ia vir pra cá, pra eu explicar o treino. Porque antes era assim, na consultoria online, sem o aplicativo, você vinha, eu fazia avaliação, lhe mostrava como ia ser seu treino, você ia pra casa e fazia. Só que com a pandemia elas não iriam vir aqui, então o aplicativo foi bom porque já estava o vídeo todo explicativo mostrando todos os exercícios, quantidade, como ia fazer, quantas vezes. Ele [o aplicativo] tem a opção de ter os vídeos prontos, hoje eu uso os vídeos que estão lá prontos, mas na pandemia eu não usava, usava os meus vídeos, já para poder entregar o que eles estavam esperando, que era uma pessoa mesmo, real, mostrando como fazia. Mas hoje eu mando todo vídeo qualquer.

Déborah: Quais dificuldades da consultoria online para você? Acha que é possível obter resultados com ela?

Entrevistada: Eu não gosto de fazer consultoria online, mal faço, é tanto que hoje eu nem faço tanta propaganda dela. Chegou, perguntou se eu faço, eu faço. Mas não é o meu foco principal, não gosto. Mas eu acredito que dá sim, pra ter bom resultado se você fizer tudo direitinho.

Déborah: Na sua visão, a internet facilitou a comunicação com o cliente/aluno? Ou teve alguma dificuldade, por algum aluno não ter acesso ou familiaridade com mídias digitais?

Entrevistada: Pra mim foi mais fácil, como meu público é mais individualizado, mais perto e menos gente, então é mais fácil de eu gravar um vídeo, só específico para aquela pessoa, ao invés do aplicativo. Por exemplo, vamos colocar que vovô [uma aluna da entrevistada] treinasse, ela sabe mexer no whatsapp, talvez ela não soubesse mexer no aplicativo, por ter mais funções. Então do mesmo jeito de lá no início da pandemia, nos primeiros 15 dias, eu gravava vídeo aqui, eu mesmo [dizendo]: "hoje a gente vai fazer isso e isso, desse jeito". Então era mais fácil, eu gravava um vídeo pra aquela pessoa, "vai fazer desse jeito", usando o que ela tinha em casa: uma grade, um portão, um lençol, o que tinha lá. Sem ela ter que ir buscar mais coisas, ou encher uma garrafa. Usava o que fosse mais fácil, pra não ter uma desculpa de não fazer. Até porque gente idosa não começou a treinar só na pandemia. Só quem já tava treinando que manteve. E aí eu podia ligar de vídeo, se fosse o caso, ou então gravar e mandar, ficava a critério, sem o aplicativo. Porque os meus alunos, em si, não tinham o aplicativo, era chamada de vídeo, como se fosse a aula aqui, todo mundo no seu horário. Eu ligava pontualmente, fazia a hora, 50 minutos de aula, e todo mundo, os três, fazia na mesma hora.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, eu agradeço a Deus, é por intermédio dEle que eu consigo alcançar todos os meus objetivos. É com Ele que eu tenho força, coragem e persistência. Não foi fácil, ainda mais quando você vem de outra graduação, porém incompleta. O meu receio era grande de não conseguir chegar ao fim nessa nova graduação, porém, confiei nos planos que Deus tinha pra mim e enfrentei mais esses anos de estudo. Nesse último ano da graduação, minha vida se tornou bastante agitada, por me dedicar bastante aos meus dois estágios, estes, extracurriculares. E por muitas vezes esgotada fisicamente, mentalmente, eu não deixei de cumprir com o que tinha estabelecido como meta. Eu queria muito sair com experiência, mesmo que “pouca” para o que o curso de Educação Física nos proporciona.

Agradeço a minha família, especificamente aos meus pais, minha irmã e a minha sobrinha. Meu pai que sempre incentivou os meus estudos, e que independente de idade, de dependência dele, nunca questionou minhas escolhas. A mainha e a minha irmã que do jeito delas, cuidam de mim, mesmo que através de pequenos detalhes. A Lavínia, minha sobrinha, que mesmo tão pequena faz tanta diferença nos meus dias, que arranca sorrisos, que num simples brincar traz leveza para os dias pesados.

Também agradeço a Bruno, meu namorado, que sem dúvidas foi a pessoa que mais acreditou em mim, até mesmo quando eu achava que “não ia dar certo, não ia conseguir, não ia dar tempo”, ele trazia palavras de incentivo. Palavras não irão traduzir todo o meu carinho por ele, minha gratidão a tanto apoio, e principalmente compreensão. Inúmeras vezes, nos momentos que a gente tinha pra ficar juntos, por estar tão cansada eu simplesmente adormecia e ele entendia. Sou grata a Deus por ter você comigo durante esse processo.

Não posso esquecer as pessoas que me deram oportunidade de estagiar em seus espaços. Inicialmente, a Fernanda e a Cris, que abriram as portas da Impacto Academia e confiaram no meu trabalho, mesmo sem ter nenhuma experiência. A vocês serei eternamente grata e lembrarei sempre desse início. Também agradeço a Kika, que me proporcionou vivenciar algo diferente de academia comum. Eu a vejo como uma grande profissional, que pensa bastante nas suas alunas, no seu espaço, se tornando como uma família. É uma pessoa que tem visão de futuro, sempre está com a mente a frente e buscando inovar. Muito obrigada pela relação próxima que foi criada. Por fim, agradeço ao casal Gabi e Harrison, o qual eu já tinha uma convivência por treinar no espaço deles. Acolheram-me no finalzinho da graduação e são exemplos de responsabilidade, você nunca vai encontrar algo errado na academia, e isso mostra os profissionais que eles são. Minha gratidão aos dois.

Agradeço a minha orientadora top e melhor não há. Eu tinha medo de errar na escolha, mas não teve escolha tão certa como essa. Morgana é aquela orientadora raiz, que de fato, orienta. Sempre disposta a ajudar, a estar próxima, a compreender quando necessário e a cobrar também. Me sinto honrada em tê-la como orientadora. Esse trabalho é nosso. Obrigada por ser essa professora tão incrível, e tão rara nos dias de hoje.

Por fim, agradeço a Universidade Estadual da Paraíba e a todas as pessoas que conheci através dela, que fizeram parte da minha trajetória acadêmica. E também as pessoas, que indiretamente, contribuíram através de palavras de apoio e de carinho para que eu chegasse até aqui. Muito obrigada.