



BIANCA DE SOUZA MAGALHÃES NERY

**DESAFIOS E POSSIBILIDADES DO PROFISSIONAL DE
EDUCAÇÃO FÍSICA NO MUNDO DIGITAL**

LAVRAS – MG

2021

BIANCA DE SOUZA MAGALHÃES NERY

**DESAFIOS E POSSIBILIDADES DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NO
MUNDO DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Lavras, como parte das
exigências do Curso de Graduação em Educação
Física, para a obtenção do título de Bacharelado.

Prof. Dra. Nathália Maria Resende
Orientadora

**LAVRAS – MG
2021**

Ficha catalográfica elaborada pela Coordenadoria de
Processos Técnicos da Biblioteca Universitária da UFLA

Nery, Bianca de Souza Magalhães
Desafios e possibilidades do profissional de Educação Física no
mundo digital / Bianca de Souza Magalhães Nery. 2021.
21 p.: il.

Orientadora: Nathália Maria Resende
TCC (Graduação) - Universidade Federal de Lavras, 2021.

Bibliografia

1. Personal Trainer. 2. Mídias Sociais. 3. Marketing Digital.

BIANCA DE SOUZA MAGALHÃES NERY

**DESAFIOS E POSSIBILIDADES DO PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA NO
MUNDO DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Lavras, como parte das
exigências do Curso de Graduação em Educação
Física, para a obtenção do título de Bacharelado.

DEFENDIDO em 09 de setembro de 2021.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Andrea de Oliveira Barra – CEFET NEPOMUCENO – Membro

Profa. Dra. Nathália Maria Resende – DEF/UFLA – Orientadora

**LAVRAS – MG
2021**

*Esta monografia é dedicada aos meus pais,
pilares e exemplo da minha formação como ser
humano que sempre foram minha fonte de
inspiração. Pai, seu jeito duro e realista de ser no
decorrer dessa jornada me fez ser mais forte.
Mãe, sua paciência e carinho foram essenciais
para que eu nunca desistisse de continuar.*

AGRADECIMENTOS

Aos meus familiares que sempre acreditaram em mim e me incentivaram a seguir o caminho que me fizesse feliz. Em especial, meu pai Clayton, minha mãe Glayse e meu irmão Khaíque.

As minhas irmãs da república Saia Justa, que estiveram sempre ao meu lado em todas as fases dessa jornada. As fundadoras dessa república por terem deixado um legado tão incrível no mundo republicano em Lavras, que me deram a oportunidade de conhecer pessoas tão especiais e vivenciar os melhores momentos da faculdade, em especial a fundadora Bianca que abriu minha mente para escrever esse trabalho. Obrigada manas, vocês são muito importantes pra mim!

Aos meus melhores amigos que sempre me incentivaram e acreditaram em mim, mesmo que distante, se fizeram muito presente. Eu amo muito vocês, obrigada por tudo e por tanto, Juliano, Barbara, Marina e Jorge.

Ao meu primo Caio que foi minha inspiração como profissional de Educação Física desde o início do curso e hoje, além de primo, é meu parceiro de trabalho e me inspira a cada dia que passa. Obrigada primo, pela oportunidade de estar ao seu lado aprendendo muito sobre a Educação Física e seus valores.

Aos meus colegas de curso, em especial Luiz Eugênio que me ajudou muito nas matérias que tive dificuldade e foi um grande parceiro durante os períodos acadêmicos e Ana Beatriz (UNI) que além de minha companheira de república, foi sempre minha confidente e esteve comigo em todos os momentos tentando deixar tudo mais leve e segurando minhas mãos. Obrigada, vocês são muito importantes para mim.

Ao Núcleo de Estudo, Pesquisa e Extensão em Paradesporto, por ter me proporcionado momentos e experiências incríveis que jamais imaginaria vivenciar. No pouco tempo que atuei como membro, me tornei uma pessoa melhor, foram momentos intensos e que me trouxeram grandes aprendizados. Gratidão a todos os membros, ex-membros e principalmente a professora Nathália por fazer isso acontecer, vida longa a esse Núcleo que amo de paixão.

A Universidade Federal de Lavras, em especial aos professores do curso de Educação Física, por todas as trocas de conhecimento passadas, foi tudo muito intenso e eu só tenho a agradecer por ter vivido tudo isso, viveria tudo outra vez.

A professora e orientadora Nathália pela paciência e dedicação que tem pelo seu trabalho,
te admiro e me inspiro muito em você.

Muito obrigada.

Nascer sabendo é uma limitação porque obriga a apenas repetir e, nunca, a criar, inovar, refazer, modificar. Quanto mais se nasce pronto, mais refém do que já se sabe e, portanto, do passado; aprender sempre é o que mais impede que nos tornemos prisioneiros de situações que, por serem inéditas, não saberíamos enfrentar.

(Mario Sergio Cortella)

RESUMO

Introdução: Os meios de comunicação e o mundo digital é um grande aliado para divulgar os benefícios da prática de exercícios físicos e estão sendo utilizados na busca pela promoção da saúde e hábitos saudáveis de vida. **Objetivo:** Esta pesquisa teve o objetivo de investigar os desafios e possibilidades do profissional de Educação Física no mundo digital. **Procedimentos:** Para o desenvolvimento desta pesquisa foi utilizado o estudo descritivo por meio do Relato de Experiência, para descrever as relações existentes entre o profissional de Educação Física na modalidade virtual, no período de Janeiro de 2020 a Agosto de 2021. **Resultados:** O profissional de Educação Física prescrevia para os clientes online somente treinos para academia, porém com a chegada da pandemia da COVID-19, a necessidade de programar os treinos físicos para o ambiente domiciliar, permitiu a criação do programa de treinos chamado Personal Online (com mais de 10.000 inscritos), o qual autoriza o cliente escolher o local do treino, ter consultoria para atingir seus objetivos relacionados a prática de treinamento físico, visualizar vídeos dos exercícios e ter acesso ao canal de suporte para dúvidas, diariamente. **Conclusão:** O mundo digital possibilita um grande poder de escala para atingir e atender o público-alvo, levando conhecimento para promover a prática de atividade física e saúde, deixando em evidência os serviços de Personal Trainer Online.

Palavras-chave: Personal Trainer. Mídias Sociais. Marketing Digital.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	2
3 OBJETIVOS.....	11
3.1 Geral.....	11
3.2 Específicos.....	11
4 JUSTIFICATIVA.....	11
5 METODOLOGIA.....	12
6 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	13
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	17
REFERÊNCIAS.....	18

1 INTRODUÇÃO

Recentemente podemos ver a busca pela melhora na qualidade de vida, tendo os meios de comunicação e o mundo digital como um grande aliado para divulgar os benefícios da prática de exercícios físicos. Cada vez mais pessoas procuram academias de ginástica, para a prática de atividade física com acompanhamento profissional, para se obter melhora na saúde e aparência física, tal como para momentos de lazer.

Entretanto, a pandemia do novo Coronavírus (COVID-19) trouxe muitas dificuldades ao profissional de Educação Física juntamente com os segmentos das Academias, Box, Crossfit e Studios, mas também trouxe outras oportunidades para esse profissional. Treinar em casa se tornou a opção mais segura para manter a saúde física e amenizar a pressão do isolamento social, dando espaço ao treino físico online com orientação profissional e deixando o Personal Trainer Online em evidência. No início da pandemia, as Lives no Instagram e no YouTube se popularizaram em diversos setores, e não foi diferente para o profissional de Educação Física. Porém, somente por essas plataformas não era possível auxiliar os clientes quanto as atividades físicas que estavam realizando. Assim, a consultoria de Personal Trainer Online se tornou fundamental, deixando os movimentos e técnicas feitos na academia sob a supervisão dos profissionais. No ambiente online, há diferenças, mas mesmo que não possa estar presente fisicamente, o profissional traz segurança aos treinos, tanto aos objetivos quanto às limitações de cada pessoa.

Para manter o revigoramento da saúde e do bem-estar emocional das pessoas, esses profissionais precisaram readequar os movimentos para novas possibilidades e redobrar a atenção ao passar as atividades aos clientes. Além disso, o Personal Trainer Online precisou agregar mais valor e se renovar periodicamente para evitar a monotonia da repetição dos exercícios físicos, para proporcionar qualidade de movimentos do corpo aos clientes, aulas mais atraentes e, conseqüentemente, mais seguidores.

O advento das mídias sociais auxilia esse profissional na propaganda da modalidade e conquista de novos seguidores, principalmente pelo Instagram, por meio das tão famosas “Hashtags”. O poder do marketing no meio digital está na interatividade, onde existe uma participação constante dos seguidores, que é percebida como uma troca de informações por meio dessa troca de dados que a internet disponibiliza. Considerando que o marketing pode ser usado por diversos setores, pode-se entender como pode atuar, aproveitando dos recursos

de divulgação, promoção, publicidade e prestação de serviços facilitados e viabilizados por meio dessa tecnologia de comunicação.

Assim, esse trabalho tem a finalidade de investigar os desafios e possibilidades que o profissional de Educação Física pode encontrar ao trabalhar nas plataformas digitais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As questões corporais relacionadas à saúde e estética preocupam uma parcela significativa da população. Para Stanga e Rezer (2015), a saúde possui diversos significados, tornando a discussão sobre o tema inesgotável, com diversas opiniões por diferentes pontos de vista, onde historicamente sempre existiu e que por meio da estética tem se intensificado ainda mais. Goetz e Camargo (2014) observaram que o termo estética é atribuído por diferentes significados em seu uso cotidiano. Mendes (2009) relata como os modelos de beleza e saúde se mistura e percorre uma diversidade de cenários educativos. Já para Castro (2001), saúde e estética são os principais motivadores para prática regular de atividades físicas e frequência às academias de ginástica, sendo atribuído à maneira como esses conceitos foram construídos e tendo seus sentidos entrelaçados. Assim, é possível verificar a ligação de mão dupla entre práticas profissionais e representações associadas à saúde e estética. Ainda observado por Castro (2001), o entrelaçamento entre saúde e beleza tem suas raízes ainda no século XX, onde podemos ver grandes marcas associadas à beleza e o surgimento de academias, carregando um conceito Grego de estética e beleza.

Outro destaque é a tendência da articulação da Educação Física com a “indústria corporal”. Para Russo (2005), trata-se de uma indústria que, através dos meios de comunicação, encarrega-se de criar desejos e reforçar imagens, padronizando corpos. Assim, os serviços relacionados ao mercado de capital, oferecidos por profissionais de Educação Física no contexto das academias de ginástica, dentre outros espaços, atacam exatamente nesse aspecto, sendo que corpos fora das medidas padronizadas encontram-se insatisfeitos. Este é o pensamento da grande maioria dos profissionais da Educação Física influenciando a sociedade de consumo e, ao mesmo tempo, sendo influenciado por ela (LIMA; COELHO FILHO, 2018).

Quando se fala em padrões estéticos, logo surge a ideia de que para o indivíduo ser aceito pela sociedade, ele precisa ser esteticamente bonito e seguir regras e padrões de formas

corporais. Para Gonçalves e Vilarta (2004), a imagem corporal está vinculada à identidade da pessoa, direcionando suas ações, influenciando percepções e definindo o grau de satisfação ou insatisfação com cada experiência vivida. É evidente a importância que é dada a beleza e estética como um objeto de desejo, deixando de ser assim considerada como questões de segundo plano e passando a ser considerado alicerce na vida de algumas pessoas. Mas é preciso saber o real significado dos seus valores e que sentido isso passa a ter na vida, pois estamos cercados de informações. Essas questões não envolvem só a prática de atividade física, mas também dietas, uso de suplementos, medicamentos, cosméticos e todas as questões que envolvem a preocupação em ter um corpo bonito e saudável.

A beleza atribui-se como qualidade a um corpo por um indivíduo ou por uma sociedade. Falar em beleza pressupõe considerar algo real que desperta sentimentos intensos, resultantes de elementos que extrapolam as percepções dos cinco sentidos. Há uma verdadeira ditadura de magreza, imposta pela mídia, tornando as pessoas obsessivas a uma alimentação adequada, o que as colocam em dúvida sobre o que é estética corporal e/ou manutenção da saúde (HUBERT; DE LABARRE, 2005).

Figueira (2004) aponta que existe uma associação distorcida pelas pessoas quando se fala em saúde e estética, deixando o conceito de saúde e estética iguais, sendo que são conceitos diferentes. O corpo dentro dos padrões de beleza passa a ser considerado um corpo saudável, sendo que existem diversos meios de se buscar padrões de beleza que não por meio de exercícios físicos, como cirurgias por exemplo. A mídia tem estimulado certa obsessão pelo corpo magro, deixando as pessoas confusas em relação ao que realmente é uma estética saudável e o que é manutenção da saúde (HUBERT; DE LABARRE, 2005).

Influenciado por discursos de especialistas e com a possibilidade de moldar o corpo a partir de exercícios físicos realizados em aulas de ginástica, musculação e dietas, temos a sensação de estar mais próximo de um padrão de beleza. É comum, portanto, encontrar nos meios de comunicação, celebridades produzidas pela indústria cultural, “que comparecem para confirmar com suas imagens públicas e depoimentos a respeito do sucesso adquirido por conta de intervenções, dietas, exercícios e outros tratamentos corporais que tenham se submetidos” (MÓL; PIRES, 2006, p. 30).

Desta forma, pessoas motivadas, seja por terem alcançado resultados, ou prazer pela prática de exercício físico, tendem a permanecerem na prática de hábitos saudáveis que estimulam o bem-estar não somente físico, mas também o mental, promovendo a produção de

serotonina e endorfina, que são neurotransmissores que ajudam a reduzir o estresse e ansiedade do dia a dia (MACEDO; ROBERTO, 2021).

Nota-se que as academias são vistas como centros de condicionamento físico e desde então, têm conquistado um número crescente de adeptos de diferentes faixas etárias e motivos diferenciados, por meio de uma série de inovações contínuas. De acordo com o SEBRAE (2013), nos últimos cinco anos as academias tiveram um crescimento de 133%, sendo que o número de micro e pequenas empresas atuando nesse ramo passaram de 9,3 mil para 21,7 mil, considerando o período de 2007 até 2012. O estudo considera que a busca por uma vida mais saudável, assim como o aumento da renda dos brasileiros foram os responsáveis por esse significativo crescimento do ramo.

A tentativa de se aderir a um estilo de vida saudável vem aumentando em diversos grupos, não somente entre aqueles que se preocupam com o fator estético, mas também em grupos com maior preocupação em relação à saúde (PEREIRA et al., 2003). Diante do estilo de vida encontrado pela população atualmente, estão sendo diagnosticadas diversas doenças crônicas não transmissíveis causadas ao sedentarismo (FANHANI; FERREIRA, 2006; OLIVEIRA, 2010).

Saba (2001) cita que o exercício físico passou a ser um padrão de comportamento, totalmente influenciado pela mídia, que atinge o psicológico das pessoas através de diversos meios de comunicação, como programas de televisão, revistas e jornais. O corpo belo e sadio passou a ser representado como um modelo a ser seguido. Por conta desse marketing produzido por programas de televisão, revistas e jornais, as academias de musculação e ginástica foram beneficiadas com o aumento de clientes, que se motivaram a buscar por corpos perfeitos e modelados apresentados pela mídia (TAHARA, et al, 2003). Mas para que as academias conquistem seus clientes é preciso gerar resultados nos mesmos, para que o cliente se sinta motivado em continuar praticando uma determinada modalidade dentro da academia. Por essa razão, para que as pessoas procurem um determinado programa de exercício, é preciso que ela se identifique e sinta prazer com aquela modalidade.

Ainda de acordo com Saba (2001), em decorrência da vida moderna cada vez mais o estilo de vida tende a ser pouco saudável, devido ao estresse, ocasionando uma alimentação inadequada e um baixo nível de exercício físico. No entanto, as academias são uma ótima opção para a população urbana que deseja praticar atividade física, objetivando uma melhora na saúde e bem-estar, onde ainda segundo o autor, benefícios biológicos e psicológicos são

obtidos através do exercício físico, como melhora na condição cardiopulmonar, aumento na expectativa de vida, aumento da autoestima, diminuição dos níveis de estresse e tantos outros.

Se o exercício físico for praticado de forma regular e bem orientado, é de grande importância para a saúde, especialmente na adolescência onde há evidências de vários benefícios. Além disso, existem evidências de que o nível da prática de atividade física na vida adulta está associado como consequência da prática na adolescência, ficando clara a importância do exercício físico como promoção da saúde (AZEVEDO et al., 2007; LIEN et al., 2001).

Segundo Guarnieri (1997) há um grande aumento de público nas academias de ginástica, devido à preocupação da população com a melhoria na qualidade de vida. Atualmente a musculação tem sido a modalidade mais procurada nas academias, em virtude da melhoria da estética e aumento da resistência muscular, além de se notar alterações na composição corporal em apenas algumas semanas de treino. Guarnieri (1997) enfoca ainda que os principais objetivos que levam um indivíduo a aderir um programa de exercício físico regular são saúde, bem-estar, controle de peso, melhora da estética e redução do estresse. Estes benefícios estão bem descritos na literatura científica e devem ser sempre levados em conta (US DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES, 2006; WHO, 2003).

A prática de atividades físicas envolve um conjunto de fatores para sua realização que segundo Reis (2000), há a sugestão de que os mesmos sejam determinantes como, por exemplo, sobrepeso, idade, sexo, nível de saúde, autoeficácia, habilidades pessoais, estado de humor, dentre outras, como características ambientais representadas pelo acesso a locais que facilitam a realização da atividade física. A influência familiar, influência dos amigos, clima, suporte social, mudança de rotina e percepção do tempo livre também poderiam apresentar um papel positivo ou negativo no envolvimento com o exercício físico. Em contrapartida, o excesso de exercício físico desencadeia a produção de radicais livres, levando ao estresse oxidativo, prejudicando a saúde da mesma forma que o sedentarismo. Portanto, é de grande importância saber dosar a duração e a intensidade do exercício físico, assim como a forma de reposição de energia gasta durante o treino, evitando assim a degeneração dos tecidos, obtendo benefícios à saúde. (OLIVEIRA, 2010).

Segundo Wankel (1993) a frequência semanal em academias é de quatro a cinco vezes por semana, deixando clara a preocupação da população em praticar exercício físico regularmente, ou demonstrando o espaço da academia em relação a outras finalidades que não apenas de se exercitar por motivos de saúde, como a interação social, que representa um fator

determinante na manutenção desta prática, sendo que as pessoas sentem maior prazer pela atividade proposta quando outros membros do grupo participam juntos e se identificam uns com os outros.

Por conta dessa grande procura por academias de ginástica, esse ramo de negócio vem crescendo aceleradamente nos últimos anos, porém muitas vezes os proprietários não possuem um conhecimento necessário para administrar o negócio, pois são muitas vezes professores de Educação Física sem conhecimento sobre gestão ou profissionais de outras áreas sem o conhecimento mais aprofundado sobre administração de academia (BASTOS, 2003).

De acordo com Oliveira (2010), o Brasil está em segundo lugar em números de academias, e grande parte da população pratica exercício nestes estabelecimentos. Apesar do grande número de academias, ainda não foi criado um modelo eficaz de gestão administrativa que consiga garantir uma retenção estendida de um cliente matriculado, sendo que muitos clientes simplesmente desistem da prática de atividade física após um curto período.

Cada vez mais, a busca pelo bem-estar e a melhora na qualidade de vida, tem aumentado. Isso se dá pela divulgação dos meios de comunicação sobre a relevância das práticas de exercícios físicos no cotidiano das pessoas. Com isso houve um aumento pela procura de academias de ginástica, onde as pessoas encontram acompanhamento profissional, para obter melhora na performance e na aparência física, bem como para momentos de lazer e recreação.

O profissional de Educação Física é responsável por prescrever, orientar e acompanhar todos aqueles que se inserem no âmbito da prática da atividade física ou esportiva. É possível considerar o profissional de Educação Física como o principal responsável pela orientação técnica, tática e física de equipes desportivas, de praticantes do esporte em nível amador, dos assíduos frequentadores de academia, dos alunos na Educação Física Escolar, e diversas outras práticas de atividades físicas ligadas ou não a algum esporte (PEREIRA, 1976).

Independente dos objetivos que conduziriam uma pessoa à procura da atividade física e possíveis benefícios que a mesma possa alcançar quanto à melhoria da condição de ser humano, acredita-se que um fator primordial para que se possa alcançar os objetivos esperados com o máximo de eficiência, respeitando sua integridade física, psicológica ou moral é a conduta ética que o profissional terá durante o desenvolvimento de seu trabalho (OLIVEIRA; SILVA, 2005). Por ser um espaço onde se busca uma melhora no condicionamento físico, estética e saúde, as academias de ginástica são os locais mais

indicados para a prática do exercício físico, pois além de oferecer diferentes equipamentos para uso, são locais que oferecem opções para todas as idades (OLIVEIRA, 2011).

Mesmo as academias sendo considerados os locais de maior segurança para a prática de exercício físico, verifica-se um aumento de notícias referentes a acidentes dentro desses estabelecimentos, desde pequenas lesões até óbitos durante a prática de exercícios físicos. Alguns desses acidentes geram danos morais ou materiais para os clientes, ocasionados pela falta de orientação ou negligência do profissional de Educação Física. Sendo assim, é de responsabilidade da empresa e dos profissionais que nela atuam na orientação dos clientes, reparar os danos ocorridos (SILVEIRA, 2002). Em casos como esses, os profissionais de Educação Física são responsáveis por todos os atos e consequências praticados pelos seus clientes durante o tempo em que estes estiverem sob sua orientação (CONFEF, 2000).

Outro fator de responsabilidade dos profissionais é saber melhor orientar os clientes, quanto às atividades a serem executadas, quantificando e planejando os exercícios de cada cliente de maneira individual, para que se tenha além de segurança, uma maior aderência à prática do exercício físico, pois aderência ao exercício físico, principalmente para indivíduos sedentários, ocorre de maneira lenta, sendo comum o abandono por falta de incentivo (OLIVEIRA 2011).

Sobre o treinamento físico individualizado, o Personal Trainer é um serviço que tem conquistado cada vez mais espaço nas últimas décadas (MAGUIRE, 2007). Nos dias de hoje podemos observar uma porcentagem significativa de profissionais de Educação Física que trabalham com esses serviços atraídos por possíveis melhoras nas condições de trabalho e remuneração. Apesar da crescente concorrência, é possível ver com bons olhos as possibilidades que se abrem decorrentes da mudança de comportamento da sociedade com relação ao exercício físico (BROOKS, 2004).

O comportamento e envolvimento da sociedade com exercício físico tem mudado desde que as mídias sociais ganharam espaço na vida das pessoas. Neste panorama um novo campo de atuação do profissional de Educação Física tem ganhado força nos últimos anos, o Personal Trainer Online, ou seja, o profissional de Educação Física que atua à distância por meio de mídias digitais, nas chamadas consultorias. O Personal Trainer Online é uma atividade em crescimento de oferta e adesão, que opera como consultor virtual de treinamento personalizado, que pode acontecer por E-mail, Skype, Facebook ou WhatsApp, sendo financeiramente mais vantajoso do que ter um profissional de Educação Física à disposição durante o treino (KURULO, 2016).

De acordo com Isler et al. (2019), treinamentos esportivos personalizados ou assessorias esportivas, estão neste mercado responsável por desenvolver e conduzir sessões de treino para clientes, sejam eles atletas amadores ou profissionais, que são definidos como clientes. Com diferentes biótipos, estes clientes também procuram diferentes objetivos, que tangem desde competições, onde treinos e rotinas são focados para um objetivo específico; até lazer, onde eles passam o tempo e cuidam da saúde. Assim, a internet pode também ser utilizada como ferramenta de marketing, quanto orientar os clientes antes, durante e após a realização de sua prática, no treinamento físico ou em uma competição esportiva.

Com a tecnologia proporcionada pelo desenvolvimento da internet, as sessões de treinamento físico podem ir além do meio pelo qual o treinador contata seu cliente, atingindo inclusive o acompanhamento detalhado, como a frequência cardíaca e a pressão arterial, chegando às possibilidades de envio dos resultados de coletas realizadas ao treinador que poderá decidir pela manutenção ou alteração dos procedimentos adotados (ISLER et al., 2019). Sendo assim, é possível perceber que a assimilação desses avanços tecnológicos determina uma melhoria nos sistemas de gestão de serviços esportivos, uma vez que são levantadas respostas às necessidades atuais do usuário (ARROYO et al., 2016).

No entanto, os profissionais de Educação Física que se aventuram no campo de atuação online, convivem em um ambiente de concorrência desleal, longe da fiscalização dos órgãos reguladores da profissão. Neste universo sem fronteiras online, pessoas do mundo todo, por vezes sem a formação, atuam livremente estimulando e prescrevendo exercícios físicos. Há ainda a possibilidade de iniciar uma rotina de exercícios por conta própria através de alguns aplicativos para Smartphone classificados como Virtual Trainers, tecnologias que por vezes assumem o papel de treinadores (RUTTKAY; VAN WELBERGEN, 2008). De fato, é preciso reconhecer que um número cada vez maior de pessoas faz uso da internet para procurar por esses serviços, ocorrendo o crescimento da oferta e demanda pelo serviço de Personal Trainer Online (GALINARI et al., 2015).

A internet tornou-se um elemento estratégico de vendas indispensável, pois quem faz uso desse tipo de recurso tende a se manter mais competitivo no mercado, seja empresa ou um profissional liberal (JAMIL, 2001).

No Brasil, no ano de 2010 foram investidos R\$ 1,25 bilhão em publicidade na internet, levando a um crescimento de 30% no setor (O GLOBO, 2011), o que justifica o crescimento nesse meio pela grande presença de brasileiros na internet, sendo 54% das pessoas com mais de 12 anos de idade, o equivalente a 81,3 milhões de pessoas conectadas. A tendência é que

estes números aumentem, já que a audiência da internet no Brasil cresce 20% ao ano, contra uma média mundial de 8% (RIBEIRO, 2011).

Segundo Drucker (1973), a principal ação do marketing é deixar o consumidor pronto para consumir o produto ou serviço, para que se possa deixá-los disponíveis. Partindo desse conceito o marketing tem o papel de conhecer bem o consumidor, para que possa realizar uma venda de produto ou serviço que se adapte bem ao perfil do cliente, fazendo com que a venda aconteça de forma natural, mesmo que seja uma venda supérflua.

O conceito de marketing digital pode ser aplicado para diferentes formas de ferramentas, como websites institucionais, hotspots promocionais, anúncios, e-mail marketing, blogs e etc. Dentre todas as ferramentas utilizadas, as de maiores acesso no ambiente digital são as redes sociais. Dentro do marketing digital existem ações que podem ser classificadas em ativas e receptivas, sendo as ações ativas aquelas que são feitas com o objetivo de despertar a atenção dos consumidores, para uma comunicação específica; e as ações receptivas aquelas que lidam com o direcionamento do usuário dentro do ambiente digital (RECUERO, 2009).

De acordo com Amaral (2004), o marketing digital pode ser aplicado não só na internet, mas em qualquer setor que use de tecnologia digital como ferramenta de ação de marketing, ou seja, aplicando-se do para novos recursos de divulgação, promoção, publicidade e prestação de serviços facilitados e viabilizados pelo advento das tecnologias de comunicação de dados.

Segundo Chleba (2000), o poder do marketing no meio digital, está na interatividade, onde existe uma exigência constante da participação dos clientes e é percebida como uma troca de informações por meio dessa troca de dados que a internet disponibiliza. Considerando que o marketing pode ser usado por diversos setores, pode-se entender como pode atuar, aproveitando dos recursos de divulgação, promoção, publicidade, prestação de serviços facilitados e viabilizados por meio dessa tecnologia de comunicação.

Uma das redes sociais popular, lançada em 2004, o Instagram é um aplicativo queridinho dos usuários de Smartphones. O aplicativo conta com milhões de usuários pelo mundo, sendo milhões de fotos publicadas diariamente, com disponibilidade para todos os softwares de celulares. Essa rede social se transformou muito no decorrer de seus dez anos, transformações essas que auxiliam a popularizar o aplicativo cada vez mais.

O hábito de se conectar pode ser envolvente. Mal despertamos e as mãos procuram os celulares, algo quase automático, pois não basta apenas conferir

a hora, as pessoas precisam ver como está o mundo virtual: se alguém deixou alguma mensagem no WhatsApp, curtiu sua foto e passou pelo Facebook para avisar que vai ser um dia bom, apesar de ser segunda-feira (ALVES; CAETANO, 2015, p. 06).

Hoje interagir não é uma questão de escolha, mas sim necessidade. Com o advento da internet, a população se tornou um público que produz e consome informações a todo tempo, tudo que é disparado na rede vira conhecimento, seja ele bom ou ruim (ADORNO, 2015).

O Google ainda é a maior fonte de busca de informações, porém, as redes sociais, devido à proximidade com usuário, também tem sido uma ótima ferramenta de pesquisa, pois as pessoas passam basicamente o dia todo conectados em suas contas. Assim, tem sido mais simples procurar por uma página ou perfil que fale de um assunto específico, do que rodar por algumas páginas no navegador (ALVES; CAETANO, 2015).

No quesito das postagens, uma fotografia traz em seu conteúdo um significado implícito, que nos permite descobrir emoções, além do que esta busca retratar; já um texto pode trazer várias informações relevantes, porém com imagens, o leitor se prende a detalhes que fazem com que a informação seja mais facilmente absorvida, e consegue chamar a atenção do receptor da mensagem, ou seja, texto juntamente a uma imagem chega-se à formação de opinião.

No meio digital é possível identificar a geração fitness, termo esse usado para “estar em boa forma”. Essa geração pode ser identificada pela sua preocupação com a estética e uma alimentação balanceada. Várias pessoas podem se enquadrar nesse aspecto, porém o fator que mais se destaca nessa identidade é a necessidade de compartilhar experiências, seja ela imediata ou tardia. Batista e Rodrigues (2014) relatam que a geração fitness faz uso de selfies para reforçar a sua construção identitária em rede, buscando motivar/influenciar e demonstrar que se enquadram nesse grupo.

Alves e Caetano (2015), sobre aumento do uso das academias por meio de marketing pessoal da geração fitness, observaram que as redes sociais também são ótimos incentivadores para quem quer iniciar seus treinos, mas ainda falta coragem. Ao invadir os meios digitais com postagens, as pessoas tornam difusores de motivação. Assim, o marketing pessoal positivo é comprovado através de imagens encaminhadas pela própria rede social e entra na mente daqueles que precisam apenas de um convite. Nesse momento, a comunicação chega aonde já havia incentivo e faltava apenas o impulso correto. Além disso, para as academias é válido continuar acompanhando esse quadro evolutivo de usuários de internet e promover ainda mais a fidelização com o público formador de opinião e, como ressalta, entender que a

melhor propaganda é aquela que sai da boca do cliente. Portanto, os adeptos do Instagram da geração fitness fazem uso do seu corpo como prova da garantia do seu empenho, ligando sua imagem à determinado estabelecimento e, tornando-se assim, um canal da mídia espontânea.

Portanto, a atuação dos profissionais de Educação Física teve como aliado o uso das tecnologias, que podem interceder na comunicação e intercessão de informação para se manter ativo em tempos de distanciamento social. A utilização da internet, aplicativos de vídeos e programas de treinamento on-line são consumidos como alternativas para desenvolver práticas saudáveis, em parceria com o acompanhamento profissional, auxiliando na contribuição para a saúde física e mental de seus praticantes (RIBEIRO, 2021).

3 OBJETIVOS

3.1 Geral

O objetivo principal deste estudo foi investigar os desafios e possibilidades do profissional de Educação Física no mundo digital.

3.2 Específicos

- Verificar a diferença entre o trabalho do profissional de Educação Física no mundo digital e no presencial;
- Identificar os meios de comunicação que o profissional de Educação Física pode divulgar seu trabalho a fim de atingir o público-alvo;
- Analisar quais as melhores técnicas de divulgar conteúdo prático e teórico no mundo digital.

4 JUSTIFICATIVA

A importância desse trabalho se reflete no campo de atuação online que o profissional de Educação Física vem ganhando espaço ultimamente, e nos desafios e possibilidades que ele enfrenta principalmente por lidar com questões sobre estética, saúde e exercícios físicos

nas plataformas digitais (ISLER et al., 2019). De acordo com Oliveira Neto et al. (2020), a busca pelos treinos online através das plataformas digitais teve um aumento significativo devido a pandemia da COVID-19 e isolamento social, de forma com que as pessoas se mantivessem ativas dentro de casa, facilitando o engajamento à prática de atividade física até mesmo pelos indivíduos sedentários que tiveram o apoio de suas famílias frente ao momento delicado que enfrentamos.

Além disso, a busca por atividade física regular constitui como uma nova rotina para as pessoas, que além dos exercícios físicos, desenvolvem-se no âmbito social e psicológico. Assim, torna imprescindível que o profissional de Educação Física procure aprimorar-se com as ferramentas das plataformas e marketing digital (RECUERO, 2009), visto que é uma área inovadora.

5 METODOLOGIA

O trabalho foi realizado a fim de relatar a minha experiência como funcionária de um Personal Trainer Online que atua 100% no mundo digital desde 2018. Sendo assim, abordarei quais foram os desafios enfrentados desde quando comecei a trabalhar com ele em Janeiro de 2020 até agosto de 2021.

Segundo os autores Brito et al. (2010), o relato de experiência é um texto que descreve precisamente uma dada experiência que possa contribuir de forma relevante para a área de atuação. É a descrição que o autor ou uma equipe fazem de uma vivência profissional que contribua com a discussão, troca e a proposição de ideias para a melhoria sobre o assunto.

O relato de experiência, aqui proposto, classifica-se como um estudo descritivo ao buscar descrever as relações existentes entre o profissional de Educação Física na modalidade virtual, tendo como ênfase os desafios e possibilidades que o mesmo encontra durante sua atuação profissional. Ao longo do relato de experiência a seguir, exponho dificuldades e sucesso durante a minha vivência como funcionária de um Personal Trainer Online, no intuito de abrir um espaço para discutir lacunas e desafios a serem enfrentados.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Trabalhar 100% online nunca esteve nos meus planos, principalmente com os serviços de Personal Trainer Online, pois para mim a Educação Física precisava do contato presencial com o cliente. Porém, em Janeiro de 2020 tive a oportunidade de conhecer um pouco mais de perto o trabalho de uma pessoa que sempre admirei muito como profissional de Educação Física e que já tinha tido a experiência do trabalho presencial, mas que estava em busca do crescimento e poder de escala que aquele trabalho presencial não proporcionava mais.

Antes de ingressar no curso de Educação Física, eu tive a experiência de conhecer o trabalho desse profissional mais de perto, quando ele ainda trabalhava presencialmente em Academias e Clubes, com o treinamento personalizado presencial. Depois de passar um final de semana vendo como era o trabalho dele antes de ingressar no curso de Educação Física Bacharelado, decidi que era aquilo que eu queria para minha vida, trabalhar em academias ou ter a minha própria, isso em 2017. Com o passar do tempo, após iniciar o curso de Educação Física na Universidade Federal de Lavras (UFLA), vi que o leque de opções era bem maior do que eu imaginava, e já não tinha tanta certeza se era aquilo mesmo que eu queria, afinal, a cada período letivo fui cursando matérias de várias áreas que a Educação Física poderia atuar.

Nas férias de Janeiro de 2020, eu estava cumprindo um estágio no Clube da minha cidade e recebi uma ligação desse profissional me convidando para ir até São Paulo ver como estava sendo a nova forma de atuação dele, 100% online. Foi aí que comecei a enxergar o poder do mundo online, do marketing digital e como ele poderia impactar de forma tão positiva em vidas que estavam do outro lado da tela, em qualquer lugar do Brasil e do mundo. A partir daí, comecei a trabalhar com esse profissional de forma híbrida, em algumas semanas nós ficávamos presencialmente estudando as estratégias de atuação, e em outras fazíamos tudo em Home office. Até Março 2020, o profissional prescrevia para os clientes online somente treinos para academia, porém com a chegada da pandemia devido a COVID-19, vimos que tínhamos um desafio pela frente, a necessidade de programar os treinos físicos para serem feitos em casa de forma a não deixar aqueles clientes desanimarem de treinar, sendo assim fomos encontrando formas de aplicar a metodologia onde o cliente poderia trazer os mesmos exercícios que ele faria na academia no ambiente domiciliar, utilizando apenas alguns materiais improvisados ou aqueles elásticos (bands) de treino, tudo de forma adaptada.

Segundo Guimarães et al (2020), o isolamento social devido a pandemia da COVID-19 fez com que os profissionais de Educação Física ficassem limitados quanto ao local de

atuação e orientação à prática de atividade física, assim como seus respectivos clientes, porém é fato que esse ambiente domiciliar acabou se tornando o principal local para a prática de atividade física, tanto por parte dos profissionais quanto dos clientes, de uma forma completamente adaptada para atuar e colocar em prática toda metodologia do treinamento físico. Ainda nesse estudo, apontam que foi muito importante realizar adaptações para que o serviço fosse ofertado no que diz respeito à parte estrutural e materiais para possibilitar a prática adequado de atividade física, com aulas gravadas e orientações explicativas. Isso impactou de forma positiva tanto para os profissionais quanto para os clientes evidenciando a facilidade e praticidade do serviço bem como prezando pela segurança à saúde no conforto de suas casas.

Com isso fomos estudando todas as estratégias que iria conectar o público-alvo com aquilo que ele mesmo estava buscando. Dessa forma, a comunicação deste profissional em todas as suas Redes Sociais foi ficando cada vez mais forte através de vídeos explicativos, áudios motivacionais, Lives diárias, aonde o público-alvo teria a possibilidade de se inscrever no programa de treinos chamado Personal Online, e escolhendo uma das opções para fazer, casa ou academia. Porém, uma das objeções que observamos desse público e possível cliente eram: “tenho medo de errar os movimentos, como vou ser corrigido se estiver fazendo errado?”. Foi aí que implementamos a ferramenta de análise de movimento, que é uma forma de corrigir o movimento do cliente em forma de vídeo e funciona da seguinte forma: o cliente filma o exercício físico que está proposto no treino dele e coloca em uma comunidade fechada exclusiva de clientes do Facebook, sendo assim o profissional também envia um vídeo corrigindo, dando os feedbacks necessários para aquele movimento que ele executou, apontando o que estaria errado (Imagem 1).

A correção pela biomecânica dos movimentos durante a prática do treinamento físico se fez necessária para que lesões osteomusculares fossem evitadas e para que os resultados do treino físico fossem positivos. O atual desenvolvimento da biomecânica é expresso pelos novos procedimentos e técnicas de investigação, nas quais podemos reconhecer a tendência crescente de se combinar várias disciplinas científicas aplicadas à análise do movimento. Nos últimos anos o progresso das técnicas de medição, armazenamento e processamento de dados contribuiu enormemente para a análise do movimento humano e neste sentido, a biomecânica recorre a um complexo de disciplinas científicas, onde pode se observar uma estreita relação entre as necessidades e exigências da prática esportiva. O relacionamento entre os parâmetros estruturais do movimento faz-se presente, na prática, através da real interdependência entre os

dois parâmetros (qualitativo e quantitativo), dada a natureza da tarefa de movimento a ser realizada. Quanto maior a interdependência tanto mais avançado é o processo de especialização e maturidade do movimento humano durante a prática de exercício físico (AMADIO; SERRÃO, 2007).



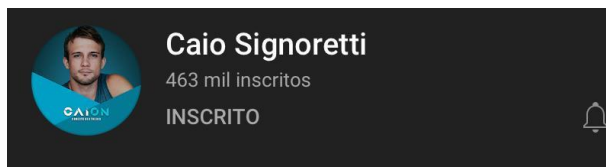
Imagem 1: Ferramenta do programa de treinos Personal Online para correção do movimento realizado pelo cliente durante o exercício físico.

Sendo assim, foi mais um desafio que conseguimos enfrentar, o qual muitos clientes tinham certo receio dos serviços do Personal Trainer Online, antes de entrar para uma consultoria online, pois na cabeça deles estava instalado que somente de forma presencial seria possível corrigir esses detalhes para que ele tivesse resultados.

Dito isso, buscamos as melhores estratégias para divulgar nas Redes Sociais todo conteúdo prático e teórico que seriam necessários para atingir tanto o público de clientes quanto o público de possíveis clientes, para que recebessem todo o suporte de forma a sentirem segurança em contratar uma consultoria online e comprarem o programa de treinos Personal Online. Hoje o profissional busca marcar presença nas Redes Sociais mais visitadas pelo público-alvo a fim de impactar o maior número de pessoas possível com conteúdos gratuitos que somados nas quatro redes Youtube, Instagram, Facebook e Telegram atinge quase 1,5 milhões de pessoas atualmente (Imagem 2).

Dessa forma, todo trabalho desenvolvido com os clientes tem sido cada vez mais desafiador, visto que hoje contamos com quase 10.000 clientes inscritos no programa de treinos Personal Online e temos um canal de suporte para dúvidas que funciona diariamente

para que eles tenham uma melhor experiência no desenvolvimento da consultoria. Assim, a busca pela atualização profissional bem como as experiências práticas vivenciadas tem sido constantemente estudada tanto pelo profissional quanto pelos membros da equipe. Hoje sou responsável por nesse canal de suporte, respondendo as dúvidas dos clientes e encaminhando respostas que foram dadas pelo próprio profissional de Educação Física. Para que o trabalho fosse facilitado, criamos juntos um banco de dados em forma de textos e vídeos explicativos, que são diariamente encaminhados aos clientes de acordo com as dúvidas mais frequentes ou até mesmo dúvidas específicas e individuais.



YouTube



Facebook



Instagram



Telegram

Imagem 2: Seguidores nas redes sociais do profissional de Educação Física responsável pelo programa de treinos Personal Online.

Essa oportunidade de mergulhar no mundo digital e conhecer as possibilidades que o trabalho do profissional de Educação Física pode atingir como Personal Trainer Online vem me surpreendendo cada dia mais, visto que antes eu imaginava que isso só seria possível de forma presencial. Temos uma rotina de trabalho muito intensa, sem horário fixo, afinal, estamos com celulares em mãos a todo o momento, e isso muitas vezes possibilita trabalhar de “qualquer lugar” do mundo desde que tenha internet disponível.

Ainda temos um longo caminho para percorrer, pensamos a todo o momento na criação de novos infoprodutos que complementem o programa de treinos Personal Online, ou até mesmo que seja algo um pouco diferente, porém com o mesmo propósito de transformar

hábitos saudáveis de vida. Hoje nosso maior desafio é estudar as melhores estratégias para atingir ainda mais pessoas para que se tornem clientes, e até mesmo impactar o público-alvo com materiais e dicas gratuitas, gerando valor para essas pessoas e mostrando para elas o quanto é importante cuidar do corpo.

A pandemia devido a COVID-19 influenciou bastante no sucesso e crescimento do trabalho desse profissional no mundo digital, onde foi possível até criar uma equipe, dividir melhor as funções e tarefas e fazer com que cada setor cuide e se responsabilize por sua parte. Dessa forma, uma estratégia que pensamos foi criar uma mentoria para fazer com que mais profissionais da Educação Física se tornem referência no mundo digital e possam cada vez mais criar seu nome e atingir mais pessoas levando seus conhecimentos para promover a prática de atividade física.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As possibilidades que um profissional de Educação Física encontra no mundo digital são muito abrangentes. Devido a pandemia da COVID-19 e o fato do isolamento social, essas possibilidades foram sendo mais vistas e procuradas, principalmente na utilização de Redes Sociais, a fim de atingir o público-alvo que são aqueles que estão em busca de hábitos saudáveis de vida mesmo em ambiente domiciliar, se preocupam com a estética e até mesmo buscam melhorar a performance em algum determinado esporte.

Embora alguns estudos ainda se mostrem escassos sobre a atuação do profissional de Educação Física no mundo digital, como Personal Trainer online, o desafio que este profissional enfrenta ao mergulhar nos estudos do marketing digital está ficando cada vez mais fácil em atingir o público-alvo na promoção da saúde e mostrar a importância da prática regular de atividade física.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, S. R. #sóseforonline: Um estudo sobre hábitos da sociedade em rede a partir da publicidade. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação, XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.
- ALVES, W. P.; CAETANO, M. M. R. O marketing pessoal da geração fitness: como as academias crescem por meio da mídia espontânea das postagens do Instagram. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação. XVII Congresso de Ciências da comunicação na Região Centro-Oeste – Campo Grande – MS, 2015.
- AMADIO, A. C.; SERRÃO, J. C. Contextualização da biomecânica para investigação do movimento: fundamentos, métodos e aplicações para análise da técnica esportiva. Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, v. 21, p. 61-85, 2007.
- AMARAL, S. A. Marketing da informação na Internet: Ações de promoção. Campo Grande: Ed. Uniderp, p. 330, 2004.
- ARROYO, B. J.; FERNANDEZ, G. J.; GARCIA, B. A.; BOCANEGRA, L. A.; RUIZ, G. P. Influencia del valor percibido en la fidelidad de los clientes de actividades virtuales frente a las actividades con tecnico en centros de fitness. Revista de Psicología del Deporte. v. 25, n. 2, p. 219-227, 2016.
- AZEVEDO, M. R.; ARAÚJO, C. L.; SILVA, C. M. HALLAL, P. C. Tracking of physical activity from adolescence to adulthood: a population-baseb study. Trad. Revista Saúde Pública, v. 42, n.1, p. 69 - 75, 2007.
- BASTOS, F. C. Administração Esportiva: área de estudo, pesquisa e perspectivas no Brasil. Motrivivência, ano XV, n. 20-21, março-dezembro, 2003.
- BATISTA, G.; RODRIGUES, R. A construção de Identidade na Geração Fitness do Instragram: a representação do eu e do corpo no ciberespaço. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.
- BRITO, A. A. C.; SILVA, D. S.; AZEVEDO, D. M. Relato de experiência experience report - experience de informe. Revista Escolar Anna Nery, v. 16, n. 2, p. 395-400, 2012.
- BROOKS, D. S. Treinamento personalizado: Passado, presente e futuro. O livro completo para o treinamento personalizado. São Paulo: Phorte, 2004.
- CASTRO, A. L. Culto ao Corpo e Sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. Ed. Annablume. São Paulo. 2003. Apud DANTAS, J. B. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. Rio de Janeiro, 2011.
- CHLEBA, M. Marketing Digital: novas tecnologias e novos modelos de negócios. São Paulo: Futura, 2000.
- CONFED. Carta Brasileira de Educação Física. Rio de Janeiro. 2000.

DRUCKER, P. Management: Tasks, responsibilities, practices. Nova York. Ed. Harper & Row, p. 864, 1973.

FANHANI, A. P. G.; FERREIRA, M. P. Agentes oxidante: seu papel na nutrição e saúde dos atletas. *As-bios: Revista de saúde e biologia*. v. 2, n. 2, 2006.

GALINARI, R. et al. Comércio eletrônico, tecnologias móveis e mídias sociais no Brasil. *BNDES Setorial*, v.41, p.135–180, 2015.

GOETZ, E. R.; CAMARGO, B. V. Escala de atitudes em saúde e estética: construção e validação. *Fractal – Revista de Psicologia*, Rio de Janeiro, v. 26, n. 1, p. 199-222, 2014.

GONÇALVES, A.; VILARTA, R. Qualidade de vida e atividade física: explorando teorias e práticas. Barueri, SP: Ed. Manole, p. 287, 2004.

GUARNIERI, J. C. Academias de ginástica e as opiniões de praticantes de atividade física. Trabalho de Conclusão do Curso de Educação Física - Instituto de Biociências - Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1997.

HUBERT, A; DE LABARRE, M. La dictature de la minceur. *Cahier de nutrition et diététique*. Apud CAMARGO, B. V.; GOETZ, E. R.; BOUSFIELD, A. B. S.; JUSTO, A. M. Representações Sociais do Corpo: Estética e Saúde. 2011.

ISLER, L. G.; ALMEIDA, S. J. C.; MACHADO, A. A. Iniciação e aderência à prática do treinamento personalizado online: foco na atuação de treinadores e clientes. *A Educação Física em Foco* 3. p.98-109, 2019.

JAMIL, G. L. Aspectos do ambiente gerencial e seus impactos no uso dos sistemas de inteligência competitiva para processos decisórios. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 6, n. 2, 2001.

KURYLO, A. P. O universo da consultoria online no treinamento personalizado: um estudo de caso. Trabalho de Conclusão de Curso em Educação física. Ijuí, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2016.

LIEN, N.; LYTLE, L. A.; KLEPP, K. I. Stability in consumption of fruit, vegetables, and sugary foods in a cohort from age 14 to age 21. *Preventive Medicine*, v. 33, n. 3, 2001.

LIMA, V. L.; COELHO FILHO, C. A. A. Saúde, estética e educação física: uma aproximação crítica. *Instrumento*. v.20, n.1, 2018.

MACEDO, F. L.; ROBERTO, T. G. A importância e os benefícios da psicologia do esporte: Revisão da Literatura. *Revista Interciência – IMES Catanduva*, v. 1, n. 5, 2021.

MAGUIRE, J. S. Fit for consumption: Sociology and the business of fitness. Abingdon: Routledge, 2007.

OLIVEIRA, A. L. G.; SILVA, C. L.; NACIF; M. Nível de atividade física em praticantes de musculação de um clube na cidade de São Paulo. *Revista digital*, ano 14, n. 142, 2010.

OLIVEIRA, A. L.; SILVA, M. P. O profissional de educação física e a responsabilidade legal que o cerca: Fundamentos para uma discussão. IX Simpósio Internacional Processo Civilizador, 2005.

OLIVEIRA NETO, L. et al. #TreineEmCasa – Treinamento físico em casa durante a pandemia do COVID-19 (SARS-COV2): abordagem fisiológica e comportamental. Revista Brasileira de Fisiologia do Exercício, 2020.

OLIVEIRA, J. J. Motivos de adesão aos programas de exercícios físicos: um estudo de exploratório com praticantes de academia de musculação e ginástica na cidade de criciúma. Trabalho de conclusão de curso. Universidade de São Paulo. 2011.

PEREIRA, R. F.; LAJOLO, F. M.; HIRSCHBRUCHH, M. D. Consumo de suplementos por alunos de academias de ginástica em São Paulo. Revista Nutri. v. 16, n. 3, 2003.

PEREIRA, C. M. Instruções de Direito Civil. Volume III - Educação Física, 1976.

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Editora Sulina, Coleção Cibercultura, 2009.

REIS, R. S.; PETROSKI, E. L.; LOPES, A. S. Medidas da atividade física: revisão e métodos. Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano. v. 2, n. 1, 2000.

RIBEIRO, I. Exercício Físico é remédio: a atuação dos profissionais de Educação Física em tempos de distanciamento social. Paripiranga, 2021.

RIBEIRO, Marli. Brasileiro é o 3º maior usuário de rede social. Disponível em <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20110502/not_imp713503,0.php>. Acesso em 27 de junho de 2011.

RUSSO, R. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. Movimento & Percepção. v. 5, n. 6, 2005.

RUTTKAY, Z.; VAN WELBERGEN, H. Elbows higher! performing, observing and correcting exercises by a virtual trainer. In: PRENDINGER, H.; LESTE, J.; ISHIZUKA M. (eds) Intelligent Virtual Agents. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008.

SABA F. Aderência: a prática do exercício físico em academias. São Paulo: Manole, 2001.

SILVEIRA, J. A. Responsabilidade civil do profissional de Educação Física. Revista da Educação Física/UEM. Maringá, v. 13, n.1, 2002.

STANGA, A. C.; REZER, R. Concepções de saúde, trabalho docente e o Pro-Saúde: nos caminhos da hermenêutica. Physis. Revista de Saúde Coletiva. v. 25, n. 2, 2015.

US DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES. Physical activity and health: a report of the surgeon general. Atlanta, GA: Department of Health and Human Services. Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, 2003.

WANKEL, L. The importance of enjoyment to adherence and psychological benefits from physical activity. *International Journal Sport Psychology*. v. 24, 1993.