



A INFLUÊNCIA DAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS DIGITAIS
NA PERMANÊNCIA EM PROCESSO DE *PERSONAL TRAINER* A
PARTIR DA PERSPECTIVA DO CLIENTE

Fernanda Cardones

PORTO, 2023



A INFLUÊNCIA DAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS DIGITAIS
NA PERMANÊNCIA EM PROCESSO DE *PERSONAL TRAINER* A
PARTIR DA PERSPECTIVA DO CLIENTE

Dissertação apresentada à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, no âmbito do curso de 2º Ciclo de Estudos conducente ao grau de Mestre da Gestão Desportiva, de acordo com o Decreto-Lei nº. 74/2006, de 24 de março

Orientadora: Professora Doutora Luísa Gagliardini Graça Ávila da Costa

Fernanda Cardones

PORTO, 2023



Cardones, F. (2023). *A Influência das Ferramentas Tecnológicas Digitais na Permanência em Processo de Personal Trainer a partir da Perspectiva do Cliente*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Desportiva, apresentado à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

PALAVRAS-CHAVES: SAÚDE; EXERCÍCIO; *PERSONAL TRAINER*; TECNOLOGIAS DIGITAIS

KEYWORDS: HEALTH; EXERCISE; *PERSONAL TRAINER*; DIGITAL TECHNOLOGIES

DEDICATÓRIA

A todos que trabalham ou trabalharam comigo, transformando vidas.

“A mais rara de todas as qualidades humanas é a consistência”.

Jeremy Bentham

AGRADECIMENTOS

Finalizando essa longa jornada de coração cheio. Foi um caminho intenso e desafiante, que vai além da questão académica, como o surgimento da pandemia, a minha gravidez e o nascimento da minha filha.

Primeiramente, agradeço a FADEUP por todos esses anos de aprendizagem, partilhas e novas amizades, que levarei para a vida. Me despeço com um até logo, pois pretendo não perder o vínculo com essa instituição.

Agradeço imensamente a minha orientadora, Professora Doutora Luísa Gagliardini Graça Ávila da Costa, por toda disponibilidade e conhecimento, sempre com muita simpatia e delicadeza. Fostes um alicerce para a confeção deste trabalho.

Também, agradeço imensamente ao meu marido, meu companheiro de vida, Professor Doutor Rodrigo Zacca, por me motivar a fazer este mestrado desde o momento que cheguei em Portugal, há dez anos. Inspirando-me através do seu trabalho diário.

Agradeço a minha família, minha mãe e meus irmãos, por caminharem junto comigo, mesmo com um oceano entre nós. Ao meu falecido pai, dedico também essa conquista, pois sempre ele me incentivou a nunca parar de estudar.

Por fim, agradeço a joia mais rara e preciosa desta terra, a minha filha, que faz eu mover montanhas para a vê-la feliz. Quero que um dia ela tenha orgulho da sua mãe.

ÍNDICE

DEDICATÓRIA	VII
AGRADECIMENTOS	IX
RESUMO	XIII
ABSTRACT	XV
INTRODUÇÃO	1
1. REVISÃO DA LITERATURA	5
1.1. Saúde	5
1.2. Exercício	6
1.3. <i>Personal Trainer</i>	8
1.4. Motivações e barreiras para a adesão e permanência em processos de PT	11
1.5. Ferramentas tecnológicas digitais; <i>Wearables</i> e Aplicativos Móveis	13
2. PERCURSO METODOLÓGICO	17
3. APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	23
3.1. Perfil do entrevistado	23
3.2. Relevância do histórico da experiência pessoal no processo de PT	24
3.3. Principais fatores de adesão no processo de PT	37
3.4. Principais fatores de permanência no processo de PT	39
3.5. Principais resultados esperados no processo de PT	42

3.6. Tipos de tecnologia digital utilizados e desejados – Rastreadores	45
autónomos vestíveis (wearables) e aplicação móvel (App`s) no telemóvel	
3.7 Planeamento no processo de PT através da tecnologia digital	54
CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS	65

RESUMO

A tecnologia digital aplicada ao mundo *fitness*, em especial os *wearables* (tecnologias vestíveis) e aplicativos móveis, ganham destaque a cada ano, visando, principalmente, potencializar os resultados dos seus utilizadores. Entretanto, pouco se sabe sobre a perspectiva dos indivíduos (clientes), que buscam o serviço de um *personal trainer* (PT), em relação aos benefícios das ferramentas digitais no seu programa de exercícios e na sua relação com o profissional que presta este serviço. Os objetivos desta pesquisa são compreender: i) quais os principais fatores que contribuem para a permanência do cliente no serviço de *personal trainer*. ii) a importância da utilização de ferramentas tecnológicas digitais para a permanência do cliente no processo de manutenção dos programas de exercício; e iii) a influência das ferramentas tecnológicas na monitorização dos resultados, na percepção e na compreensão do cliente sobre os mesmos. O percurso metodológico seguido, de natureza qualitativa exploratória, consistiu na realização de doze entrevistas semiestruturadas com clientes de *personal trainer*. Foi feito o recurso à técnica da análise de conteúdo para o tratamento, análise e interpretação dos dados. Todas as entrevistas foram integralmente gravadas e transcritas, no sentido de permitir a sua exaustiva audição e leitura. A partir da análise e interpretação dos dados foi possível verificar que as variáveis disponíveis nas ferramentas tecnológicas ainda não são amplamente exploradas no processo de treino, e os clientes auscultados, até o momento, não compreendem a sua real utilidade. Desta constatação resulta a conclusão da pertinência e oportunidade que representa para os *personal trainers* a utilização e exploração dos *wearables* e os aplicativos móveis na monitorização dos resultados, visando transmitir aos seus clientes a importância destas ferramentas e facilitar a consciência e o alcance dos objetivos traçados com o cliente. Assim, a utilização de *wearables* e/ou aplicativos móveis com a supervisão do *personal trainer* parece ser uma mais-valia para atingir os resultados desejados, pois esses resultados estão relacionados com tudo que fazemos ao longo do dia e não apenas com o momento do treino.

PALAVRAS-CHAVE:

SAÚDE; EXERCÍCIO; *PERSONAL TRAINER*; TECNOLOGIAS DIGITAIS

ABSTRACT

Digital technology applied to the fitness world, especially wearables and mobile applications, gain importance every year, aiming, mainly, at enhancing the results of its users. However, little is known about the perspective of individuals (clients) who seek the service of a personal trainer (PT) in relation to the benefits of digital tools in their exercise program, and their relationship with the professional who provides this service. The aims of this research are to understand: i) what are the main factors that contribute to the permanence of the client with the personal trainer service. ii) the importance of using digital technological tools for the client's permanence in the process of maintaining exercise programs; and iii) the influence of technological tools in monitoring the results, in the client's perception and understanding of them. The methodological approach, followed of an exploratory qualitative nature, consisted of carrying out twelve semi-structured interviews with personal trainer clients. The technique of content analysis was used for the treatment, analysis, and interpretation of data. All interviews were fully recorded and transcribed, to allow for their exhaustive listening and reading. From the analysis and interpretation of the data, it was possible to verify that the variables available in the technological tools are not yet widely explored in the training process, and the clients consulted, so far, do not understand their real usefulness. This finding results in the conclusion of the pertinence and opportunity that represents for personal trainers the use and exploration of wearables and mobile applications in monitoring results, aiming to convey to their clients the importance of these tools and facilitate the awareness and achievement of the objectives outlined with the client. Thus, the use of wearables and/or mobile applications under the supervision of a personal trainer seems to be an advantage to achieve the desired results, as these results are related to everything we do throughout the day and not just the moment of training.

KEYWORDS:

HEALTH; EXERCISE; PERSONAL TRAINER; DIGITAL TECHNOLOGIES

INTRODUÇÃO

A saúde e o exercício assumem um papel crucial na sociedade contemporânea. Ao longo dos anos, o interesse pela longevidade da população mundial aumentou, e as áreas da saúde, ciência e tecnologia a ela dedicadas ganharam uma maior visibilidade (Soulé, 2021). Porém, com a chegada da pandemia COVID-19, essa realidade alterou, e a falta de atividade física e o sedentarismo aumentaram no mundo inteiro (Hall et al. 2021). Neste contexto, destacaram-se e proliferaram os treinos on-line com um profissional de treinamento físico personalizado (*Personal Trainer, PT*) e treinos online com aulas gravadas (Daveri et al. 2022). Nos últimos anos que antecederam a pandemia COVID-19, Portugal aumentava a passos largos o número de clientes em ginásios, com um aumento de ~62 mil clientes em 2018 comparado ao ano de 2016 (Barómetro da AGAP, 2018). Porém, atualmente já é possível observar que os números pré-pandemia estão a retornar, pois as taxas de cancelamentos em ginásios em 2020 que chegaram a atingir ~98%, diminuíram para ~63% em 2021 (Barómetro da AGAP, 2021). Desde há várias décadas que a literatura nos vai mostrando que esse tipo de crescimento se deve a causas multifatoriais, como a valorização da atividade física desportiva no contexto social e profissional, seus potenciais benefícios físicos e psicológicos, e uma melhor qualidade de vida e bem-estar nos praticantes (Pedragosa e Correia, 2006).

Já é bem reportado, desde a pré-história (Parrot et al. 2020), que manter o corpo em movimento, seja praticando atividade física (atividades diárias) ou se exercitando (i.e., uma atividade física programada, planeada e estruturada), é um dos fatores que contribuem para uma vida saudável (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Neste sentido, para atingir o resultado desejado, é preciso aliar os componentes relacionados com a saúde, a gestão da qualidade do sono, a alimentação e o stress (Liguori e American College of Sports Medicine 2020). Mesmo ciente dos inúmeros benefícios de saúde, sociais e pessoais que o movimento pode trazer à pessoa, é possível sempre observar atitudes de resistência em aderir a praticar exercícios físicos e permanecer neste

processo por tempo prolongado, fazendo com que os profissionais da saúde enfrentem esse desafio (Telles, 2016). Motivos como a ausência de motivação, tempo escasso, falta de acesso aos ginásios, problemas de saúde, falta de dinheiro e ausência de energia fazem com isso ocorra (Telles, 2016; Kiesseling II e Armbruster, 2016). Segundo Segar (2017), ajudar as pessoas a alcançar satisfação imediata de bem-estar é mais motivador do que um “porquê” de um futuro incerto, ficando assim evidente que as pessoas tendem a ser mais reativas do que preventivas.

Um profissional de Educação Física que atenda como profissional de treinamento físico personalizado (PT), em trabalho com dois clientes, no máximo em uma mesma sessão (PT duo), pode ajudar a implementar estratégias de exercício na rotina de seu cliente e ensiná-lo a aproveitar o tempo ao máximo fora do horário do ginásio (Bracko, 2019). Manter-se muitas horas sentado está associado com malefícios para a saúde (e.g. muitas horas sentado na secretária provoca alterações metabólicas; 6 horas sentado equivale proporcionalmente a 1 hora de treino) e o exercício pode atenuar alguns destes danos (Kiessling II e Armbruster, 2016). Assim, a prática de exercícios com PT's é aceite como um investimento para a saúde, para o bem-estar e consequentemente para a qualidade de vida (Bracko, 2019). Então, revela-se muito importante que o cliente que treina com PT, dentro de um ginásio, ao ar livre ou em sua residência, perceba sua evolução, estagnação ou até mesmo involução (de forma qualitativa e quantitativa), pois esta percepção pode ajudá-lo a melhorar sua permanência no exercício (Telles et al. 2016). A quantificação contribui para a tomada de consciência do cliente sobre a sua evolução e o seu percurso. Temos hoje, ao nosso dispor, ferramentas tecnológicas digitais (monitores) que em muito podem contribuir para essa mensuração. Para Lyon et al. (2017), esses monitores variam de pedómetros básicos a dispositivos vestíveis com vários sensores que se conectam a aplicativos móveis complexos.

É, por isso, importante considerar que mesmo estabelecendo uma relação mútua entre PT e cliente, existem diferentes percepções do trabalho que está se desenvolvendo (Freeman, 2019). Se por um lado a percepção do PT perante

cliente, suas expectativas e frustrações em relação aos resultados desejados e os resultados realmente alcançados é relevante, a percepção do cliente perante o trabalho que vai sendo desenvolvido pelo PT também é muito importante (Freeman, 2019). Assim, é sobre esta percepção cliente-resultado que este estudo foi desenvolvido. Nielsen et al. (2014) sugerem que existe uma maior permanência nas atividades desportivas em equipa por ser mais prazerosa, gerando assim maior motivação intrínseca de cada um dos participantes, diferentemente de quem dependa apenas da motivação extrínseca como a expectativa de melhor saúde.

Desde a pré-história procura-se socializar em grupo através do exercício, então percebe-se uma necessidade humana dessa interação coletiva (Parrot et al. 2020). Porém, essa não é a realidade da relação “PT-cliente”. Por sua vez, o rastreamento autónomo vestível (*wearables*) oferece partilha online dos seus resultados em comunidades na web, sendo um dos motivos do aumento de sua popularidade (Segar, 2017). Existe interação em grupo, porém virtualmente.

Kiessling II e Armbruster (2016) sugerem que os profissionais da aptidão física (i.e., do fitness) entendem como os rastreadores autónomos vestíveis (*wearables*) afetam os padrões de movimento humano. *Wearables* são multidimensionais e se concentram em muitos dos aspetos comportamentais que afetam a saúde e o bem-estar de uma pessoa. *Wearables* podem rastrear desde o movimento, sono e nutrição (Kiessling II e Armbruster, 2016; Scheid e Lupien 2021). Para isso, deve-se compreender no que concerne às competências do PT, o que realmente o cliente busca neste serviço, e se as ferramentas tecnológicas digitais contribuem para que o cliente seja mais fisicamente ativo (Soulé et al. 2021). Torna-se importante neste processo monitorizar as flutuações da sua permanência (Soulé et al. 2021).

A tecnologia digital está cada vez mais presente no processo de treino, seja através de *wearables*, seja através do recurso a aplicativos móveis (App's) no telemóvel (Segar, 2021). Porém, perante todo o avanço da ciência e da tecnologia na saúde, será que essa tecnologização só traz benefícios? Para Scheid e Lupien (2021) monitorar a saúde pode fazer com que as pessoas que

utilizam *Wearables* desenvolvam um foco obsessivo e extremo, como por exemplo conduzindo ao aumento das metas de exercício e levando à possibilidade de se tornarem insalubres. Este tipo de processos revelam-se, assim, contraditórios, pois os comportamentos que inicialmente visariam o objetivo da saúde poderão gerar doenças, sejam físicas ou psicológicas. A literatura abre-nos, deste modo, um vazio que urge procurar compreender e explorar, nomeadamente o que concerne ao papel e influência das ferramentas tecnológicas digitais com o exercício.

Assim, a partir das questões de partida lançadas pelo confronto com a literatura, definimos que os principais objetivos deste trabalho são: compreender i) quais os principais fatores que contribuem para a permanência do cliente no serviço de PT e quais as suas relações com fatores encontrados na literatura como a relação prazerosa com o processo de treino, ou apenas pelos seus resultados finais; ii) a importância da utilização de ferramentas tecnológicas digitais para a permanência do cliente no processo de manutenção do exercício; e iii) a influência das ferramentas tecnológicas na monitorização dos resultados, bem como na perceção e compreensão do cliente sobre os mesmos. Este estudo pretende contribuir para uma melhor compreensão da relevância das ferramentas tecnológicas digitais para a permanência no exercício como recurso a PT's.

1. REVISÃO DA LITERATURA

1.1 Saúde

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), o conceito de saúde se define não apenas pela ausência de afeções e enfermidades, mas por um estado de equilíbrio entre o bem-estar físico, mental e social. Para Kiessling II e Ambruster (2016) e Liguori e American College of Sports Medicine (2020) a saúde está relacionada com o estilo de vida e não apenas o que a pessoa faz no momento do treino. Torna-se, assim, um assunto que abrange diferentes campos da ciência, que ao mesmo tempo, estão totalmente interligados. Deste modo, a busca incansável por ser saudável ou ter saúde, requer o estabelecimento de um estilo de vida apropriado, que, muitas vezes, exige a alteração de rotinas diárias em prol do envelhecimento saudável e da tão desejada longevidade. Porém, Segar (2017), através de sua pesquisa realizada, sugere que as pessoas se motivam mais com sensação imediata de bem-estar do que com um «porquê» que visa alcançar um resultado no futuro que é incerto. Então, a dedicação a um estilo de vida para viver mais, com o objetivo da prevenção de problemas futuros com a idade, parece não prevalecer, tornando-se o imediatismo da sensação de bem-estar momentâneo o protagonista. Em outro prisma, para Segar (2017) definir pequenos «porquês» em forma de planos semanais poderá colaborar para o sucesso.

Recentemente, o mundo vivenciou a pandemia COVID-19, fazendo com que as pessoas reduzissem a mobilidade ao ar livre e o fechamento dos ginásios fizeram com que restringissem as suas rotinas (Hall et al. 2020), buscando outros recursos para se manterem ativas, com o intuito de preservar a saúde que, nesse momento, a humanidade começou a valorizar ainda mais. Hall (2020) refere que o mundo já convive com outra pandemia, a inatividade física (i. g. sedentarismo). E, neste contexto, a falta de atividade física e o sedentarismo aumentaram ainda mais no mundo inteiro (Hall et al. 2021). Também em relação ao convívio social, que engloba o conceito de saúde, as interações humanas ficaram restritas neste

período pandémico, logo as pessoas começaram a arranjar alternativas de manutenção da saúde e interações. Então, destacaram-se e proliferaram os treinos on-line com um profissional de treinamento físico personalizado (*Personal Trainer*, PT) e treinos online com aulas gravadas (Daveri et al. 2022), sendo que nas aulas gravadas não existe nenhuma interação entre o PT e o cliente. Consequentemente, os aplicativos *fitness* ganharam ainda mais adeptos (Hall et al. 2021), alterando as relações interpessoais nas sociedades através do exercício. Estes aplicativos móveis fizeram com que as pessoas se envolvessem de uma forma diferente com os desportos e atividade física (Soulé et al. 2021).

Nos últimos anos que antecederam a pandemia COVID-19, Portugal investia no mercado milionário, o mercado do *fitness*, através do aumento no número de clientes em ginásios, que aumentou de ~62 mil clientes em 2018 comparado com o ano de 2016 (Barómetro da AGAP, 2018), no total de ~592,8 mil clientes, com faturação total de aproximadamente 264 milhões de euros (Barómetro da AGAP, 2018). Atualmente, já é possível observar que os números pré-pandemia estão a retornar, pois as taxas de cancelamentos em ginásios em 2020 que chegaram a atingir ~98%, diminuíram para ~63% em 2021 (Barómetro da AGAP, 2021). Desde há várias décadas que a literatura nos vai mostrando que esse tipo de crescimento se deve a causas multifatoriais, como a valorização da atividade física desportiva no contexto social e profissional, seus potenciais benefícios físicos e psicológicos, e uma melhor qualidade de vida e bem-estar nos praticantes (Pedragosa e Correia, 2006). Num mais global alterar o comportamento (i. e. estilo de vida), reconfigurando preferências pessoais, pode ser considerada uma dessas mesmas causas multifatoriais com impacto na promoção e desenvolvimento da saúde (Lyons, 2017).

1.2. Exercício

Já é bem reportado, desde a pré-história (Parrot et al. 2020), que manter o corpo em movimento, seja praticando atividade física (atividades diárias) ou se exercitando (i.e., uma atividade física programada, planeada e estruturada), é um dos fatores que contribuem para uma vida saudável (Liguori e American

College of Sports Medicine, 2020). A atividade física se difere do exercício, pois consiste em qualquer movimento corporal produzido pela contração de músculos esqueléticos que resulte num aumento substancial dos requisitos calóricos sobre o gasto energético em repouso (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Já o exercício entende-se como qualquer atividade física realizada de forma planeada, estruturada e repetida, com foco na melhoria ou manutenção de um ou mais componentes da aptidão física (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020).

Já a aptidão física é definida como a capacidade de realizar tarefas diárias com vigor e alerta, sem fadiga indevida, e com ampla energia para desfrutar de atividades de lazer e enfrentar emergências imprevistas (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Aliado aos seus componentes, relacionados com a saúde (capacidade e potência cardiorrespiratória, composição corporal, força muscular, resistência muscular, flexibilidade) e com as habilidades (agilidade, coordenação, equilíbrio, potência, tempo de reação e velocidade) (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020), a gestão da qualidade do sono, da alimentação e dos níveis de estresse contribuem para alcançar o resultado desejado (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Então, é preciso aliar todos esses componentes para atingir o resultado desejado.

Este trabalho terá uma maior ênfase no exercício, pois esse é a maior área de atuação do *Personal Trainer*, porém subentende-se que todos esses componentes citados anteriormente estejam englobados. Considera-se um programa de exercícios perfeito aquele que seja individualizado e promova prazer e retenção (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Para se manter saudável, a recomendação é que adultos precisam de 150 a 300 minutos de atividade aeróbia de intensidade moderada semanalmente, ou 75 a 150 minutos por semana de atividade física aeróbia de intensidade vigorosa (ou equivalente a combinação de exercícios aeróbios de intensidade moderada e vigorosa). Além disso, mulheres e homens são encorajados a fazer exercícios físicos de fortalecimento muscular que envolvam todos os músculos (Liguori e

American College of Sports Medicine, 2020). Resumindo, trata-se fundamentalmente de treino cardiovascular e de força.

Muitas pessoas acham que a única maneira de ficar em forma é entrar em um ginásio (Kiehl et al., 2016), mas se a pessoa não gosta de ginásio, as chances de desistência serão maiores. Nesse sentido, eliminar situações que aumentem a chance de desistência, e a consequente frustração, parece ser um bom pressuposto a procurar. Para Bracko (2019) no momento de contratação de um profissional do treinamento, cliente e treinador devem certificar-se de que alguns aspectos de entendimento e informação essenciais foram abordados e esclarecidos, nomeadamente a ausência de motivação, escassez de tempo, falta de acesso aos ginásios, problemas de saúde, falta de dinheiro e ausência de energia, já que estes fatores se encontram descritos na literatura como se situando na origem de muitas das dificuldades de adesão e permanência ao treino (Telles, 2016). Entretanto, no que diz respeito a aspectos motivacionais, Lyons e Swartz (2017) sugerem que uma pessoa consegue se motivar de uma maneira tanto maior e mais autónoma com prazer intrínseco da atividade física e assegurando afinidade e relação com os seus valores pessoais.

Contudo, atribuir a falta de exercício ao fato de não poder ou não gostar de ginásio pode revelar-se equivocado, pois no período em que não pôde ser frequentado ginásio, o treino on-line se destacou, e o mercado adaptou-se, oferecendo serviço híbridos de fitness (presencial e/ou *online*) que ainda hoje é realidade (Fusco et al. 2022). Portanto, independentemente da situação, a regularidade do exercício constitui um fator determinante para que os resultados apareçam de uma forma consistente (Scheid, 2021).

1.3 Personal Trainer

Um profissional de Educação Física que atenda como profissional de treinamento físico personalizado (PT), em trabalho com dois clientes, no máximo em uma mesma sessão (PT duo), pode ajudar a implementar estratégias de exercício na rotina de seu cliente e ensiná-lo a aproveitar o tempo ao máximo

fora do horário do ginásio (Bracko, 2019). Então, o *Personal Trainer*, através do entendimento da condição física em que o seu cliente se encontra, ajudá-lo-á a alcançar os objetivos traçados (Bracko, 2019).

Mas, para alcançar com êxito o objetivo do cliente, será que apenas o tempo de trabalho na presença do *Personal Trainer* bastará? Manter-se muitas horas sentado está associado a diversos malefícios a saúde (e.g. muitas horas sentado na secretária provoca alterações metabólicas; 6 horas sentado equivale proporcionalmente a 1 hora de treino) e o exercício pode atenuar alguns destes danos (Kiessling II e Armbruster, 2016). Porém, neste caso, a relação custo-benefício se iguala, não havendo maiores ganhos na saúde. Outros exemplos, como quando o cliente estagnou no processo de evolução no treino porque está a lutar contra um vírus, a mudar de emprego ou teve o sono limitado durante a semana devido a uma criança doente em casa (Freeman, 2019), constituem circunstâncias a levar em consideração, na ponderação desta relação custo-benefício. Por isso, controlar essas variáveis (i. e. o que o a pessoa faz na sua rotina diária) torna-se de extrema importância para o sucesso e satisfação do cliente e do seu PT.

Neste contexto, considerar que uma pessoa seja sedentária, ou com problemas de saúde, deseja melhorar a sua condição física e de saúde, requer também o monitoramento da sua rotina. Este aspeto mostrou-se particularmente evidente na pandemia COVID-19. Então, muitos indivíduos começaram a buscar orientação sobre exercícios com PT (Waryasz et al. 2016), através de treinos online. Já as diferentes práticas desses profissionais com relação às implicações clínicas são desconhecidas, nomeadamente no que se refere à eficácia na prescrição ou ao impacto de lesões nos seus clientes (Waryasz et al. 2016). Para Telles (2016) o PT, perante a enorme variabilidade de programa de exercícios que tem ao seu dispor, deve, primeiramente, considerar a segurança dos seus clientes nas sessões de treino (Waryasz et al. 2016). Assim, a prática de exercícios com PT's é aceite como um investimento para a saúde, o bem-estar e consequentemente para a qualidade de vida (Bracko, 2019).

Segundo NSCA (Melo et al. 2008) PT's são profissionais que usam uma

abordagem individualizada, responsável por avaliar, motivar, educar e treinar clientes. Para Freeman (2019), fazer uma consultoria com um PT, seria usar a ciência como base para criar uma estrutura de treino; incentivar usando comentários positivos; rastrear as intensidades das sessões de treino, através da periodização; monitorar as variáveis como frequência cardíaca, séries, repetições, volume total/distância, cadência, dentre outras funções (Freeman, 2019). Então, esse perfil de PT é sugerido para gerentes de equipes de PT's (Freeman, 2019). Mas, para Abbott e O'Connell (2021), o PT tem de ser treinado para saber lidar com a inteligência emocional do seu cliente. Por isso, torna-se importante delinear muito bem o objetivo no processo de PT.

Geralmente, as competências exigidas para ser um PT são: anatomia, biomecânica, fisiologia do exercício, saúde e estilo de vida, planejamento de programa de exercício e doenças crônicas (Melton et al. 2008). Mas não é necessário nenhum conhecimento na área da psicologia? Pois são relações humanas que se estabelecem na busca de objetivos delineados. Por isso, para Abbott e Connell (2021) o PT precisa, não apenas de conhecimentos técnicos da área e talvez habilidades empreendedoras, mas também nas habilidades de relacionamento, que estão presentes nas construções de inteligência emocional (Abbott e Connell, 2021). Em Portugal, de acordo com o Instituto Português do Desporto e da Juventude (IPDJ; <https://ipdj.gov.pt/>), órgão responsável pelas licenças na área do desporto, para atender como *Personal Trainer* deve-se ter a Cédula de Técnico do Exercício, neste caso, com supervisão; e de Diretor Técnico, podendo atuar sem supervisão. Neste contexto, segundo Abbott e O'Connell (2021) o PT é treinado para ser um especialista em *design* e execução de programas de condicionamento físico, capaz de fazer com que o seu cliente atinja as suas metas relacionadas a saúde e bem-estar. Sendo assim, contribui para uma melhoria do estilo de vida do seu cliente.

Por isso, considera-se que, mesmo estabelecendo uma relação mútua entre PT e cliente, existem diferentes percepções do trabalho que está se desenvolvendo (Freeman, 2019). Se por um lado a percepção do PT perante o cliente, suas expectativas e frustrações em relação aos resultados desejados e os resultados

realmente alcançados é relevante, a percepção do cliente perante o trabalho que vai sendo desenvolvido pelo PT também é muito importante (Freeman, 2019). Assim, é sobre esta percepção cliente-resultado que este estudo foi desenvolvido. Nielsen et al. (2014) sugerem que existe uma maior permanência nas atividades desportivas em equipa por ser mais prazerosa, gerando assim maior motivação intrínseca de cada um dos participantes, diferentemente de quem dependa apenas da motivação extrínseca como a expectativa de melhor saúde. Desde a pré-história (Parrot et al. 2020) procura-se socializar em grupo através do exercício, que teve início com a dança, servindo na época como meio de comunicação, namoro, socializar e treinar, sendo os primeiros registos de exercício intencional. Então, compreende-se uma necessidade humana dessa interação coletiva, porém, a realidade da relação PT-cliente é específica e mais circunscrita (i. e. trata-se apenas da interação entre os dois neste processo).

1.4. Motivações e barreiras para a adesão e permanência em processos de PT

É importante ressaltar que existe diferença entre adesão e permanência, sendo a adesão o momento inicial da relação PT-cliente, e permanência a continuidade deste processo (Telles et al. 2016). O processo de iniciação é, muitas vezes, demorado pois requer consciência e atitude do futuro cliente do PT, mas o processo de permanência do cliente neste serviço é mais complexo para o PT, pois o cliente tem de estar satisfeito para continuar.

Mesmo ciente dos inúmeros benefícios de saúde, sociais e pessoais que o movimento pode trazer à pessoa, é possível sempre observar atitudes de resistência em começar a prática de exercícios físicos e em permanecer no processo por tempo prolongado, fazendo com que os profissionais da saúde enfrentem esse desafio (Telles, 2016). Segundo McAuley et al. (2000), a adesão e a manutenção do exercício têm sido argumentadas como resultados da influência do PT. Então, a adesão e a manutenção estão relacionadas à autoeficácia, especificamente experiências de domínio, relações sociais e estado de habilidade psicológica ou mental (McAuley et al. 2000). Assim,

aconselhar, motivar e ensinar as melhores práticas para os seus clientes de PT parece fazer todo o sentido ao longo do processo. Para Wayment e Mc Donald (2017) para permanecer no processo de treino com o PT, as necessidades psicológicas básicas, como a motivação intrínseca e a autoeficácia são os fatores importantes. Então, o PT deve ser capaz de fazer com que o seu cliente treine com a convicção que está a realizar com empenho, em busca dos seus objetivos.

Freedman (2019) sugere existir diferentes personas como PT, e que cada uma delas deve levar em consideração os prós e contras na hora do futuro cliente escolher o seu PT mais adequado. Esses profissionais podem ter uma abordagem de diversos tipos: consultivo; investigador; autoritário; extravagante e o “sabor do dia” (Freedman, 2019). O match entre estes tipos de perfis e as expectativas do cliente determinará a maior ou menor facilidade de existir uma identificação do cliente com o PT, assim como a maior ou menor probabilidade de permanência no serviço. Um cliente que prioriza as relações humanas, momentos descontraídos prazerosos é muito diferente de quem busca resultados numéricos de rendimento. O que tem de prevalecer, primeiramente, é o objetivo do cliente e não do PT (Freeman, 2019).

Daqueles que começam o processo de PT, estima-se que 50% não permanecerão na atividade após 6 meses (Segar, 2017). Isso parece ser contraditório, pois dados relativos à obesidade e estilo de vida sedentários sugerem que os PT’s continuarão a ser muito requisitados (Abbott e O’Connel, 2021). Entretanto, de acordo com Telles et al. (2016), é muito relevante que o cliente que treina com PT, dentro de um ginásio, ao ar livre ou em sua residência, perceba sua evolução, estagnação ou até mesmo involução (de forma qualitativa e quantitativa), pois esta percepção pode ajudá-lo a melhorar sua permanência ao exercício. A quantificação contribui para a tomada de consciência do cliente sobre a sua evolução e o seu percurso. E, mesmo que o cliente não valorize esse controle das variáveis do processo de treino, se o PT o fizer (i. e. faz parte das suas funções), poderá salvaguardar-se caso um dia o cliente mude de ideia. Estudos sugerem que um PT pode ajudar os clientes a atingirem metas que, se

fosse de outra forma, poderiam decepcionar-se a treinarem sem supervisão de um profissional (Abbott e O'Connell, 2021).

1.5 Ferramentas tecnológicas digitais; *Wearables* e Aplicativos Móveis

A tecnologia digital está cada vez mais presente no processo de treino, seja através do recurso a rastreadores autónomos vestíveis (*wearables*) ou de aplicativos móveis (APP's) no telemóvel (Segar, 2017). Essas ferramentas, que foram projetadas principalmente para aumentar o movimento, surgem e desaparecem recorrentemente na indústria, mas atualmente esses pequenos dispositivos têm vindo a despertar o interesse de milhões de pessoas e estando a consolidar-se no mercado rapidamente. Kiessling II e Armbruster (2016) sugerem que os profissionais da aptidão física (i.e. do fitness) entendam como os *wearables* afetam os padrões de movimento humano. Os *wearables* são multidimensionais e se concentram em muitos dos aspetos comportamentais que afetam a saúde e o bem-estar de uma pessoa, através do automonitoramento. Segundo Scheid e Lupien (2021), esse automonitoramento mostrou-se uma estratégia bem-sucedida para atingir certos objetivos de saúde como a perda de peso, por exemplo.

Wearables podem rastrear desde o movimento, sono e nutrição (Kiessling II e Armbruster, 2016; Scheid e Lupien 2021). Um dos motivos do sucesso desse automonitoramento é gerar consciência do movimento e exercício ao longo do dia, bem como a ingestão calórica, através do rastreamento em tempo real, aliado às metas e objetivos determinados nos rastreadores ou aplicativos (Scheid e Lupien 2021) e, ainda, com recebimento de lembretes pré-agendados ou até mesmo chamadas. Também, os *wearables* representam uma grande oportunidade para facilitar o movimento dentro de uma determinada população que parece inatingível através da entrega tradicional do fitness (Kiessling II e Armbruster, 2016). As pessoas parecem se interessar por esse tipo de ferramenta, e começando a se desafiar a cada dia e, ao perceberem a evolução com o cumprimento das metas, a motivação tende a aumentar.

Então, para aliar o trabalho do PT com o uso dessas ferramentas tecnológicas digitais, deve-se compreender no que concerne às competências do PT, o que realmente o cliente busca neste serviço personalizado, e se as ferramentas tecnológicas digitais contribuem para que o cliente seja mais fisicamente ativo (Soulé et al. 2021). Torna-se importante neste processo monitorizar as flutuações da sua permanência (Soulé et al. 2021). Essas flutuações podem ir ao encontro do relatório do monitor (e. g., cansaço por uma noite mal dormida, alimentação ruim, sobrecarga no treino). Porém, como descrito anteriormente, as pessoas procuram, desde sempre, as relações humanas, o convívio pessoal, aspectos aos quais a tecnologia pode ainda apresentar dificuldades em responder, ainda que o PT possa proporcionar momentos prazerosos nesta relação.

Talvez o ideal fosse aliar a utilização das ferramentas tecnológicas disponíveis no mercado com as relações humanas, uma vez que a função do PT é proporcionar inúmeros benefícios fisiológicos, psicológicos e sociais ao seu cliente, através do exercício (McClaran, 2003). Então, os PT's poderiam recorrer a diferentes ferramentas para acompanhar e monitorar seus clientes, ao mesmo tempo, desfrutar de momentos prazerosos com o seu PT. Portanto, faria sentido perceber que, mensurar a evolução desde o seu estado inicial fazendo uso de ferramentas tecnológicas poderia auxiliar o cliente a superar barreiras (e.g., adotando rotinas saudáveis), sendo assim uma estratégia interessante na permanência do cliente ao serviço de PT (Telles et al. 2016). Mas, para Soulé (2021) pode ser apenas interesse comercial das empresas na venda de ferramentas de monitorização de resultados de treinamento físico para PT, sugerindo que as relações interpessoais prevalecem.

Essas ferramentas tecnológicas digitais que disponíveis no mercado podem efetivamente contribuir para essa mensuração de resultados. Para Lyons e Swartz (2017), esses monitores variam de pedômetros básicos (marcadores de passos) a dispositivos vestíveis com vários sensores que se conectam a aplicativos móveis complexos. Parecem infinitas as possibilidades de evolução. Por sua vez, *wearables* oferecem partilha online dos seus resultados em

comunidades na *web* (Segar, 2017), bem com as APP's, sendo um dos motivos do aumento de sua popularidade (Segar, 2017). Existe interação em grupo, no entanto, esta acontece sobretudo virtualmente.

Mesmo com todo avanço da ciência na saúde e da tecnologia, será que essa fusão só traz benefícios? Para Scheid e Lupien (2021) monitorar a saúde pode fazer com que as pessoas que utilizam *wearable* desenvolvam um foco obsessivo e extremo, como aumento das metas de exercício e tornarem-se insalubres. Um outro conflito que pode emergir com a utilização das APP's, é o consumo excessivo podendo gerar frustração ou alteração no comportamento social (Soulé 2021). Ambos autores abordam essa situação, por isso alegam que podem conduzir a uma série de resultados negativos, principalmente se o automonitoramento for operacionalizado sem acompanhamento de algum profissional da saúde. Entre os possíveis resultados nefastos poderão estar distúrbios alimentares, baixa autoestima (i.g, por não estar a atingir suas metas diárias) e percepção negativa do corpo (Scheid e Lupien, 2021)

Neste cenário torna-se contraditório que um movimento que visa a saúde possa gerar doenças, sejam físicas ou psicológicas. A literatura abre-nos, deste modo, um vazio que urge procurar compreender e explorar, nomeadamente o que concerne ao papel e influência das ferramentas tecnológicas digitais com o exercício.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

O crescimento da tecnologia, aliado à busca da saúde, bem-estar e qualidade de vida, nos levaram a refletir sobre a utilização das ferramentas tecnológicas digitais no serviço de PT, através do olhar do cliente (i. e. o consumidor final). Será que realmente é relevante para o cliente a utilização dessas ferramentas? Qual a preponderância da utilização das ferramentas tecnológicas digitais e de que forma influenciam todo o processo de treino com o PT?

Assim, a partir dessas questões lançadas pelo confronto com a literatura, definimos que os principais objetivos deste trabalho são compreender: i) quais os principais fatores que contribuem para a permanência do cliente no serviço de PT e quais as suas relações com fatores encontrados na literatura como a relação prazerosa com o processo de treino, ou apenas pelos seus resultados finais; ii) a importância da utilização de ferramentas tecnológicas digitais para a permanência do cliente no processo de manutenção do exercício; e iii) a influência das ferramentas tecnológicas na monitorização dos resultados, bem como na percepção e compreensão do cliente sobre os mesmos. Assim, este estudo pretende contribuir para uma melhor compreensão da relevância das ferramentas tecnológicas digitais para a permanência no exercício como recurso a PT's.

As questões de partida levantadas pelo processo de revisão da literatura constituíram o motor de base para a identificação de critérios de escolha e seleção do grupo de estudo, bem como para a identificação de categorias temáticas à priori a serem abordadas e analisadas com a realização das entrevistas:

Categorias Temáticas em análise:

- A. Histórico da experiência pessoal num processo de PT
- B. Principais fatores que influenciam a motivação para a adesão no processo de PT
- C. Principais fatores que influenciam a motivação para a permanência no processo de PT
- D. Principais resultados esperados de um processo de PT

- E. Tipos de tecnologia digital utilizados e desejados – Rastreadores autónomos vestíveis (*wearables*) e aplicação móvel (App`s) no telemóvel
- F. Planeamento do processo de PT através da tecnologia digital

Procurando iluminar estas categorias temáticas, e mantendo os objetivos da pesquisa em mente, procedeu-se à elaboração de um guião de entrevista a ser aplicado ao nosso grupo de estudo constituído por clientes de PT, sempre com o objetivo de responder a essas indagações (Tabela 1):

Tabela 1: Entrevista com o cliente

	Objetivo específico a que se refere	Categoria temática em que toca
1. Qual seu principal objetivo com o exercício? (saúde/longevidade/emagrecimento/hipertrofia...)	I	A, B, C, D e F
1.1. Qual o grau de relevância do seu processo de treino na sua vida? Porquê?	I	A, C e D
1.2. Pode fazer um breve relato da sua trajetória com o exercício? (desporto/lazer/saúde...)	I	A, B e C
1.3. Como foi todo processo (sensação)? Porquê?		
1.4. Fazia com regularidade avaliação física? Se sim, como era feita?		
1.5. Já treinaste com um(a) PT no passado?		
2.O que mais valoriza numa sessão de treino com PT?	I	A, C e E
(se não forem referidos, perguntar) Quanto valoriza os seguintes aspetos?	I	A e B
2.1. Relação interpessoal?		
2.2. Monitorização dos resultados/controlo do processo? (avaliação física)	II	A, C, D, E e F
2.3. A utilização de alguma ferramenta tecnológica?	I	A, C e F
2.4. A eficácia na obtenção dos resultados?	III	A, D, E e F
3.O que mais valoriza no seu(a) PT?	I.	A, C e F
3.1. Características? (alegre, sério, organizado, focado...)		
3.2. O seu(a) PT explica o planeamento/sessão de treino? O que lhe parece essa explicação? Compreende? Aprecia? Porquê?	I e III	A, C, E e F
3.3. Como considera o nível de exigência do seu(a) PT nos seus treinos?	I e III	A, C e E
4. Como costuma ser o ambiente relacional com o seu(a) PT?	I	A e C
4.1. Há diálogo sobre o processo de treino? Em que medida?	I, II e III I e III I	A, C e E
4.2. Há diálogo sobre outros assuntos? Quais?		
4.3. Sente que o tempo passa rapidamente ou demora a passar? Porquê?		
5. Faz treino fora da sessão PT?	I, II, III	A, B (5.1), C, D (5 e 5.3), E e F
5.1. Se sim, partilha as informações com ele(a)?		
5.2. Em diferentes locais? Onde?		
5.3. Esse treino é planeado pelo seu(a) PT?		
5.4. O treino está em alguma APP?		
6.Quais os principais motivos que o levam a continuar com seu(a) PT?	I II, III I	A, C, D (6)
6.1. Já treinou com outro(a) PT? Se sim, porque mudou?		
6.2. Tem relação com o(a) PT fora do contexto profissional? Se sim, qual?		
7. Como é que chegaste ao conhecimento do seu(a) PT?	I, II e III	A, B (7;7.1; 7.2; 7.4), C e E (7.1)
7.1. Quais são os meios de publicidade / Marketing que és mais sensível?		
7.2. O que influenciou na escolha do seu PT?		
7.3. Por que esse(a) e PT e não outro(a)?		
7.4. Quais são os meios de publicidade e marketing sobre o seu(a) PT aos quais se sente mais sensível? Porquê?	I, II e III	A, B, C, D, E e F
8. Há algum aspeto a mais que possa ser determinante no seu processo de PT que não tenhamos conversado agora?		
8.1. Tem algo a mais a acrescentar?		
Objetivos específicos:		
i)	Compreender quais os principais fatores que contribuem para a permanência do cliente no serviço de PT e quais as suas relações com fatores encontrados na literatura como a relação prazerosa com o processo de treino, ou apenas pelos seus resultados finais;	
ii)	Compreender a importância da utilização de ferramentas tecnológicas digitais para a permanência do cliente no processo de manutenção do exercício;	
iii)	Compreender a influência das ferramentas tecnológicas na monitorização dos resultados, bem como na percepção e compreensão do cliente sobre os mesmos. Este estudo pretende contribuir para uma melhor compreensão da relevância das ferramentas tecnológicas digitais para a permanência no exercício como recurso a PT's.	

Perguntas iniciais para registro do entrevistado:

Idade:

Gênero:

Região que reside:

Tempo de treino com o seu(a) PT:

Local do treino com o(a) PT:

Dada a natureza das questões de partida e dos objetivos estabelecidos, este trabalho recorreu a uma metodologia de abordagem qualitativa e exploratória, com o propósito de melhor compreender e interpretar o sentido que os principais atores sociais atribuem à sua própria realidade social. Para Fortin (2009), a metodologia qualitativa tem esse objetivo, desvendar os significados nas ações individuais e nas interações sociais a partir da interpretação dos participantes. Lessard-Hébert et al. (2013) diz que esses significados possuem história, que pode estar ligada a uma cultura mais ampla do que aquele momento, e isso deve ser levado em consideração. Estes mesmos autores referem que mesmo comportamentos idênticos podem corresponder a significados diferentes e versáteis a partir de uma perspectiva social (Lessard-Hébert et al. 2013). Assim, a escolha dessa metodologia para esse estudo é a mais indicada, pois se pretendeu investigar a compreensão de um fenómeno vivido por um indivíduo ou grupo (Fortin, 2009), bem como o significado que atribuem à sua própria experiência.

O grupo de estudo foi composto por clientes de PT e a sua seleção foi feita através da técnica de amostragem por conveniência, para Marotti et al. (2008) também chamada de amostragem por acessibilidade. A amostragem por conveniência é uma amostragem não-probabilística que, segundo Ariboni & Perito (2004), é utilizada quando não se conhece o tamanho desta população e os entrevistados são selecionados pelo pesquisador, através de critérios subjetivos. Foi escolhida esse tipo de amostra devido à facilidade operacional e baixo custo, pois foram abordados os clientes dos PT's próximos do local de

trabalho da autora da pesquisa. Para Oliveira (2001), a amostragem por conveniência é mais adequada e utilizada com frequência em pesquisas exploratórias com o objetivo de gerar ideias. Também, Oliveira (2001), destaca que esse tipo de amostragem é utilizado quando se pretende obter informações de uma forma mais rápida e barata.

A dimensão do grupo de estudo foi definida a partir de um critério de saturação das respostas obtidas. Para Nascimento et al. (2016), a saturação teórica dos dados também pode ser chamada de validação externa na literatura científica, pois está relacionada com os resultados de pesquisa. Esses dados coletados, para Nascimento et al. (2016), consideram-se saturados quando acrescentar novas informações se torna desnecessário, pois nenhum novo elemento foi encontrado, não alterando a compreensão do fenômeno em questão. Fontanella et al. (20011) também apontam para essa situação, na qual acrescentar uma nova coleta de dados por meio de novas entrevistas geraria poucos elementos para discussão em relação à densidade teórica já existente. Fontanella e Júnior (20012), numa abordagem mais psicanalítica, sugerem que o entrevistador quando avalia que novas informações “não acrescentam” às suas formulações, é importante que tenha diferentes recursos mentais para transformar em saturação teórica e dados a angústia, as sobrecargas e as descargas afetivas do entrevistado.

Para isto, e no sentido de auscultar estes atores sociais sobre tais percepções, **o instrumento de estudo** escolhido para a recolha de dados foi a **entrevista semiestruturada**, utilizando a técnica da **análise de conteúdo** para o tratamento da informação recolhida. De acordo com Silva et al. (2005), os conteúdos que os atores sociais expõem nas entrevistas servem de ferramenta para a compreensão da construção de significados, por isso torna-se necessário um método de análise de conteúdo. Segundo Lessard-Hébert et al. (2013), todo material recolhido no campo, gravações, notas de trabalho, transcrições das entrevistas, não constituem o conjunto de dados em si, mas sim, fontes de dados, constituindo o material documental. E, para ser feita a análise desses dados, torna-se determinante que estejam organizados (Lessard-Hébert et al.

2013). Lessard-Hébert et al. (2013) diz que, com essa organização, o investigador beneficia-se com espaço visual reduzido dos dados; auxilia no planeamento de outras análises; facilita comparações entre os dados; e, favorece a utilização direta dos dados no relatório final.

A escolha pela aplicação de entrevista semiestruturada ou semidiretiva deve-se pela sua característica, um balanço que se pretende entre um guião previamente estabelecido que responda aos objetivos da pesquisa e, ao mesmo tempo, a liberdade do entrevistado em discorrer sobre os temas de que é informador relevante. Segundo Lessard-Hébert et al. (2013), a entrevista semiestruturada não considera, no desenvolvimento do processo, uma visão rígida a ordem de aparição das informações. A entrevista semiestruturada é orientada para a resposta, com o entrevistador no controlo no decorrer de todo o processo (Lessard-Hébert et al. 2013).

Os procedimentos que levaram à construção e validação do guião da entrevista deram-se pelos seguintes passos, recomendados pela literatura: delimitação das categorias de análise a explorar a partir do estudo bibliográfico prévio; elaboração de um primeiro modelo do guião da entrevista; sujeição desse modelo a um corpo de peritos com experiência na utilização deste tipo de instrumentos; Discussão e introdução das alterações sugeridas pelos peritos; Realização de entrevistas piloto a sujeitos com características semelhantes aos do universo do estudo a fim de verificar o grau de compreensão destes relativamente às perguntas e do grau de adequação das respostas às expectativas do pesquisado (considerando que pode ser necessário, em função das características dos diferentes elementos, formular a mesma pergunta de formas diversas, para que seja compreendida por todos os elementos entrevistados); discussão dos resultados obtidos com o corpo de peritos; elaboração da versão final do guião; proceder à aplicação do guião ao grupo de estudo.

O guião foi, deste modo, construído e aplicado tendo sempre como referência a iluminação dos objetivos do estudo e das categorias temáticas de análise identificadas a priori.

3. APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Serão apresentados, neste capítulo, os resultados das entrevistas aplicadas com os clientes de PT's. Esses dados, foram colocados em diálogo e triangulação com a revisão da literatura, tendo como objetivo responder às indagações iniciais deste estudo, e a criação da sua discussão. De acordo com a categorização das temáticas mencionadas anteriormente, foram extraídos os principais dados de cada entrevista.

Para a escolha dos clientes de PT's, perguntamos para 27 PT's se tinham algum(s) cliente(s) com o perfil que estávamos buscando para nos indicar. Então, 8 PT's indicaram os seus clientes (i. e. alguns PT's indicaram mais de um). Foram realizadas 12 entrevistas com clientes de PT's. O questionário foi elaborado com 8 perguntas, contendo ~3s sub-perguntas em cada, referentes às três temáticas a explorar. Algumas perguntas se referem a mais de uma temática. Cada entrevista teve uma duração ~12 minutos e foram feitas em diferentes locais, escolhidas de acordo com critérios de conforto e liberdade para o entrevistado, assim como da reunião de condições para a realização de uma conversa: no local do treino; no café; dentro do carro e via zoom. Todos os participantes assinaram o termo de consentimento antes de começar a entrevista.

3.1. Perfil do Entrevistado

As 5 questões iniciais foram feitas para registo do entrevistado, com o intuito de traçar o seu perfil: idade; género; local que reside; tempo que treina com o seu PT e local de treino. A idade variou entre 31 e 54 anos, a média de idade foi 39,91 anos; foram nove mulheres e três homens, sendo dois casais, e cinco entrevistados treinam com outra pessoa (PT duo); todos da região do Porto; o tempo de treino com o seu PT variou de seis meses a mais de seis anos; e os treinos são realizados em ginásios e apenas dois entrevistados treinam ao ar livre. Na tabela abaixo, apresenta-se o perfil de cada entrevistado:

Entrevistado	Idade	Género	Reside	Tempo de Treino	Local do Treinos
1	40	feminino	Porto	4 anos	Ginásio
2	31	masculino	Porto	1 ano e meio	Ao ar livre
3	31	feminino	Porto	2 anos e meio	Ao ar livre
4	40	feminino	Porto	1 ano	Ginásio
5	38	feminino	Porto	1 ano e meio	Ginásio
6	40	feminino	Porto	1 ano e meio	Ginásio
7	41	feminino	Porto	3 anos	Ginásio
8	47	masculino	Porto	2 anos	Ginásio
9	54	masculino	Porto	6 anos	Ginásio
10	46	feminino	Porto	3 anos	Ginásio
11	32	feminino	Porto	6 meses	Ginásio
12	39	feminino	Porto	6 meses	Ginásio

Para as realizações das entrevistas, foram feitas oito marcações prévias e quatro marcadas no momento do treino, sendo duas realizadas antes do treino e as outras duas após o treino. E referente à nacionalidade dos entrevistados, seis eram brasileiros, cinco portugueses e um espanhol. As entrevistas mais demoradas ocorreram predominantemente com os entrevistados brasileiros, pois as respostas eram mais elaboradas, extensas e descontraídas. Nenhum entrevistado se recusou a responder alguma questão da entrevista, apesar de se terem verificado algumas contradições nas respostas de alguns.

Foi garantido o anonimato a todos os entrevistados, sendo que os excertos das entrevistas expostas nesta análise e discussão de resultados, com vista ao reforço e justificação das interpretações elaboradas, serão identificados de acordo com um sistema de codificação numérica (de 1 a 12), indicando a página a que se referem.

3.2. Relevância do histórico da experiência pessoal no processo de PT

Através das vivências passadas, e até ao momento, é possível tentar compreender a relação do entrevistado com o exercício, perceber se as sensações com o treino se alteraram ao longo do tempo, e em que momento e porquê o serviço de *Personal Trainer* foi solicitado. Procurou-se, deste modo,

procurar compreender, nesta trajetória cliente-PT, o que realmente o cliente de PT busca.

Para começar o processo de treino, a necessidade de estabelecer objetivos parece ser evidente. Os objetivos surgem, muitas vezes, das vivências passadas, e toda a trajetória com o exercício interfere na tomada de decisão para alinhar o próximo passo. Mas, também, surgem diante de situações desagradáveis e esse primeiro passo precisa ser dado.

Quase todos os entrevistados tem como objetivo principal a saúde, a qualidade de vida, e o bem-estar. Dos doze entrevistados, oito abordaram essa questão.

Então E9 foi o único que expressou ter apenas esse objetivo:

“Manter o meu estado de saúde o mais adequado possível. Que, digamos, comecei principalmente porque...quando cheguei aos 50 entendi que estava com o peso a mais, com a tensão arterial próxima da necessidade de medicação...”. (E9 – pag. 33).

Para Freeman (2019) o objetivo do cliente aparece em primeiro lugar em uma lista de grau de importância no treino com o seu PT. Porém, Lyons et al. (2017) sugere que o mais importante é que os profissionais devem estabelecer técnicas de mudança comportamental para ajudar os indivíduos a mudarem os seus comportamentos e, depois disso, considerar as preferências do cliente. Parece mais sensato aliar as preferências do cliente com as suas necessidades, pois será fundamental no momento de iniciar todo o trabalho, uma vez que a empatia do profissional com o seu cliente já estará evidenciada, o que beneficiará todo o processo de treino. Então, Freeman (2019) comenta sobre a importância de percebermos o que realmente está por trás das preferências e/ou necessidade dos clientes. Muitas vezes, nem mesmo o cliente sabe o verdadeiro motivo por querer começar a treinar. Então entrará o papel do PT para clarificar suas ideias.

A saúde, a qualidade de vida e o bem-estar aparecem como a prioridade para a maioria dos entrevistados, indo ao encontro do que a literatura descreve, principalmente em tempos pós-pandemia. Como citado a priori, Segar (2017)

sugere, através de sua pesquisa, que as pessoas se motivam mais com sensação imediata de bem-estar do que com um porquê que visa alcançar um resultado no futuro que é incerto (i. g. o autor já abordava essa questão antes da pandemia). Aquela satisfação momentânea que pode alegrar todo aquele dia, prevalece comparado a motivações de ordem estética, de prevenção de doenças ou até mesmo a de longevidade. Como relatou E2:

“Manter uma boa condição física, sentir-me bem, com energia.” (E2 – pág. 5)

E faz todo o sentido, pois no caso deste elemento do grupo de estudo, era claro o objetivo de sair da rotina casa-trabalho, não se centrando tanto em termos estéticos, treinando com o namorado na beira da praia.

Já o condicionamento físico foi citado por 4 entrevistados, através de palavras como: performance; boa condição física; em forma; e condicionamento físico. Apenas E3 apenas quer sentir-se em forma e o cliente 6 busca condicionamento físico, mas também ambiciona emagrecimento e aumento de massa muscular. Exatamente a metade dos entrevistados argumentaram o motivo pelo qual eles têm esse objetivo, tendo alguns relacionado com o passado, como lesões (E4 e E9), e 3 entrevistados (E1, E9 e E10) com a prática de desporto. Isso enfatiza a ideia de que o objetivo presente se relaciona não apenas com objetivos e pretensões futuras, mas também com marcas do passado.

“É manter-me saudável e conseguir fazer triatlo. Sou atleta de triatlo. E ter uma boa performance”. (E1, que pratica triatlo há muitos anos - Pág. 1)

Então, para os entrevistados que não praticam desporto que tem como base a capacidade aeróbia (condicionamento físico), como poderiam se beneficiar deste tipo de treino, se o treino com o PT é apenas 1h (~ 2x/3x semana)? Segundo foi referenciado na literatura, para se manter saudável, a recomendação é que os adultos precisam de 150 a 300 minutos de atividade aeróbia de intensidade moderada semanalmente, ou 75 a 150 minutos por semana de atividade física aeróbia de intensidade vigorosa, ou equivalente combinação de exercícios aeróbicos de intensidade moderada e vigorosa atividade (Liguori e American

College of Sports Medicine, 2020). Além disso, mulheres e homens são encorajados a fazer exercícios de fortalecimento muscular que envolvam todos os principais grupos musculares em uma intensidade moderada ou maior em dois ou mais dias por semana (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Isso quer dizer que a demanda de treino semanal recomendada é muito superior ao tempo que o PT está com o seu cliente.

Relativamente ao desenvolvimento da força e aumento de massa muscular, 5 entrevistados (E4, E6, E7, E11 e E12) apresentaram esse objetivo. Para a E7, a causa evidente para essa tomada de decisão foi:

“Atualmente é o ganho de força para a qualidade de vida. Eu tinha muito pouca força, tanto nas pernas quanto nos braços e isso me limitava muito, por exemplo, sentar no chão eu não conseguia me levantar mais. Então, cheguei ao ponto em que eu precisava de ajuda para me levantar”. (E7 – pág. 23)

Esse testemunho reforça a ideia que o ser humano tende a ser mais reativo do que preventivo, pois quando o problema surge, que no caso poderia ser evitado se tivesse fazendo exercício, é quando se torna mais consciente a necessidade de ser resolvido imediatamente. Principalmente quando se trata das funcionalidades quotidianas do nosso corpo.

Deste modo, tem todo o sentido a apologia de Lyon et al. (2017) da necessidade de se ter “pequenos porquês” dentro de “grandes porquês”, que possam contribuir para uma maior motivação. Ter delineado pequenas metas dentro de grandes objetivos parece ser mais exequível e alcançável, motiva mais e pode ser o que vai fazer o cliente permanecer com o seu PT. Para Bracko (2019) o PT deve ajudar o cliente a estabelecer metas realistas para o seu programa de treino.

Para o objetivo de emagrecimento, apenas três entrevistados (E5, E6 e E8) se expressaram nesse sentido. E estética também apenas três entrevistados (E8, E10 e E11) disseram esse objetivo, mas E11 uniu todos esses:

“Ganho de massa muscular e perda de massa gorda. Estética e saúde também, a longo prazo”. (E11 – pág. 39).

Este elemento do grupo de estudo referiu-se, na primeira frase, ao objetivo de emagrecimento e definição muscular. E, na segunda frase, quis passar a ideia de que será uma consequência futura deste trabalho, ter saúde e ficar satisfeita perante o espelho. Esta entrevistada não quer gerar cobranças demasiadas a si mesma, e consequentemente, aumentar as chances de frustração.

A questão de prevenção de doenças foi abordada por 2 elementos do grupo de estudo (E8 e E9), sendo para o E8:

“... principalmente dos exames que a gente nesta idade já começa a ver desbalanceamento dos triglicerídeos, colesterol...”. (E8- pág. 28)

Muitas vezes, esses problemas de saúde já estão instalados e o futuro cliente procura o PT para solucionar. É, neste momento, que se deve ser muito cauteloso, pois de acordo com Bracko (2019) o PT deve ser capaz de fornecer informações sobre os potenciais riscos que existem associados ao exercício e ser capaz de responder a qualquer emergência durante o treino, que ameace a segurança do cliente. Além de fornecer avaliações de condicionamento físico relacionados ao programa de exercício pretendido (Bracko, 2019). E será que é isso mesmo que acontece na prática? Parece não ser bem assim. Nos próximos capítulos temáticos abordaremos essa questão.

E, para finalizar, a temática da longevidade foi referida apenas 2 entrevistados (E10 e E11):

“o meu objetivo agora é envelhecer com saúde, isso sei que depende de treino e alimentação.” (E10 – pág. 36).

Este elemento do grupo de estudo faz musculação há muitos anos, gosta muito desta prática e sempre aliada ao PT, talvez por isso tenha um “grande porquê”, sendo o futuro vislumbrado distante.

E10 revela motivação, prazer em treinar, o que vai de encontro ao postulado por

Lyons e Swartz (2017), que afirmam que uma pessoa consegue se motivar de uma maneira autônoma quando às práticas estão associados o prazer intrínseco da atividade física e seus valores pessoais. Para este elemento do grupo de estudo, pensar em uma velhice saudável parece ser o seu foco, mesmo sabendo que quando se trata de futuro a realidade é sempre incerta.

Nesta pequena análise introdutória é visível uma maior ênfase no que concerne ao objetivo do entrevistado, pois através desta compreensão se acede a um mais global entendimento de todo o processo de treino.

Já o processo de treino é relevante na vida de todos os entrevistados, mas tendo sido obtidas algumas respostas bem extremas e polarizadas:

“...ah sem treino não conseguia viver...” (E1- pág. 1);

“eu tenho um ritmo que o dia que eu não treinar meu corpo fica todo dolorido” (E10). Também, a metade dos entrevistados não querem deixar de treinar para não perder todos os resultados obtidos (E3, E5, E6, E7, E8 e E10), destacando:

“sem treinar, era penoso porque você tava vendo regredir todos esses aspetos que a gente falou...”. (E8 – pág. 28).

Porém, 2 entrevistados (E4 e E9) deixam claro que não são extremistas na questão da relevância do processo de treino na vida:

“...é importante, mas não sou obcecada, não é? Se uma semana não consigo ir treinar, também não fico estressada por isso.” (E4 – pág. 14).

Interessante observar que E4 tem essa resposta, mas parece ter ficado incomodada com a pergunta. Foi uma pessoa que durante a sua experiência com o desporto na infância foi obrigada a praticar desportos que não gostava.

“...não consigo, às vezes, colocar em cima na lista, mas é uma prioridade.” (E9 – pág. 33).

Este aspeto é compreensível porque o E9 tem histórico de lesões e foi esse o motivo para iniciar com o PT, por isso se revelar ser prioridade na vida dele.

O universo de motivos e razões que conduzem ao envolvimento em processos de PT é amplo e infindável, mas deste estudo resulta também que questões de natureza emocional estão presentes e exercem a sua influência. Os seguintes excertos revelam-no de forma muito interessante:

“Faz muita falta, na questão emocional, me sinto mais agitada né? Mais ansiosa quando eu não vou. Então me ajuda bastante descarregar um pouco as energias, sabe? E também tenho uma cobrança minha, no sentido bom, que eu tô cumprindo com a minha obrigação, como trabalhar assim, sabe? Seria uma obrigação hoje na minha vida, mas algo agradável. Então, tipo, quando eu vou, consigo fazer todo o treino, certinho, né? Eu me sinto feliz por ter conseguido e por ter me superado, né? (E11 – pág. 39).

Esse “pequeno porquê”, que neste caso, é a sensação de dever cumprido, revela-se muito importante para este elemento do grupo de estudo, o que nos leva a considerar que em cada pessoa há um “combustível” diário a descobrir, no sentido de colocar o exercício no lugar de relevo que deveria ter na vida das pessoas. E, neste contexto, o PT é fundamental neste processo, já que para Bracko (2019) o cliente tem de gostar do comportamento do seu treinador: se é adequado para a sua personalidade; se motiva e faz o cliente querer continuar no processo; se o PT é sensível às suas necessidades. O autor ainda levanta outros questionamentos. E faz todo o sentido, pois como diz Freeman (2019) existem diferentes percepções do trabalho que está se desenvolvendo. PT e cliente devem estar em sintonia.

Também, se observa que outros 6 entrevistados (E1, E2, E5, E6, E7 e E8) em algum momento se referem sobre a melhoria na saúde emocional, mesmo que indiretamente.

“...daí como treino de manhã, parece que o dia fica melhor, tudo funciona melhor quando treino de manhã cedo”. (E12 – pág. 43)

Portanto, quando a pessoa se sente bem, as percepções do mundo perante as situações ficam mais leves, os problemas tendem a ficar mais fáceis de resolver, o que vai de encontro ao descrito por Pedragosa e Correia (2006) sobre os modos como a atividade física desportiva traz potenciais benefícios físicos e psicológicos e uma melhor qualidade de vida e bem-estar nos praticantes. Esta ideia parece estar cada vez mais disseminada e de forma consensual. Por isso, mesmo os entrevistados que não abordaram os benefícios psicológicos do treino, através dos benefícios gerais e holísticos que descrevem, podemos subentender que os de natureza psicológica estão também incluídos nesse reconhecimento.

Menos da metade dos entrevistados (5) tiveram vivências em modalidades desportivas no passado, como corrida (E1), ballet (E7), futebol (E9), andebol (E10), sendo os 2 últimos desportos coletivos, e E4 expressou que considerava a prática desportiva como uma obrigação (comentado anteriormente):

“Nunca fui uma grande desportista, sempre fiz desporto por obrigação, não é? Minha mãe dizia: tens de fazer natação, tens de fazer voleibol... não era meu forte, não gostava muito de fazer, fazia mesmo obrigada.” (E4 – pág. 14).

Já o desporto escolar aparece para os entrevistados 5 e 11, como a primeira vivência desportiva durante toda a trajetória referente ao exercício:

“Não fazia nada. Escrevi-me duas ou três vezes e desistia sempre que eu estava a fazer ginástica. E na infância exporte só na escola”. (E5 – pág.16).

Este elemento do grupo de estudo relatou que atualmente só treina com PT, para receber motivação e, dessa forma, não faltar aos treinos, pois se não fosse a sua PT já teria desistido. Percebe-se que as pessoas são, por estas razões, um acumulado de vivências e experiências, e essas, muitas vezes, ditam suas atitudes no presente. Freeman (2019) afirma que o que tem de prevalecer, primeiramente, é o objetivo do cliente e não do PT.

No que diz respeito às opções e preferências sobre os lugares de treino, são 5 os entrevistados que abordam a preferência pelo ginásio, porém no que diz respeito à necessidade de treino com PT, a preferência é unânime.

“...aulas de grupo, tipo de balance, mas é, menos complicadas e até que comecei assim a ter colegas de trabalho que faziam PT e como ficava mais em conta fazer 2 ou 3 pessoas, e não era tão chato, comecei a fazer em pares, ou com os amigos. O PT mais focava naquilo que precisava, não é? Porque nas aulas de grupo, tentava seguir um instrutor e às vezes não estava a fazer os movimentos certos, ou as posições certas, magoava-me...então foi isso”. (E4 – pág. 14).

Isso faz refletirmos sobre a necessidade que o ser humano tem de estar com outras pessoas (e. g. aulas de grupo). Essa necessidade de interação coletiva já vem desde que o ser humano existe. Foi através da dança que as pessoas começaram a treinar seus corpos e, ao mesmo tempo, desfrutar da companhia de outras pessoas (Parrot et al. 2020). Existe uma maior permanência nas atividades desportivas em equipa por ser mais prazerosa, gerando assim uma maior motivação intrínseca de cada um dos participantes (Nielsen et al. 2014). Então, conseguir aliar a segurança no treino (i. e. evitar as lesões que tinha com as aulas de grupo) com a companhia de amigos, parece fazer sentido. Porém, relações sociais estabelecidas nos processos de treino se apresentam como fator relevante para a motivação do cliente, mas quando E4 fala no processo de treino em si, abordando a questão do foco principal relacionado ao exercício (e. g. PT focava naquilo que precisava), o grupo já se torna secundário neste contexto.

Então, diferentes questões foram abordadas pelo grupo de estudo referentes às trajetórias com PT. Dentre estas, aparecem expressões como: *“...complementar com PT”* (E1- pág.1); *“PT é praticidade”* (E3- pág.9); *“PT Duo”*; *“PT é específico”* (E4 – pág.14); *“...comecei a gostar de exercício por causa do PT”* (E6 – pág.19); *“...PT é compromisso”* (E7 – pág.26); *“...foram muitos PT’s...foram muitos anos, altos e baixos com PT’s”* (E8 – pág.28); *“...ginásio sem PT não é a mesma coisa”* (E9 – pág.34).

Tudo isso mencionado pelos entrevistados ilustram o que os autores abordam, as funções do PT aliado às necessidades do cliente. Escolher um PT, profissional e qualificado, é um bom investimento para a saúde (Bracko, 2019). No entanto, o significado que cada PT tem para cada cliente é tão diverso quanto a diversidade dos seres humanos. E, claro, como ocorre na vida, os processos de PT envolvem não apenas experiências positivas e agradáveis, mas também negativas e indesejadas. Porém, neste grupo de estudo, as vantagens com o acompanhamento do PT no processo de treino ainda se sobressaem às experiências não tão boas, pois seguem juntos neste processo.

No que diz respeito ao exercício e experiências negativas, houve relatos de lesões (E4 e E9); falta de assiduidade no treino (E 2, E7, E9 e E11), nunca gostou de ginásio (E7 e E9); não gosta da rotina (apenas o E7, sendo o motivo por não gostar de treinar sozinha no ginásio). Destaca-se E11 com o comentário frequente sobre assiduidade:

“Mas nunca fui assim, tipo, comprometida né? De verdade com isso... Eu ia, fazia 1 ano, parava...” (E11 – pág. 39).

Esta questão é fundamental para que se obtenha resultados, pois regularidade fará com que os resultados apareçam de forma consistente. E esse é um dos papéis importantes do trabalho do PT, fazer com que o seu cliente tenha disciplina, não apenas no treino, mas na vida. Por isso, Lyons e Swartz (2017) sugere que os profissionais da saúde pensem em técnicas de mudança comportamental para auxiliar os seus clientes a mudarem os seus comportamentos no estilo de vida, mas primeiramente levar em consideração as preferências do cliente. Segundo McClaran (2003), pouco se sabe sobre quais tipos específicos de programas de treino podem ser bem-sucedidos na mudança significativa de comportamento a longo prazo.

E1 e E10 sempre gostaram de treinar, e demonstram ao longo da entrevista gostarem de ter disciplina:

“...sempre gostei, tanto é que faço há quinze anos triatlo e nunca deixei de praticar exercício”. (E1 – pág. 1)

“...sempre bons (momentos), mesmo necessário para mim...” (E10 – pág. 36)

Porém, E3 e E9 tiveram alterações na rotina que impossibilitaram a prática de exercícios físicos, com trabalho (E3), lesão (E4 e E9) e gravidez (E12).

“Tu dizes outros desportos? Gostava muito, só que não era muito prático com o trabalho” (E3 – pág. 9)

“...estava a jogar futebol e rompi o tendão de Aquiles lado direito:” (E9 – pág. 33)

E, muitos alegaram que no início do processo de treino não gostavam (E2, E6, E7, E8 e E11), mas depois de criarem o hábito, passaram a gostar e treinar. E 8 relata que foi dos 8 aos 80, numa escala criada por ele para exemplificar o gosto pelo treino; já E11 diz que não gostava porque se comparava com os outros no ginásio. Porém o entrevistado 4 refere-se que não gostava, não gosta de treinar, mas foi obrigado a criar o hábito. Para E6:

Era uma coisa assim que eu não gostava de praticar. E não tinha uma relação boa com o esporte sabe? E aí foi mais por conta da idade chegando e aí fui tendo mais essa necessidade. E me arrependo de não ter começado antes.” (E6 – pág.19)

Todos estes testemunhos vão de encontro ao que está descrito na literatura, isto é, que o processo de iniciação é, muitas vezes, demorado pois requer consciência e atitude do futuro cliente do PT, mas o processo de permanência do cliente neste serviço é mais complexo para o PT, pois o cliente tem de estar satisfeito para continuar a adesão ao momento inicial da relação PT-cliente, e permanência a continuidade deste processo (Telles et al. 2016).

A mensuração e comunicação dos resultados obtidos ao longo do processo parece ser um fator chave para a permanência e continuidade (Segar, 2017). Quantificar os resultados do cliente de PT, para perceber se existe evolução, estagnação ou até mesmo involução no processo é fundamental (Telles et al.

2016). Se havia um controlo de resultados, se o entrevistado gostava de ser controlado e até em que medida ainda gosta desse controle.

De todos os entrevistados, a metade (6) não fazia avaliação física regularmente, sendo E2 o único que alegou nunca ter feito. E4 diz que só fazia avaliação física quando começava em um novo ginásio e E7 era sem controle nos resultados e, já E12 não fazia porque treinava sozinha, mas agora com o PT é diferente.

“Fazia uma vez sim e oitenta não, sabe? Quando me lembrava, fazia”. (E7-pág.24)

Nesse comentário, E7 mostrou-se insatisfeita com maneira como era conduzida a avaliação física. Realmente parecia não existir um acompanhamento eficiente por parte do ginásio, o qual ela havia se referido. Porém, segundo NSCA (Melo et al. 2008) são os PT's profissionais que usam uma abordagem individualizada, responsáveis por avaliar, motivar, educar e treinar clientes. E, para Freeman (2019), o PT através da periodização monitora as variáveis como frequência cardíaca, séries, repetições, volume total/distância, cadência, dentre outras funções. Então, em nenhum momento referem-se ao ginásio. Portanto, os ginásios em Portugal distinguem o serviço do PT e de Instrutores de sala. Os instrutores de sala acompanham os seus clientes em carteira. Neste contexto, o trabalho do PT é um serviço extra. Atualmente, a entrevistada 7 continua neste registo, não faz avaliação física com o seu PT, mas comenta ser importante ter esse tipo de análise de resultado e atribui essa carência no acompanhamento ao ginásio que frequenta:

“...valorizo avaliação física.... Então, acho que, por exemplo, o [nome do ginásio] deveria ter esse tipo de avaliação física, tá?” (E7 – pág.24)

E, a outra metade dos entrevistados (6) que diz que fazia avaliação física com regularidade, e 3 desses entrevistados, como eram praticantes de desportos, a avaliação física era obrigatória no início de cada época (E3, E9 e E10):

“...ser avaliada, ver se consegui reduzir exatamente o que pretendia...é, então, importante.” (E10 – pág. 36)

E dos outros três entrevistados, dois deles demonstraram certa insatisfação com a avaliação física (E8 e E11):

“Depois fomos treinar e eu abandonei a avaliação múltipla, eu não concordava. Para mim, aquilo estava errado...porque a gente já fez testes de fazer terça, quarta e quinta e os resultados eram absolutamente totalmente ridículos, era como se fosse três pessoas diferentes.” (E8- pág.29) “...a pessoa calculava lá o percentual de gordura e tal, mas tipo não tinha nada muito assim... ah orientado para o que eu queria, sabe? Ah, a pessoa anotava tipo tal. Esse mês, tá! Tu não reduziu tanto...aumentou tanto...sei lá.” (E11 – pág.40)

Então, observa-se que não transmitir credibilidade nas informações da avaliação física desmotivou os entrevistados. Para Bracko et al. (2019) se o cliente estiver a treinar com um PT, então faz parte do trabalho deste PT fornecer avaliações de condicionamento físico relacionados ao programa de exercícios específicos que o cliente deseja.

Já E6, relata fazer a avaliação com a nutricionista, mas não passa os resultados para o seu PT. Refere-se no presente, e demonstra certa incoerência, pois comenta que a sua PT não faz avaliação física do peso e medidas porque não supervaloriza isso, e sua PT foca o processo de treino no bem-estar. Mas E6 busca outro profissional para obter esses resultados numéricos e não partilha com seu treinador... e isso faz ir de encontro ao que a literatura sugere sobre as funções do PT.

Portanto, para buscar compreender o processo de treino com PT, torna-se fundamental saber se as experiências foram positivas, ou não, para justificar o motivo pelo qual o entrevistado segue com esse tipo de profissional do treinamento.

Então, seis dos entrevistados nunca treinaram com PT no passado (E1, E2, E5, E6, E9 e E11) e os outros seis já tiveram essa experiência no passado E3, E4, E7, E8, E10 e E12). Os entrevistados que tiveram essa experiência (i. e. treinou

com PT no passado) por algum motivo fizeram com que, ao longo do tempo, trocassem de profissional. Mas, os motivos relacionados com o trabalho desenvolvido começam pela escolha certa do PT, de acordo com sua personalidade (cliente) e os objetivos pretendidos (Freeman, 2019; Bracko et al. 2019).

3.3 Principais fatores de adesão no processo de PT

Sabemos dos inúmeros benefícios na saúde, no contexto social e pessoal que a atividade física proporciona. Mas, Telles (2016) relata que é possível sempre observar atitudes de resistência em começar a prática de exercícios físicos (adesão) e em dar continuidade a este processo (permanência) por tempo prolongado, fazendo com que os profissionais da saúde enfrentem esse desafio.

Durante a entrevista, nenhum cliente de PT comentou ter começado o treino no período da pandemia COVID-19, fato que achamos curioso, pois segundo Waryasz et al. (2016), muitos indivíduos começaram a buscar orientações sobre exercício com PT neste período, e através de treinos on-line. Também nenhum entrevistado se referiu a esse tipo de treino (on-line) em toda a entrevista.

A adesão ao serviço de PT inicia-se quando o futuro cliente conhece o seu PT, e foram oito entrevistados que chegaram ao conhecimento do seu(a) PT através de indicação (E1, E2, E4, E7, E8, E10, E11 e E12), sendo no local de trabalho apenas dois (E1 e E11). Mas para haver a indicação, precisa de haver a necessidade em treinar, seja para manutenção ou melhoria na saúde. E6 ilustra essa necessidade quando chega em um momento na vida em que não há hipótese, precisa mesmo começar (i. e. o avanço na idade).

O local mais inusitado que achamos que o entrevistado comentou ter conhecido o seu(a) futuro PT foi no restaurante, a conversa começou quando ainda não se conheciam:

“Olha, foi muito engraçado por acaso. Foi como é que se diz? Numa mesa de um restaurante, numa mesa, como é? Num balcão de restaurante. A gente tinha uma amiga em comum que tinha um restaurante, eu sempre ia para o restaurante e estava lá quase todo o dia. E um belo dia estava lá no balcão conversando com a dona do restaurante e a [nome da PT] chegou e sentou do meu lado balcão. Então, lá nessa conversa de balcão, todo mundo junto, e ela disse que era PT, e eu comentei: Aí, tu é PT? Olha, eu estou a procura porque preciso voltar a fazer exercício... e foi assim que começou.” (E7 – pág.26)

Provavelmente E7 se identificou com a forma de ser deste PT, que estava à sua frente, em um local descontraído, boa conversa e então decidiu experimentar o serviço. Quando o cliente se sente mais confiante no relacionamento com o seu treinador, ele se sente mais próximo e conectado a ele (Hill et al. 2022). Portanto, esse sentimento pode ocorrer já na primeira conversa.

Também foi no primeiro momento em que conheceu o seu PT, que E9, neste caso já dentro do ginásio, na avaliação física inicial do processo de inscrição habitual do ginásio, adquiriu e se inspirou na confiança com o seu futuro PT:

“...comecei a treinar no [nome do ginásio] e foi o [nome do PT] que fez o meu acolhimento... e não me arrependo do investimento.” (E9 – pág.33)

Temos muitas variáveis que condicionam a escolha do PT, e o que realmente vai influenciar para a tomada de decisão são as que fazem mais sentido para nós. Foram mencionados o tipo de trabalho (9 entrevistados); a indicação (10 entrevistados.); o atendimento inicial (1 entrevistado) e a amizade (12 entrevistados). *“Foi o tipo de treino, e não só, a relação pessoal. Quando experimentei treinar com ele, gostei da relação que tive.” (E3 – pág.13)*

E3 responde referindo-se a todas as questões que influenciam a tomada de decisão mencionadas acima, pois também quem indicou o PT foi sua mãe (i. e. ela também treina com ele) e hoje consideram-se amigos.

3.4 Principais fatores de permanência no processo de PT

Considerar que os resultados aparecem ao longo do processo de treino, faz com que desperte o interesse em saber quais são as prioridades do cliente neste contexto. Para isso, é importante destacar o que o cliente mais valoriza em uma sessão de treino com o PT, como aspectos relacionais (e. g. o clima entre o cliente e o PT durante o treino), nos resultados (e. g. controle do treino, a estrutura do treino, a atenção do PT com ele) ou nas duas situações simultaneamente.

Dentre as respostas, apareceram cinco que considerei as mais relevantes, por que foram as mais citadas, e algumas se repetiram em outras respostas, três delas se enquadram mais em relação a parte técnica do treino: sensibilidade do PT para saber exatamente o objetivo do cliente (E1, E3, E4, E6, E8 ,E9) e execução dos movimentos corretos (E2, E6, E8, E9, E10 e E11); criatividade, como não repetir as sessões de treino (E7, E8 e E9) e as outras 2 mais em relação ao vínculo entre os dois: boa relação (E2, E3, E9) e motivação (E5, E8 e E12). Mas todos os entrevistados comentaram que têm uma relação de amizade com o seu PT.

Assim, observa-se que existe uma maior predominância na parte técnica do trabalho, logo, buscam resultados concretos e mensuráveis. Então, como sugere Segar (2017) as pessoas se motivam mais com sensação imediata de bem-estar do que com um porquê que visa alcançar um resultado no futuro que é incerto. Provavelmente para essa população entrevistada, prevalece a importância da sensação de que no treino foi levado em consideração suas preferências contribuindo para o bem-estar pós-treino.

Com destaque ao E9 que responde em uma frase às três questões (objetivo do cliente, execução correta dos movimentos e criatividade):

“Acho que ele sabe bem a medida dos treinos, os melhores exercícios para mim, que complementam os meus treinos de corrida e as aulas de faço no [nome do ginásio que frequenta]. Preciso que me corrijam porque já fui operado do tendão de Aquiles, como já comentei”. (E9 – pág.34)

No seguimento, procuramos também compreender o quanto é importante a relação interpessoal, e assim comparar com as outras questões no processo de PT. Nesta questão, as respostas foram unânimes. Todos os entrevistados acreditam ser muito importante a relação entre os dois, sendo essas duas respostas em evidência:

“Tem que haver química entre o aluno e professor” (E1- pág.1);

“Acho que o treino tem que ter empatia. Saber quando você está bem, quando não está bem...principalmente nas mulheres.” (E10 – pág. 37).

O cliente pode valorizar muitas questões durante a sessão de treino, mas o que realmente fará ele permanecer no processo de treino com o seu PT, é o mais relevante. A palavra resultados é a que mais apareceu quando o assunto em foco foi esse (onze entrevistados). Portanto, treinar com um PT é um método eficaz para mudar atitudes e, assim, aumentar a quantidade de atividade física (McClaran, 2003). McClaran (2003) destaca a importância que existir uma estratégia para se atingir resultados bem-sucedidos, não sendo apenas a curto prazo, mas ao longo dos anos, mantendo-se saudável para o resto de suas vidas. Por isso, Freeman (2019) sugere que PT's devem ser capazes de criar um planejamento de todo o processo de treinos num modelo realista, baseado no método *SMART* (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant e Temporal*), se querem ser eficazes com os seus clientes. Marta-Lima (2007), afirma que, para a aplicação de ferramentas de qualidade na identificação da causa de problemas, deve acontecer um debate entre os integrantes interessados e após isso, as decisões a serem tomadas têm que ser fundamentadas de acordo com as informações que foram levantadas.

Então, definir metas e objetivos realizáveis é uma das diversas responsabilidades para quem trabalha com gestão de resultados, no caso em análise, com PT. Entretanto, nem todos conseguem resultados muito bons nessas tarefas, o que pode ocasionar frustrações. Uma ferramenta de gestão que possui capacidade tanto para auxiliar como para desenvolver objetivos parece, por isso, fazer sentido, como é o caso do método *SMART*, a título de

exemplo.

Foi praticante unânime a resposta “resultados”, com exceção do E4 que aborda a questão do valor e localização:

“Primeiro o valor... é...como estamos a partilhar, sempre fica mais em conta. E o local, para mim, é fácil porque termina por logisticamente ajudar-me. Vim a deslocar-me do outro lado, já estou nesta zona e fico aqui”. (E4 – pág.15)

Saber desses clientes de PT`s quais os que nunca treinaram com outro PT e os motivos que fizeram trocar de PT, faz parte do contexto de análise da permanência neste processo, porque sabemos que a consistência faz gerar resultados. Apenas cinco entrevistados nunca treinaram com outro PT (E2, E5, E6, E9 e E11). Porém, os outros sete entrevistados já vivenciaram experiências com outros PT`s (E1, E3, E4, E7, E8, E10 e E12), sendo os motivos da troca de profissional: localização (E1, E7 e E12); tipo de treino (E3), preço (E4), e a necessidade de outros estímulos (E8 e E10).

Para o cliente se manter num processo de treino com o PT, este tem de promover prazer na relação e, assim, naturalmente ocorrerá a retenção do cliente. Todos os entrevistados emitiram respostas positivas relacionadas com ambiente no momento do treino, adjetivando-o como tranquilo, em ambiente de amizade e descontraído. Para McAuley et al. (2000) a adesão e a manutenção estão relacionadas à autoeficácia, especificamente experiências de domínio, relações sociais e estado de habilidade psicológica ou mental (McAuley et al. 2000). Então, se o PT tiver essa sensibilidade para perceber e conseguir trabalhar essas habilidades com o seu cliente, a relação cliente-PT estará a caminhar rumo ao sucesso. Também, Wayment e Mc Donald (2017) abordam essa questão no que diz respeito ao permanecimento no processo de treino com o PT, apontando as necessidades psicológicas básicas, como a motivação intrínseca e a autoeficácia como fatores importantes. Então, o PT deve ser capaz de fazer com que o seu cliente desenvolva uma motivação, através de estratégias, e treine com a convicção que está a realizar com empenho, em busca dos seus objetivos. Essas estratégias vão variar de acordo com o cliente,

o perfil do PT e o contexto em que se inserem.

Por exemplo, quando estávamos concluindo a entrevista do E2 e também do E3 (treinam juntos, em PT duo, mas a entrevista foi em momentos diferentes) comentaram que o que mais gostam no treino, por tornar desafiante, alegre e deixá-los bem-dispostos, é que o PT faz todo o treino junto com eles, e ainda os desafia, como competindo quem faz mais repetições. Essa estratégia do PT realmente funciona com eles, pois foi evidente e visível em ambos a satisfação em treinar com esse PT. Mas, será que funcionaria com um PT que prioriza mais a correção dos exercícios, como no caso de E6 e E10? Provavelmente não. É também, interessante observarmos que esses dois entrevistados, juntamente com E4 e E12, não tem relação com o PT fora do contexto profissional, mesmo mantendo um vínculo de amizade. Já os outros 8 entrevistados (E1, E5, E6, E7, E8, E9, E10 e E11) fazem ou já fizeram, em outros momentos, encontros fora do ambiente profissional, que variou desde idas ao café a festas de casamento).

Assim, faz todo sentido quando Freedman (2019) sugere existi diferentes personas como PT, e que cada uma delas deve levar em consideração os prós e contras na hora do futuro cliente escolher o seu PT mais adequado. Esses profissionais podem ter uma abordagem de diversos tipos: consultivo; investigador; autoritário; extravagante e o “sabor do dia” (Freedman, 2019). O match entre estes tipos de perfis e as expectativas do cliente determinará a maior ou menor facilidade de existir uma identificação do cliente com o PT, assim como a maior ou menor probabilidade de permanência no serviço.

3.5 Principais resultados esperados NO processo de PT

Os resultados que o cliente busca na sua relação com o PT, traçados no início do processo de treino, pode estar mais relacionado com as percepções sobre a qualidade do trabalho técnico do seu PT do que com a evolução do cliente ao longo de todo o processo e/ou predominantemente com a relação afetiva entre ambos (i. e. cliente-PT). Após a pandemia COVID-19, as pessoas começaram a

valorizar, cada vez mais, a sua saúde e buscando um estilo de vida saudável (Relatório Portugal 2022; Panorama Setorial Fitness Brasil 2023). Mesmo que no período pandémico, o sedentarismo tenha aumentado (Hall, 2021; Relatório Portugal 2022) parece que a realidade atual está a contrariar esse sedentarismo instalado em tempos pandémicos (Relatório Portugal 2022; Panorama Setorial Fitness Brasil 2023). Observamos que ao longo das entrevistas, ninguém comentou sobre a pandemia, parecendo não ter acontecido, mesmo sabendo que muitas pessoas aderiram, naquele período, a treinos online ao vivo e presenciais (Thompson, 2023).

Então, sobre esse objetivo de quererem mais saúde, estilo de vida saudável, bem-estar, mais da metade dos entrevistados (oito) responderam, que a parte técnica (como tipo de treino, profissionalismo, ser bom tecnicamente e o conhecimento) é muito importante (E1, E2, E3, E7, E8, E9, E10 e E11) e, sete entrevistados abordaram outras questões, referentes ao PT, como a simpatia, o ser respeitoso, incentivador, dedicado, responsável, e pontual (E1, E4, E5, E6, E7, E11 e E12).

O “conhecimento” foi a palavra mais referida entre os entrevistados: *“É o conhecimento. Para mim, valorizo muito os PT’s que são atualizados.”* (E10-pág.37)

E indiretamente, o conhecimento foi referenciados como: *“...é a visão que ele tem do exercício”* (E3 - pág.10); *“...é a capacidade dele ir gerindo se eu preciso mais de treino de força, ou treino cardiovascular...”* (E9 - pág.35).

Compreendemos a preocupação dos entrevistados com o grau de conhecimento do seu PT, pois de acordo com Abbott e Connell (2021) existem clientes de todos os níveis de condicionamento físico e com diferentes motivações para começar e continuar os exercícios físicos. Assim, é papel do profissional adequar o tipo de treino de acordo com o perfil e as necessidades do seu cliente. Também, um

PT atualizado, acompanhará as tendências do mundo do fitness, fazendo com que o seu cliente evolua dentro do que há de melhor nesta realidade, proporcionando-lhe uma sensação de pertencimento.

Além disso, um cliente confiante no trabalho com o seu treinador, influenciará da capacidade de esforços físicos durante a sessão de treino (Hill et al. 2022). Essa relação de confiança fará com que ele se sinta mais próximo e conectado a ele (Hill et al. 2022). Proporcionando uma relação saudável, com os objetivos sendo atingidos e, assim, maiores chances de ser duradora. E, apenas um entrevistado abordou a questão da aparência do PT, o quão importante é ele se cuidar, enfatizando: *“Exceção com questões de saúde, que são óbvias, o desleixo é sempre complicado.”* (E8)

É importante reconhecer, por isso, que os perfis de PT com que o cliente se identifica podem ser diversos. Características como ser alegre, animado e bem-disposto predominaram (E1, E2, E6 e E11). O destaque para essa pergunta foi dado à capacidade de organização, pois cinco dos doze entrevistados referiram este aspeto, que sempre apareceu em primeiro lugar (E8, E9, E10, E11 e E12). Então, refletimos, se um cliente quiser um relatório de todo o seu processo de treino com o seu PT, será este capaz de o fornecer? Mesmo que tenha dito apenas verbalmente no momento da adesão que não queria ser avaliado, podendo ao longo do processo, ter mudado de ideias, o cliente conseguirá suas informações documentadas? Refletindo sobre a questão que Lyons e Swartz (2017) abordam sobre os pequenos porquês que vão sendo realizados ao longo do processo, para gerar aquela satisfação imediata (i. e. mantendo o cliente motivado), o que resulta ou restará de um processo o cliente não conseguir atingir o objetivo maior? Terão treino com PT condições de permanência?

Também, Hill et al. (2022) descrevem que os PT's são agentes sociais de muito impacto em relação ao exercício, mas pouco se sabe sobre o impacto nos resultados psicossociais ou comportamentais dos seus clientes. Então, também por isso ainda se torna mais relevante o que Telles (2016) sugere em relação ao trabalho técnico do PT com o seu cliente: é importante que o cliente perceba sua evolução, estagnação ou até mesmo involução (de forma qualitativa e

quantitativa), pois esta percepção pode ajudá-lo a melhorar sua permanência no exercício.

3.6 Tipos de tecnologia digital utilizados e desejados – Rastreadores autônomos vestíveis (*Wearables*) e aplicativos móveis (App`s) no telemóvel

Os *Wearables* tecnologias vestíveis, multifuncionais, e têm como principal objetivo a saúde e bem-estar dos seus utilizadores (Kiessling e Ambruster, 2016). Os primeiros *Wearables* que surgiram no mercado foram, principalmente, pulseiras e relógios que permitiam ao utilizador rastrear passos, gasto calórico e distância percorrida (Parrott et al. 2020). Com exceção da contagem de passos, que curiosamente achamos interessante nenhum entrevistado fazer, apenas E7 comentou que gosta de acompanhar o gasto calórico durante os seus treinos com PT e E9 controlar a distância percorrida nos treinos que faz sozinho, de corrida e bicicleta. Então, pelo descrito na literatura, foram tão bem aceites no mercado que rapidamente começaram a evoluir, de tal modo que segundo Parrott et al. (2020), Kiessling II e Ambruster (2016), esses *Wearables* passaram a monitorar também a qualidade do sono, a frequência cardíaca, a temperatura corporal e outros indicadores importantes. Não obstante, em nenhum momento foram citados ao longo das entrevistas, com exceção do E2, E3 e E9 em relação ao controlo da frequência cardíaca. Segue a resposta do E3 sobre o controlo da frequência cardíaca:

“...dependendo do treino é preciso o relógio para controlar a frequência cardíaca, para orientar um bocadinho melhor”. (E3 -pág.10)

Destaque para o termo “um bocadinho” deixando a sensação de não ser assim tão relevante para o treino esse controlo.

A tecnologia digital (*wearable*) voltou a ocupar o primeiro lugar no *World Wide Survey of Fitness Trends for 2023*, como nos anos 2019 e 2020 (Thomson, 2023). Estes anos (2019 e 2020) o que predominou no mundo fitness foram as

aulas de ginástica e treinamento personalizado, online e ao vivo (Thomson, 2023). Essas duas modalidades online e vivo assumiram grande relevo e preponderância durante a pandemia a COVID-19 (Thomson, 2023), regressando agora (2023) a tendência da tecnologia vestível com toda a força e visibilidade.

É interessante também observarmos que, mesmo sem *Wearables*, conseguem-se muitas dessas mesmas funções em App's no telemóvel. Atualmente, praticamente todos os *smartphones* incluem o seu próprio mecanismo de rastreamento de atividade, inserido no seu aplicativo de saúde (Parrott, 2020). Sabendo disso, aliado com a importância que o PT tem em auxiliar o seu cliente a implementar uma rotina saudável na sua vida (i. e. o PT precisa acompanhar o que o seu cliente faz durante todo o dia com relação à sua saúde pois irá impactar na qualidade e nos resultados do seu trabalho, bem como o investimento do seu cliente), parece fazer sentido explorar esse tipo de ferramenta tecnológica digital na atualidade. Como Bracko (2019) descreve que, um PT pode e deve auxiliar com estratégias para aproveitar melhor o tempo extra treino monitorando a saúde, já que este pode ser, além de tudo o mais, uma importante fonte de motivação,

A indústria do fitness - que começou com dança e levantamento de pedras, criou o pedômetro e agora parece exigir um microcomputador pessoal apenas para correr - parece estar longe de estagnar a sua evolução, pois a inteligência artificial parece ser a nova fronteira do fitness (Parrot, 2020). Então, apesar de Parrot (2020) afirmar que os utilizadores estão cada vez mais experientes tecnologicamente do que qualquer outra geração, tal não foi indubitavelmente confirmado ou observado neste grupo de entrevistados de clientes de PT. Será por que realmente não há interesse do cliente em monitorar essas variáveis da sua saúde? Será que o cliente não é instruído e/ou motivado a utilizar? Ou será que o PT não valoriza isso, e consequentemente o seu cliente também não?

Então, ao longo das entrevistas, referimos ao controlo do processo de treino primeiramente apenas durante a sessão com o PT. Dentre as diferentes respostas, houve entrevistados que afirmaram dispensar completamente esse controlo (E2, E3 e E4); ou que deram respostas muito vagas, como as seguintes

cinco: *“ela já nos pesou numa balança”* (E5- pág.17); *“Ele próprio vai gerindo, faz mais isso, faz mais aquilo, não é?”* Mas antes de responder isso, falou *“... tem que haver (avaliação/controle) para haver consciência... se não houver essa análise, não há consciência”* (E9 – pág.39), prefere um controle mais subjetivo (E11 – pág.40) e, *“...sei que ela controla no celular mesmo o treino que tem que me dar...”* (E12 – pág.44). Então, percebemos que também houve respostas que confirmaram o desejo de ser monitorizados, valorizando-o.

Portanto, para além da necessidade de uma relação empática entre cliente e PT, também o recurso às ferramentas tecnológicas foram referidas na literatura como fatores a ter em conta no momento da monitorização dos resultados, divergindo de pessoa para pessoa. Neste sentido, se o cliente considerar muito importante mensurar resultados, e controlar analiticamente todo o processo, seria uma mais-valia para o PT utilizar as ferramentas tecnológicas digitais para este fim.

Não obstante Freeman (2019) salientar que os PT's devem ser treinados para atenderem os seus clientes através do método SMART, a realidade vista neste trabalho parece em alguma medida refutar tal afirmação. Sabemos que o resultado obtido do cliente naquele processo de PT é um acumulado das horas de treino e de muitos outros fatores (i. e estilo de vida) (Kiessling II e Armbruster, 2016). Por isso, há que considerar também o contributo de fatores como a gestão da qualidade do sono, a alimentação e os níveis de estresse para alcançar os resultados desejados (Liguori e American College of Sports Medicine, 2020). Por esse motivo, todos esses fatores devem ser levados em consideração, existindo, na atualidade, uma grande diversidade e multiplicidade de ferramentas tecnológicas digitais para auxiliar o cliente e o resultado do processo de PT. Este aspeto conduz-nos ao questionamento sobre os limites e fronteiras das funções do PT, relativamente aos interesses pessoais e privados do cliente. Uma maneira de salvaguardar o profissionalismo do PT, a saúde e empatia com o seu cliente, poderia ser, neste sentido, avaliá-lo, monitorá-lo, registando as informações, repassando essas informações para o seu cliente, apenas e só caso este o deseje e no seu superior interesse, não deixando, contudo, de referenciar o planeamento do treino a esses fatores que não deixam de ser relevantes. Porém,

se algum dia o cliente mudasse de ideia, teria todo o seu histórico de saúde registado e protegido de acordo com as normas em vigor para a proteção de dados pessoais, na medida em que o posicionamento do cliente em relação a estes dados e à sua utilização pode a qualquer momento se modificar e, nesse caso, terá que ser acordado com entre os intervenientes qual o tratamento a dar aos mesmos.

Então, essas tecnologias digitais descritas podem ajudar os PT's a incluir a atividade física e alterar os momentos mais sedentários da vida com a alteração nos padrões de movimento humano dos seus clientes (Kiessling II e Ambruster, 2016). Também, Kiessling II e Ambruster (2016) ressalva que uma sessão isolada de treino não compensa os danos (e. g. alterações metabólicas) causados por ficar sentado por um tempo prolongado (~8h). Portanto, consequentemente, essas ferramentas podem fazer com que aumente a consciência o cliente em relação a sua saúde e auxilie na busca dos seus objetivos traçados com o seu PT.

Neste sentido, perguntamos aos clientes de PT's se faziam treino fora da sessão PT, e a resposta foi que apenas dois entrevistados (E5 e E12) não fazem treino fora da sessão PT. E dos dez entrevistados que fazem treino fora da sessão PT, apenas E6 não partilha informação. Todos comentam com o PT sobre o treino, mas sem detalhes, apenas subjetivamente com o objetivo do PT ajustar a sessão do dia.

Dentro do grupo de estudo as respostas divergiram no que ao lugar da prática diz respeito: 5 ao ar livre (E1, E2, E3, E6 e E9); 4 em ginásio (E4, E8, E9 e E10); 2 em casa (E2 e E9) e um em pavilhão de paddle (E7). Aos entrevistados que treinam ao ar livre, todos em algum momento fazem caminhadas (entrevistados 6 e 11) ou corridas (E1, E2, E3 e E9) e com exceção do E11, todos os outros utilizam monitor cardíaco e/ou GPS para controlar a distância (wearable).

Apenas E2 reproduz, em casa, o treino realizado com o PT durante a sessão PT. E E8 e E10, fazem em outros momentos o treino planeado pelo seu PT. Então, E8 e E10 utilizam da APP com o treino planeado pelo PT e fazem fora da hora

da sessão com ele. São do mesmo PT. Não houve mais nenhum outro entrevistado que faz treino fora da sessão PT, planeado pelo PT, seja em papel ou de outra forma.

Então, dos doze entrevistados, cinco utilizam algum tipo de tecnologia apenas fora da sessão com o PT (E1, E6, E8, E9 e E10, sendo *wearable* (E1, E6 e E9) e aplicativo (E8 e E10), e os restantes sete entrevistados não utilizam Wearables e nem App's quando estão a treinar com o PT. Porém quatro entrevistados dizem utilizar: *wearable* para monitorar a frequência cardíaca (E2 e E3), *wearable* para controlar calorias (E7) e colete de electroestimulação (E4), durante a sessão com o PT.

Destacamos E12 porque fala sobre a questão da influência social nas suas escolhas, pois talvez não saiba realmente para que serve o monitor cardíaco (i. e. relógio) mas se as amigas utilizam, talvez seja bom.

“Tu sabe que eu nunca utilizei (wearable), mas de uns tempos para cá, por exemplo, no ginásio temos um grupo de amigas que fazemos tudo juntas. Então nesse grupo assim, várias meninas estão comprando relógio, e até me deu vontade. Para monitorar, sabe? Então até me deu vontade de comprar, mas no momento não utilizo nada.” (E12- pág.44)

Essa discussão levantada até o momento neste trabalho parece fazer sentido, afinal segundo as tendências no mundo fitness para este ano de 2023, a tecnologia digital ficou em primeiro lugar nas top10, e dentre estas, a saúde e o PT também aparecem (Kercher et al. 2023). Ao longo de 17 anos, os resultados desta pesquisa anual revelaram ajudar os profissionais de saúde e fitness a tomarem decisões críticas para o crescimento e desenvolvimento dos seus negócios (World Wide Survey of Fitness Trends for 2023). Então, saber o quanto é explorada essa tecnologia nos treinos, perceber se o cliente tem interesse em usufruí-la e/ou se sabe explorá-la, é deveras, importante.

Curioso, mas não surpreendente, é sabermos que os portugueses que participaram nesta pesquisa Fitness Trends for 2023, estão mais interessados

em Licenciamento para Profissionais do Fitness do que tecnologias ou tipos de treinos. Para nós, não foi surpreendente saber disso por dois motivos: a cultura da tecnologia digital (wearable e App's) parece não estar disseminada no meio dos clientes de PT's em Portugal, pelo menos no que a partir deste grupo estudado nos é possível auscultar; e depois porque em Portugal não é necessário frequentar uma faculdade de Educação Física e obter certificação académica para se poder atuar como PT, sendo suficiente obter apenas cursos técnicos, mais baratos para os formandos, sendo despendida praticamente a metade do tempo para o profissional ingressar no mercado de trabalho.

Segue as 10 das tendências para este ano (2023), segundo Fitness Trends for 2023 (Kercher et al. 2023):

- 1- Tecnologia Vestível (wearable);
- 2- Treinamento de Força com Pesos Livres;
- 3- Treinamento com o Peso Corporal;
- 4- Programas de Condicionamento Físico para Idosos;
- 5- Treinamento de Aptidão Funcional;
- 6- Atividades ao Ar Livre;
- 7- Treinamento Intervalado de Alta Intensidade (HIIT);
- 8- Exercício na Perda de Peso;
- 9- Certificação de Saúde/Fitness;
- 10- Treinamento Pessoal (PT).

Nesta listagem acima, destacamos os itens 1,9 e 10 porque diz explicitamente respeito ao que estamos debatendo. Mas, se analisarmos bem, o trabalho de PT (que ficou em 10º lugar) consegue englobar todos esses 10 itens, pois o PT precisa da certificação para desempenhar suas funções, e depois ele poderá explorar todos esses tipos de treinamentos listados do item 2 ao 8, através da tecnologia digital (1º lugar). Isso faz acreditarmos que realmente faz sentido compreender como o cliente de PT é conduzido em todo o processo de treino, porque existirá inúmeras possibilidades de explorar ainda mais estas questões no mundo *fitness*.

Portanto, observando o panorama geral do grupo estudado (**Figura 1**), 75% dos entrevistados utilizam alguma ferramenta tecnológica no treino (com ou sem a presença do PT).



Figura 1: Panorama geral do grupo estudado. 75% dos entrevistados utilizam alguma ferramenta tecnológica no treino, com ou sem a presença do PT

Destes entrevistados (75%) que utilizam alguma ferramenta tecnológica no treino (com ou sem a presença do PT), 56% utilizam fora da sessão PT, 44% utilizam durante a sessão PT (**Figura 2**).

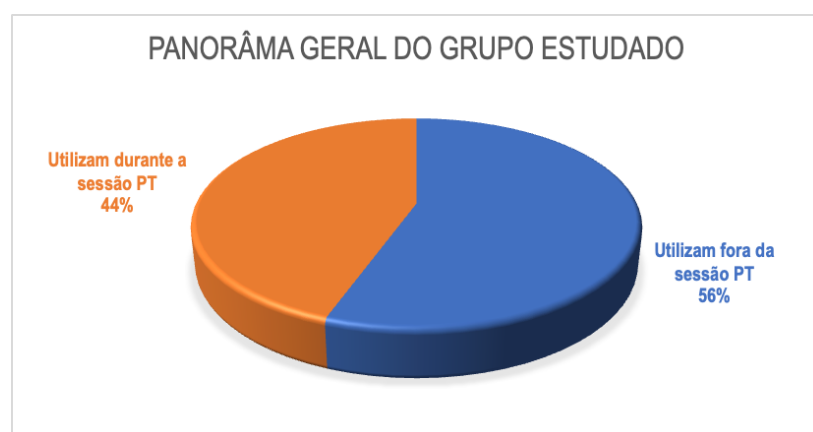


Figura 2: Panorama geral do grupo estudado. Dos entrevistados (75%) que utilizam alguma ferramenta tecnológica no treino, com ou sem a presença do PT, 56% utilizam fora da sessão PT, e 44% utilizam durante a sessão PT

Esses resultados divergem um pouco do que foi observado na literatura para a elaboração deste trabalho, que abordava a tecnologia como uma tendência no mundo fitness. Aparentemente esse estudo mostra, pelo menos para essa população, que a tecnologia, apesar de existir e estar presente, não está necessariamente sendo explorada, principalmente no que ela já consegue fornecer, como métricas muito complexas, como as de carga interna/carga externa, que já são possíveis de serem mensuradas. O que se observou foi que mais da metade dos clientes (75%) utilizam alguma ferramenta tecnológica digital no treino, porém na sessão PT esses valores passam para menos da metade (44%).

Embora haja esses percentuais, saber se há eficácia nos resultados obtidos é o que prevalece como fator determinante e mais valorizado. Se há, como é feita essa avaliação torna-se intrigante. Serão considerados, de facto, objetivamente mensuráveis ou subjetivamente pressentidos? Se existem, vão ao encontro dos objetivos do cliente ou serão outros elementos (secundários), não citados anteriormente que se afirmam e revelam como determinantes? Se não há resultados visíveis e mensurados, o que sustenta, então, essa relação (cliente-PT)?

Todos os doze entrevistados disseram que há eficácia na obtenção de resultados, mas as justificativas foram bem variadas, com exceção E1 e E5 que responderam apenas “sim”. Em destaque apresentamos essas três respostas:

“Tenho resultado, mas a sensação que tenho é desagradável, não é uma coisa confortável, sinto que não sou eu a controlar, por isso não gosto” (E4 – referente ao colete de electroestimulação)”

“...se você acha que o treinador é bom e se ele é bom, acho que só depende de você” (E8 – pág.30)

“...a mudança estética, nas roupas, nas fotos...tu consegue perceber a questão respiratória, já começa a ficar mais resistente para fazer as atividades do dia a dia...esse tipo de coisa.” (E11 – pág.40)

Portanto, E11 no seu cotidiano percebe as mudanças positivas referente ao resultado do processo de treino com o seus PT, porém parecendo ser um pouco subjetivo, não considera o restante do todo o seu estilo de vida, as outras atividades, a alimentação, tudo que pode influenciar nos resultados obtidos até o momento. E11, não utiliza nenhum meio da tecnologia digital para monitorar seus treinos, e não faz avaliação física no momento, bem como a maioria dos entrevistados. Se controlasse essas variáveis referentes ao resultado (i. e. monitorasse através do uso da tecnologia digital), provavelmente saberia exatamente que mudanças estão ocorrendo na sua saúde. Será essa auto monitorização 100% eficaz? Não. Para Segar (2017) e Scheid e Lupien, (2021) alertam que monitorar sozinho (e. g. wearable) pode não motivar de forma sustentável a longo prazo. Clientes que buscam a perfeição (i. e. quantidade específica de peso perdido, minutos exercitados na elíptica, etc), são mais propensos a sentimentos de fracasso (Segar, 2017). Torna-se, por isso, importante a supervisão de um PT neste processo de unir esse tipo de tecnologia com o treino presencial, fazendo assim com que o cliente entenda melhor o uso de wearable e/ou App's no estilo de vida e perceba que o resultado é um acumulado de tudo o que fazemos ao longo da nossa rotina diária (segar, 2017). Assim, os sentimentos de desafios e barreiras passam a serem vistos como oportunidades de aprendizados (Segar, 2017). Portanto, aliar o uso de *wearable* e/ou App's com a supervisão de um PT, permitirá uma combinação dos três fatores que gera a motivação: O porquê, o caminho e o que fazer (Segar, 2017). Refletindo sobre isso, provavelmente se assim fizessem, os entrevistados explorariam mais esse tipo de ferramenta de controlo de treino e teriam ainda mais informações para partilharem ao longo da entrevista sobre esse tema.

Segundo Claran (2003), há 20 anos, já observava que, com mais e mais pessoas buscando experiências com PT's nos últimos anos e muitas delas pagando mais

por essa interação individual, principalmente em comparação a outros programas de treino, uma avaliação da utilidade do PT parece justificada.

E, voltando a abordar a questão de como o ambiente em que vivemos influencia, nove entrevistados escolheram os seus PT's porque alguém de confiança indicou, mas sete entrevistados comentaram que o Instagram é o meio de publicidade que consideram ser mais sensíveis, no mundo digital, pois não o consideram melhor que o famoso meio de divulgação "boca a boca". Foi também possível observar que os PT's que não gostam do marketing digital (i. e. que o entrevistado comentou que o PT não utiliza) são os mesmos cujos clientes também não o valorizam, como E2, E3, E4 e E12. Porém, E1, E7, E8 e E10, gostam muito da publicidade do Instagram, e o seu respetivo PT usufrui muito deste meio. Então, essa informação vai ao encontro do que Freeman (2019) se refere, da importância da identificação do cliente com o seu PT, de o perfil do profissional ser adequado ao perfil do cliente.

3.7 Planeamento no processo de PT através da tecnologia digital

A maioria dos *Wearables* funcionam como pedómetros (i. e. medem número de passos dados) ou acelerómetros (medem o movimento em várias direções, também com as funcionalidades de medidor da frequência cardíaca e GPS Scheid e Lupien 2021). Estas informações combinadas podem gerar informações detalhadas sobre a atividade física diária, como por exemplo, através da velocidade dos batimentos cardíacos máximo durante um treino, determinando se este está a ser muito leve ou demasiado rigoroso (Scheid e Lupien 2021).

O automonitoramento é uma ferramenta poderosa na mudança de comportamento. Tem sido visto com uma estratégia bem-sucedida para atingir certos objetivos de saúde, como por exemplo a perda de peso (Scheid e Lupien, 2021).

Contudo, algumas limitações podem afetar a sua eficácia a longo prazo, como a desmotivação (Sega, 2017; Scheid e Lupien, 2021). E, ainda mais grave, o automonitoramento pode estar associado a outras consequências fisiológicas negativas (Scheid e Lupien, 2021). Pessoas com predisposições a compulsões com o exercício e/ou alimentar, baixa auto-estima e percepção corporal negativa, podem exacerbar esse comportamento caso utilize o *weareble* sem vigilância de um profissional da saúde. E isso se potencializa com a popularidade e facilidade no uso da tecnologia vestível (Scheid e Lupien, 2021). Wearables e aplicativos são eficientes no treinamento de força, no treinamento baseado na frequência cardíaca, entre outros (Lyons e Swartz, 2017), utilizados no momento da sessão de treino. E fora da sessão de treino, o cliente tem a possibilidade de partilhar as informações em tempo real com o seu PT (Scheid e Lupien, 2021; Segar, 2017). Então o PT fica com todas as informações necessárias para avaliar e dar feedback para o seu cliente, facilitando o seu trabalho e potencializando os resultados do seu cliente.

Determinar o tipo de tecnologia digital para monitorar o treinamento do cliente é uma decisão difícil, pois deve levar em consideração as evidências científicas, as preferências pessoais do cliente, a justificativa para o uso desse tipo de *wearable* e App`s, as recomendações para a sua implementação, assim como uma consciência clara dos seus limites (é comum em smartwhatches de diversas marcas a indicação de que a fiabilidade dos indicadores de saúde que fornecem não são 100% fiáveis, não dispensando o recurso a profissionais de saúde e equipamento médico profissional).. Os Pt's podem avaliar a utilização desses tipos de ferramentas tecnológicas recomendadas para os seus clientes, fazendo essa vigilância e intervenção mesmo a longa distância, sendo atraente principalmente por gerar aos seus clientes os potenciais efeitos de autorregulação, motivação e vigilância (Lyons e Swartz, 2017). Também, neste contexto, o importante será adequar ao perfil do cliente as mudanças comportamentais que devem ser introduzidas, aliando-as às preferências do cliente (Lyons e Swartz, 2017). Afinal, o resultado do processo de PT é o acumulado do estilo de vida do cliente e não apenas o que ele fez na hora do treino (Scheid e Lupien, 2021; Segar, 2017)

Também, essas ferramentas tecnológicas digitais podem melhorar a motivação autónoma, e sabemos que esse sentimento está relacionado com o prazer intrínseco da atividade física e/ou identidade pessoal e valores relacionados ao físico (Lyons e Swartz, 2017). Claro, como vimos, de preferência com o acompanhamento de um profissional.

Tivemos a percepção que todos os clientes estavam satisfeitos com os seus respetivos PT's, mesmo que, em alguns momentos se verificassem ligeiras inconsistências nas respostas. Sentem-se, contudo, na generalidade, motivados a treinar e têm uma boa relação com o seu PT, como percebe-se nessas respostas a seguir:

Nenhum dos entrevistados respondeu que o nível de exigência nos treinos é baixo. Mas sim: *“Vai até o meu limite...”* (E1, E4, E6, E9, E11 e E12); *“depende do dia...”* (E5) e *“É alta...”* ou *“...muito alta...”* (E2, E3, E7, E10 e E11).

“Acho que sim, é exigente, mas sempre entende o meu limite...” (E11- pág.41).

Todos responderam que sim, há diálogo sobre o processo de treino, porém uns entrevistados mais que outros:

“Sim. Como é que me senti no treino anterior... As dores musculares. Se é insistir noutra género de exercício, em outro grupo muscular.” (E1- pág.2)

“Sim, sim...e há dicas, há conselhos, há...ou seja, fala-se sobre também pós treino, pré-treino.” (E2 – pág.6)

“...se eu tenho alguma dúvida, eu pergunto. Se não, já explica antes. Mas normalmente assim é muito variado. Mas não é uma questão assim...de ficar explicando. Dizendo, ah é por isso... aquela coisa... Não é muito assim até porque acho até pelo meu objetivo assim sabe...” (E11 - pág.41).

Com exceção do E1 que conversa com o seu PT apenas o que se refere ao desporto, os demais falam sobre todos os tipos de assuntos, bem variados.

Onze entrevistados sentem que o tempo passa rapidamente e justificam que o motivo é porque o treino é bom.

De acordo com a Panorama Setorial Fitness Brasil 2023, é nítido que os consumidores (i. e. clientes de PT's) passaram a valorizar mais a saúde e a condicionar o seu corpo a estar mais saudável, confirmando o “famoso” *soundbite* de que saúde está em primeiro lugar. A tendência do fitness é a movimentação (Panorama Setorial Fitness Brasil 2023), e esta tendência está diretamente ligada ao treino com o PT e todo o restante de uma vida ativa.

CONCLUSÃO

O presente estudo permitiu compreender que a relação cliente-PT no processo de treino se estabelece, primeiramente, pelos resultados que o cliente vai obtendo ao longo do tempo. Para os entrevistados no presente estudo, a utilização de ferramentas tecnológicas digitais na sessão com o PT é irrelevante.

Observamos que o cliente que tem uma boa relação com o seu PT, sente prazer em treinar, principalmente pelo fato do PT perceber o que seu cliente busca e proporcionar-lhe aquela sensação momentânea de dever cumprido após o treino. Foi citado e enfatizado pelo cliente a importância no domínio da parte técnica do seu PT, mostrando-se evidente que precisa existir coerência entre o que o cliente busca e o que o PT entrega. Entretanto, não verificamos consenso na literatura em relação a estes aspectos.

Em relação à importância da utilização de ferramentas tecnológicas digitais para a permanência do cliente no processo de manutenção do exercício, esta não foi explicitamente valorizada pelo cliente. A literatura descreve sobre o crescimento acelerado da tecnologia digital no mundo fitness, as inúmeras possibilidades de explorá-la, tanto durante como fora da sessão de treino com o PT, porém alerta sobre alguns problemas que podem surgir, como foco excessivo com o treino, quando não há supervisão. Foi possível observar um desinteresse na utilização deste tipo de ferramenta por parte do cliente, tanto para monitorar durante ou fora da sessão com o PT.

Entretanto, é importante que os PT's explorem cada vez mais *wearables* e Aplicativos Móveis na monitorização dos resultados para transmitir aos seus clientes a importância destas ferramentas e facilitar o alcance dos objetivos traçados. Infelizmente, as variáveis disponíveis nestas ferramentas tecnológicas ainda não são bem exploradas no processo de treino, e o cliente até o momento não percebe ou não compreende a sua real utilidade, podendo até fazer um uso inadequado das mesmas. Portanto, o cliente utilizar *Wearables* e/ou App's com

a supervisão do seu PT parece ser uma mais-valia para atingir os resultados desejados, pois esses resultados estão relacionados com tudo que fazemos ao longo do dia, sendo devidamente interpretados por profissionais competentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Abbott, M. B., O'Connell, K. A., & Abbott, M (2021). Emotional Intelligence as a predictor of success in personal training. *Research, Sports Health & Fitness. The Sport Journal*. Vol. 24; ISSN: 1543-9518
2. AGAP. (2018). Barómetro de Fitness em Portugal. Lisboa: AGAP. https://www.portugalactivo.pt/sites/default/files/documentos_publicos/barometro_do_fitness_em_portugal_2018.pdf
3. AGAP. (2021). Barómetro de Fitness em Portugal. Lisboa: AGAP. https://www.portugalactivo.pt/sites/default/files/documentos_publicos/02_barometro_anual_agap_2021.pdf
4. Ariboni, S. (2004). Guia Prático para um projeto de pesquisa exploratória, experimental, descritiva. São Paulo: Unimarco. Benedict, F.(1991). *Environmental Education for our common future*.
5. Bracko, M., Nuñez, T. P., & Maloney, T. (2019). Investing in a Personal Trainer. Brochure. Copyright© American College of Sports Medicine. ACSM-EP. ACSM's Consumer Outreach Committee.
6. Brian Kiessling, I. I., & Kennedy-Armbruster, C. (2016). MOVE MORE, SIT LESS, AND BE WELL: Behavioral Aspects of Activity Trackers. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 20(6), 26-31.
7. Panorama Setorial Fitness Brasil 2ª Edição (2023). <https://www.fitnessbrasil.com.br/panorama-setorial-2023/>
8. Daveri, M., Fusco, A., Cortis, C., & Mascherini, G. (2022). Effectiveness of Different Modalities of Remote Online Training in Young Healthy Males. *Sports* (Basel, Switzerland), 10(11), 170.
9. Fontanella, B. J. B., & Magdaleno Júnior, R. (2012). Saturação teórica em pesquisas qualitativas: contribuições psicanalíticas. *Psicologia em estudo*, 17, 63-71.
10. Fontanella, B. J. B., Luchesi, B. M., Saidel, M. G. B., Ricas, J., Turato, E. R., & Melo, D. G. (2011). Amostragem em pesquisas qualitativas: proposta de procedimentos para constatar saturação teórica. *Cadernos de saúde pública*, 27(2), 388-394.
11. Fortin, M. F., Côté, J., & Filion, F. (2009). Fundamentos e etapas do processo de investigação. ISBN: 9789898075185 Editor: Lusodidacta
12. Freeman, P. (2019). Your Training Personality—What's Behind the Clipboard? *ACSM's Health & Fitness Journal*, 23(5), 55-56.

13. Hall, G., Laddu, D. R., Phillips, S. A., Lavie, C. J., & Arena, R. (2021). A tale of two pandemics: How will COVID-19 and global trends in physical inactivity and sedentary behavior affect one another?. *Progress in cardiovascular diseases*, 64, 108–110.
14. Hill, C. R., Smith, A. L., Myers, N. D., & Feltz, D. L. (2022). Tripartite efficacy and behavior of clients working with a personal trainer. *Journal of Applied Sport Psychology*, 34(4), 846-861. <https://www.acsm.org/education-resources/trending-topics-resources/resource-library/detail?id=6848553a-5f15-4031-bb51-1fecea6a0051>
15. Kercher, V. M. M., Kercher, K., Levy, P., Bennion, T., Alexander, C., Amaral, P. C., ... & Romero-Caballero, A. (2023). 2023 Fitness Trends from Around the Globe. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 27(1), 19-30.
16. Lessard-Hébert, M.; Goyette, G.; Boutin, G (2013). *Investigação Qualitativa, Fundamentos e Práticas*. 5ª edição. Editora Instituto Piaget. ISBN: 9789896591021
17. Liguori, G., & American College of Sports Medicine. (2020). ACSM's guidelines for exercise testing and prescription. Lippincott Williams & Wilkins
18. Lyons, E. J., & Swartz, M. C. (2017). Motivational dynamics of wearable activity monitors. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 21(5), 21-26.
19. Marotti, J., Galhardo, A. P. M., Furuyama, R. J., Pigozzo, M. N., Campos, T. D., & Laganá, D. C. (2008). Amostragem em pesquisa clínica: tamanho da amostra. *Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo*, 20(2), 186-194.
20. Mata-Lima, H. (2007). Aplicação de ferramentas da gestão da qualidade e ambiente na resolução de problemas. Aportamentos da Disciplina de Sustentabilidade e Impactes Ambientais. Universidade da Madeira (Portugal).
21. McAuley, E.; Blissmer, B. Self-Efficacy Determinants and Consequences of Physical Activity. *Exerc Sport Sci Rev* 28: 85-88, 2000
22. McClaran, S. R. (2003). The effectiveness of personal training on changing attitudes towards physical activity. *Journal of sports science & medicine*, 2(1), 10.
23. Melton, D. I., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2008). The current state of personal training: an industry perspective of personal trainers in a small Southeast community. *Journal of strength and conditioning research*, 22(3), 883–889.
24. Nascimento, L. D. C. N., Souza, T. V. D., Oliveira, I. C. D. S., Moraes, J. R. M. M. D., Aguiar, R. C. B. D., & Silva, L. F. D. (2018). Saturação teórica em pesquisa qualitativa: relato de experiência na entrevista com escolares. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 71, 228-233.

25. Nielsen, G., Wikman, J. M., Jensen, C. J., Schmidt, J. F., Gliemann, L., & Andersen, T. R. (2014). Health promotion: the impact of beliefs of health benefits, social relations and enjoyment on exercise continuation. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 24 Suppl 1, 66–75.
26. Oliveira, T. D. (2001). Amostragem não probabilística: adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas. *Administração on line*, 2(3), 01-10.
27. Parrott, M., Ruyak, J., & Liguori, G. (2020). The history of exercise equipment: from sticks and stones to apps and phones. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 24(6), 5-8.
28. Pedragosa, V., & Correia, A. (2006). Qualidade, satisfação e fidelização de clientes: uma aposta para os health clubs. *Revista Portuguesa de Gestão de Desporto*, 3, 42-57.
29. Relatório Portugal (2022). International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA). Saúde Económica e Bem-Estar Social: Quantificando o Impacto do Setor Global de Health & Fitness – Relatório Portugal <https://hub.ihrsa.org/portugues-publica%C3%A7%C3%B5es/economic-health-societal-well-being-portugal>
30. Scheid, J. L., & Lupien, S. P. (2021). Fitness Watches and Nutrition Apps: Behavioral Benefits and Emerging Concerns. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 25(2), 21-25.
31. Segar, M. L. (2017). Activity tracking+ motivation science: Allies to keep people moving for a lifetime. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 21(4), 8-17.
32. Silva, C. R., Gobbi, B. C., & Simão, A. A. (2005). O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método. *Organizações rurais & agroindustriais*, 7(1), 70-81 .
33. Soulé, B.; Marchant, G., & Verchère, R. (2021). Sport and fitness app uses: a review of humanities and social science perspectives. *European Journal for Sport and Society*, 19:2, 170-189.
34. Telles, T. C. B.; Araruna, L. C.; Almeida, M. S., & Melo, A. K. (2016). Adesão e permanência ao exercício: um estudo bibliográfico. *Rev Bras Psicol do Esporte*, 6(1), 109-20.
35. Thompson, Walter R. Ph.D., FACSM. Worldwide Survey of Fitness Trends for 2023. *ACSM's Health & Fitness Journal* 27(1):p 9-18, 1/2 2023. DOI: 10.1249/FIT.0000000000000834.
36. Waryasz, G. R., Daniels, A. H., Gil, J. A., Suric, V., & Eberson, C. P. (2016). Personal Trainer Demographics, Current Practice Trends and Common Trainee Injuries. *Orthopedic Reviews*, 8(3), 6600.

37. Wayment, H. A., & McDonald, R. L. (2017). Sharing a Personal Trainer: Personal and Social Benefits of Individualized, Small-Group Training. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 31(11), 3137–3145. <https://doi.org/10.1519/JSC.0000000000001764>

ANEXOS

Link de acesso para as entrevistas

<HTTPS://DRIVE.GOOGLE.COM/FILE/D/10PZFSSQVH5FEEMGMZC0W1RUCBVQZ-X8T/VIEW?USP=DRIVESDK>

(O acesso será autorizado após solicitação ao autor desta Dissertação)

Termo de Consentimento



Termo de Consentimento

A Influência das Ferramentas Tecnológicas Digitais na Permanência em Processo de Personal Trainer à Partir da Perspetiva do Cliente

Eu, _____, concordo em participar deste estudo, ciente que o mesmo tem por objetivo compreender os fatores que contribuem para a permanência do cliente no serviço de PT e se a utilização das ferramentas tecnológicas digitais contribuem para a permanência do mesmo neste processo. Eu compreendo que minha participação é inteiramente voluntária. Recebi informações específicas sobre os procedimentos que estarei envolvido(a) (responderei a uma entrevista semiestruturada, que será registrada, que será registrada em áudio e depois transcrita). Todas as minhas dúvidas foram respondidas com clareza e sei que poderei solicitar esclarecimentos a qualquer momento. O(a) pesquisador(a) garantiu-me anonimato (nunca será revelado meu nome). Os dados recolhidos serão utilizados apenas para essa investigação e caso haja necessidade e vontade de usar para investigação futura, será utilizado um novo termo de consentimento. Também, a qualquer momento poderei abandonar a pesquisa.

Assinatura do Entrevistado(a)

Nome do Entrevistado(a)

Data

Nome do Pesquisador(a)

Nome

Data