

IMAGEM CORPORAL DO *PERSONAL TRAINER* E SUA INFLUÊNCIA NA ESCOLHA POR PARTE DE CONTRATANTES DO SERVIÇO NA SERRA GAÚCHA

Matheus Paim Silva

Anderson Rech

Resumo: Este estudo buscou identificar o grau de influência da imagem corporal e a aparência do *Personal Trainer* sob a perspectiva de seus alunos, objetivando identificar se tal variável é relevante para a contratação dos profissionais por parte de indivíduos interessados no treinamento personalizado na serra gaúcha. Participaram 24 alunos e 30 profissionais de Educação Física, que responderam a um questionário com perguntas abertas e fechadas. Os dados quanti e qualitativos obtidos mostraram que há uma discrepância entre como o *Personal Trainer* se reconhece e como os alunos o enxergam. O investimento em imagem corporal e aparência por parte do profissional parece ser considerado importante para os alunos, embora uma considerável parcela dos profissionais participantes do estudo não realizem investimentos desse gênero. Além disso, grande parte de alunos e profissionais demonstraram importar-se com fatores relacionados à imagem corporal e aparência no ato da contratação de serviços e retenção de clientes. Diante disso, sugere-se que a imagem corporal e a aparência profissional não podem ser tratadas como simples caprichos, mas como peculiaridades importantes que profissionais que buscam sua respectiva singularização no mercado de trabalho devam se atentar.

Palavras-chave: *Personal Trainer*. Imagem Corporal. Educação Física.

BODY IMAGE OF PERSONAL TRAINER AND ITS INFLUENCE ON CHOICE OF SERVICE CONTRACTORS IN SERRA GAÚCHA

Abstract: This study aimed to identify the degree of influence of the body image and the appearance of the *Personal Trainer* from the perspective of its students, in order to identify if this variable is relevant for the hiring of the professionals by individuals interested in the personalized training in serra gaúcha. 24 students and 30 Physical Education professionals participated in the study, answering a questionnaire with open and closed questions. The quantitative and qualitative data obtained showed that there is a discrepancy between how the *Personal Trainer* recognizes itself and how the students perceive it. Investment in body image and appearance by the professional seems to be considered important for students, although a considerable number of professional participants of the study do not make investments of this kind. In addition, a large proportion of students and professionals have shown that they care about factors related to body image and appearance at the time of contracting services and customer retention. Therefore, it is suggested that the body image and professional appearance can not be treated as mere caprices, but as important peculiarities that professionals seeking their respective singling in the labor market should pay attention.

Keywords: *Personal Trainer*. Body Image. Physical Education.

INTRODUÇÃO

A imagem corporal é normalmente ligada ao conceito que cada indivíduo possui sobre seu próprio corpo. Entretanto, há um viés fundamental a ser considerado no que diz respeito à influência do corpo do outro sob a nossa perspectiva. Isso se torna ainda mais evidente na relação entre profissional e cliente, o que nos permite compreender que a imagem corporal tem de ser encarada como um fator multidimensional, que descreve amplamente as representações internas da estrutura corporal e da aparência física, em relação a nós mesmos e aos outros (DAMASCENO et al., 2006).

Estabelecendo uma relação entre a imagem corporal e o profissional de Educação Física, uma das facetas associa-se ao treinamento personalizado, cujo profissional é popularmente conhecido como “*Personal Trainer*”. O papel deste, segundo Bossle e Fraga (2011), tem influência no cotidiano do seu cliente, e não apenas durante a sessão de treinamento. Os autores ainda retratam que na ótica da nova era, o treinador é visto como uma “super microempresa” que vende serviços de aptidão para satisfazer seus clientes. Portanto, considerando o conceito de empresa, nos remete à ideia que atrair novos clientes e até mesmo reter aqueles já conquistados são suas principais metas. Desse modo, a imagem corporal transmitida aos seus clientes em potencial pode exercer influências positivas, negativas ou até mesmo ser fator determinante na escolha por parte dos clientes/alunos.

Autoras como Espírito-Santo e Mourão (2006) defendem que o professor de Educação Física que atua em academias, promovendo a saúde de seus alunos através do exercício físico, tem como uma de suas responsabilidades estampar no seu corpo evidências suficientes de saúde, representado por um ideário de corpo “malhado”, que apresente um esquadrinhado padrão, legitimado pelas suas formas e reconhecido pelo seu aluno. Dessa forma, estudos relacionados à imagem corporal do *Personal Trainer* podem contribuir para uma melhor preparação dos profissionais que buscam seu espaço nesse específico nicho de mercado.

A competitividade do mercado e os aspectos financeiros fazem com que todo profissional busque uma constante melhora na qualidade de seus serviços. Logo, perspectivas específicas que indiquem o grau de importância da imagem

que o profissional transmite ao seu público podem contribuir rumo ao sucesso ao longo de sua carreira. Sendo assim, se faz necessária uma análise criteriosa que avalie se o profissional que se posiciona como satisfeito com sua imagem corporal, ao mesmo tempo consegue transmitir uma imagem adequada à óptica de seus clientes.

A literatura encontra-se carente de assuntos que norteiem os profissionais de Educação Física quanto à importância e investimento em sua própria imagem corporal e aparência. Portanto, o presente estudo pretende contribuir com isso, na medida em que visa identificar se há influência na escolha do profissional por parte dos alunos devido à imagem corporal do Profissional de Educação Física. Além disso, também visa investigar se a aparência e vestimenta do profissional também têm influência na escolha por parte dos alunos.

MÉTODO

Este estudo é definido como de caráter híbrido, o qual nos permite compreender de uma forma multidimensional as reais influências que a imagem corporal e aparência podem exercer sob a percepção dos alunos contratantes do treinamento personalizado. Além disso, busca-se uma relação entre a autoavaliação da imagem corporal do profissional com a avaliação de seus alunos, bem como o nível de investimento por parte do profissional com sua própria imagem corporal e aparência. Ainda, busca-se definir se tais variáveis são tão importantes ao ponto de exercerem influência sob o sucesso na carreira do *Personal Trainer*.

AMOSTRA

A amostra foi composta por 30 *Personal Trainers*, sendo 15 do sexo masculino e 15 do sexo feminino. Dentre os profissionais que participaram do estudo, foram sorteados 12 indivíduos para que fosse feita uma análise da proposta deste estudo no que tange aos alunos que contratam o serviço do treinamento personalizado. Ressalta-se que o presente estudo teve a participação de duas diferentes populações: profissionais e alunos.

DESENHO EXPERIMENTAL

Em um primeiro momento, foram convidados via redes sociais 30 *Personal Trainers*, das três mais populosas cidades da Serra Gaúcha: Caxias do Sul, Bento Gonçalves e Farroupilha. Após isso, foram sorteados 12, quatro de cada município, para o provimento de alunos. Após formadas as duas populações que contemplam o estudo (30 *Personal Trainers* e 24 alunos), foram aplicadas as abordagens, as quais ambas consistiam em um questionário via *google forms*, avaliação da autoimagem corporal para os profissionais e avaliação da imagem corporal do seu respectivo *Personal Trainer*.

PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

A divulgação foi feita por convite oral, divulgação em redes sociais e contatos por conveniência e o contato posterior com os participantes foi realizado via *Google Forms*. Em seguida, foram aplicados os critérios de inclusão por meio de questionário.

QUESTIONÁRIO

Um questionário composto por 10 perguntas abertas foi apresentado aos 10 profissionais de cada município, sendo 30 no total. Outro questionário foi aplicado aos 24 alunos selecionados via sorteio. Ambos os questionários (Quadros 1 e 2) para a análise de conteúdo foram respondidos por indivíduos que atendiam aos critérios necessários. Os mesmos foram organizados em percentual de respostas.

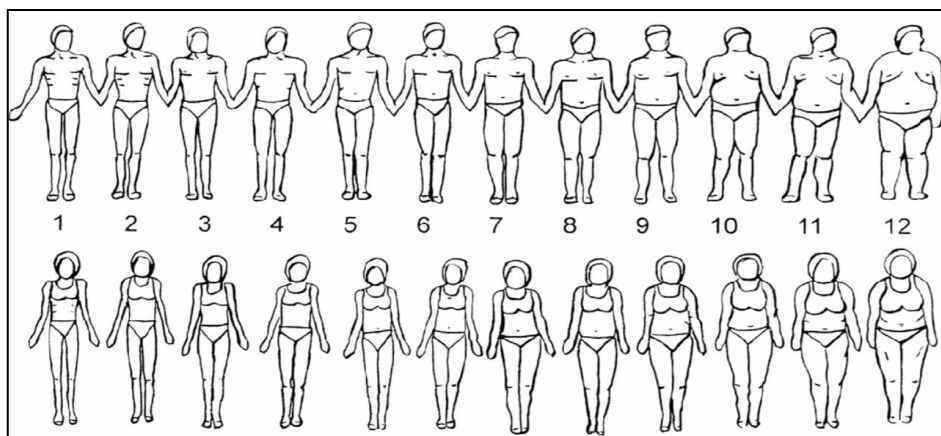
Quadro 1 - Questionário aplicado para os profissionais de Educação Física

Prezado(a) Profissional de Educação Física,

Esta pesquisa tem por objetivo identificar se há influência na escolha do profissional por parte dos alunos devido à imagem corporal do Profissional de Educação Física. Desde já, agradeço a sua participação e contribuição.

Idade: _____

Circule abaixo a silhueta que melhor representa a sua atualmente:



SMT (Silhouette Matching Task) ou Teste para avaliação da imagem corporal (MANTOVANI et al., 2009).

- 1) Há quanto tempo você trabalha como Personal Trainer?
- 2) Qual é a quantidade de horas trabalhadas semanalmente como Personal Trainer?
- 3) Quantos alunos de treinamento personalizado você atende?
- 4) Qual é o valor da sua hora/aula?
- 5) Qual é o principal motivo que, na sua opinião, as pessoas lhe procuram com o interesse na contratação de seus serviços?
- 6) Quais os principais motivos que, na sua opinião, fidelizam seus alunos?
- 7) Quais características julgas ser importante para o Personal Trainer?
- 8) Qual é o nível de investimento financeiro mensal em sua aparência/imagem corporal: (ex: corte de cabelo, procedimentos estéticos, roupas, calçados, etc.)
- 9) Você acha que a aparência é um fator importante para a obtenção de sucesso na carreira profissional?
- 10) Você investe em redes sociais? Qual é o nível de investimento financeiro mensal?

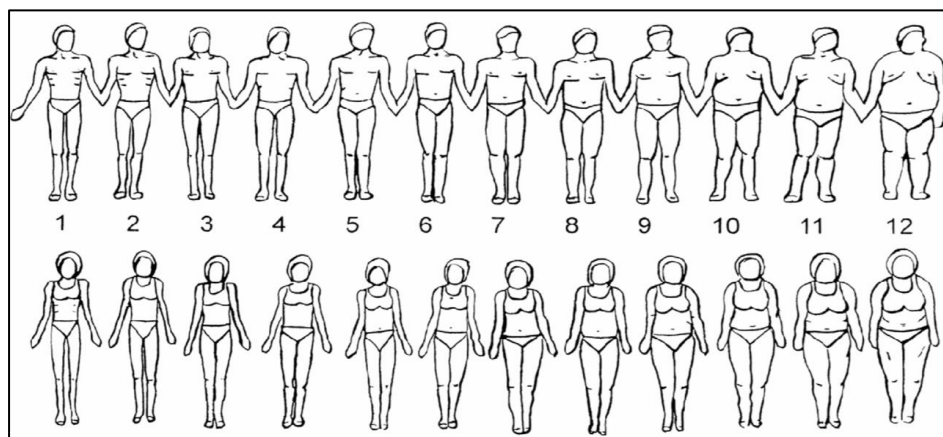
Quadro 2 - Questionário aplicado para os alunos de treinamento personalizado

Prezado(a) aluno(a),

Esta pesquisa tem por objetivo identificar se há influência na escolha do profissional por parte dos alunos devido à imagem corporal do Profissional de Educação Física. Desde já, agradeço a sua participação e contribuição.

Idade: _____

Circule abaixo a silhueta que melhor representa a de seu Personal Trainer:



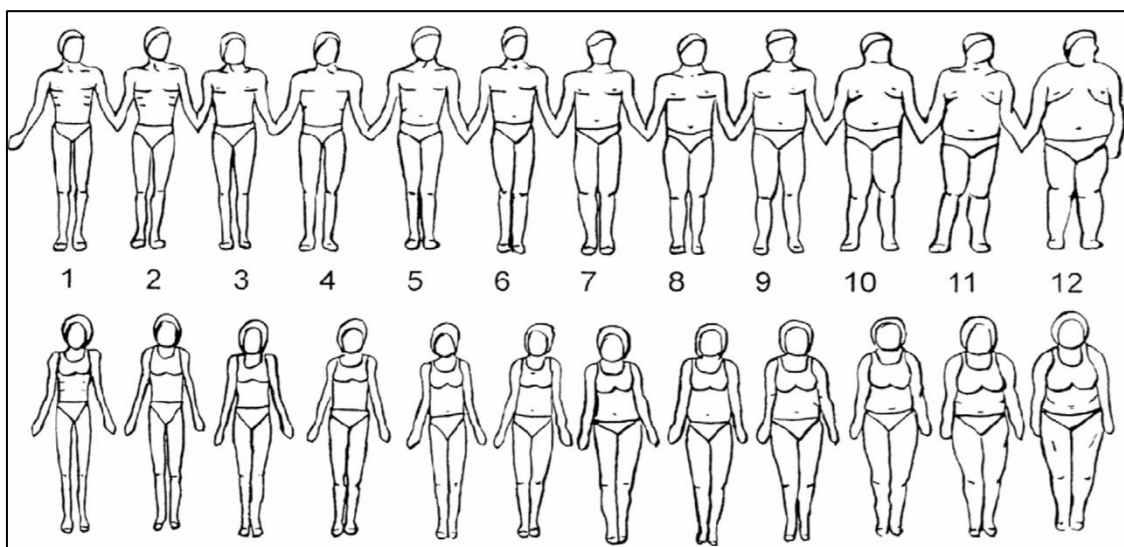
SMT (Silhouette Matching Task) ou Teste para avaliação da imagem corporal (MANTOVANI et al., 2009).

- 1) Por que você optou pelo Treinamento Personalizado?
- 2) Como você conheceu o seu Personal Trainer?
- 3) Há quanto tempo você treina com o seu Personal Trainer?
- 4) Qual foi o motivo que fez você escolher exclusivamente esse profissional?
- 5) Qual ou quais fatores você julga serem importantes para que o Personal Trainer seja um bom profissional?
- 6) Você acha que a aparência e imagem corporal são fatores importantes para a obtenção de sucesso na carreira profissional?
- 7) O que motivou você a continuar frequentando as aulas com o seu Personal Trainer?
- 8) Na sua opinião, qual é o diferencial do seu Personal Trainer?
- 9) Na sua opinião, considerando os seguintes itens: aparência e imagem corporal; formação acadêmica e experiência profissional, qual você definiria como mais importante para o Personal Trainer?
- 10) Você acha importante que profissionais da área da saúde (médicos, dentistas, Profissionais de Educação Física, Fisioterapeutas) invistam em redes sociais?

TESTE PARA AVALIAÇÃO DA IMAGEM CORPORAL

O Silhouette Matching Task – SMT foi aplicado nas duas populações que compõem o estudo: o *Personal Trainer* e seus alunos de treinamento personalizado. É importante ressaltar que o SMT é uma ferramenta criada com o intuito exclusivo de autoavaliação da imagem corporal, no entanto, a adaptação da ferramenta para que se avalie o outro será aplicada a fim de correlacionar o olhar do *Personal Trainer* com o de seus próprios alunos e a quantidade de alunos que a sua opinião corrobora com a do professor. Ressalta-se que, para a realização da análise descritiva, será considerada a amostra em percentual distribuída nos diferentes níveis de silhueta apontados pelos sujeitos que compõem o estudo.

Figura 1 - Silhouette Matching Task ou teste para avaliação da imagem corpora



Fonte: Mantovani et al., 2009.

TRATAMENTO ESTATÍSTICO

Para a análise de dados quantitativos foram utilizados a descrição dos dados na forma de média e desvio padrão. A normalidade dos dados será verificada pelo teste de Shapiro-wilk. Também foi realizada uma análise de correlação, através do teste de coeficiente de correlação de Pearson, obtida com auxílio do software SPSS 20.0 (SPSS. Inc, Chicago, USA). As correlações

realizadas foram: nível de investimento x número de alunos, nível de investimento x valor hora/aula, nível investimento x horas trabalhadas semanais, tempo de carreira x número de alunos, tempo de carreira x valor hora/aula, tempo de carreira x horas trabalhadas semanais, valor hora/aula x número de alunos e valor hora/aula x horas trabalhadas semanais.

Alguns dados serão apresentados de forma percentual em relação à amostra total do estudo: quantos alunos concordam com a imagem corporal escolhida pelo professor e quantos alunos acreditam ser importante o investimento do professor em imagem corporal, aparência e redes sociais.

ANÁLISE DOS DADOS

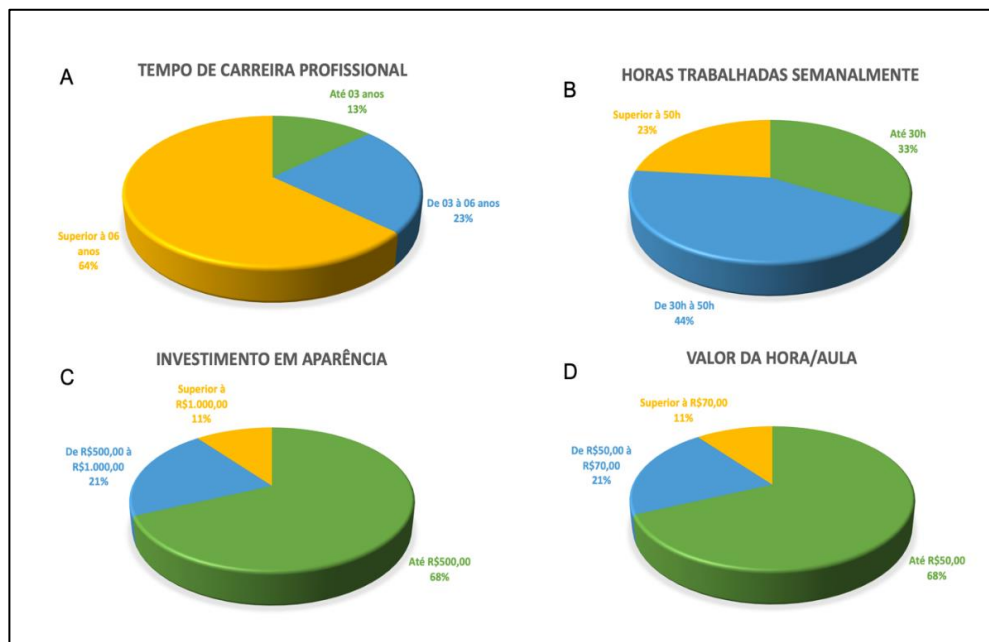
Após o recebimento dos questionários, foram realizadas as análises de dados que contaram, em momentos, com a transformação de dados qualitativos em dados quantitativos, interpretação, discussão e elaboração sintetizada das informações recolhidas. Estas foram divididas em categorias e subcategorias de análise, através de tópicos pré-definidos (TASHAKKORI; TEDDLIE, 1998 apud YIN, 2016).

A partir das informações coletadas por meio dos questionários, foram definidas três categorias de análise, as quais são: fatores que influenciam na fidelização dos alunos sob a perspectiva do *Personal Trainer*; motivos e fatores importantes na escolha do profissional; e a importância atribuída pelos alunos para a imagem corporal do professor. A concepção dessas categorias se fez com base na expectativa de buscar respostas aos problemas de pesquisa elencados pelo presente trabalho.

CARACTERIZAÇÃO DOS *PERSONAL TRAINERS*

A Figura 2, a seguir, apresenta as características da amostra de *Personal Trainers* que participaram do estudo:

Figura 2 - Caracterização dos Personal Trainers. A: tempo de carreira profissional; B: horas trabalhadas semanalmente; C: investimento em aparência; D: valor da hora/aula.



A Figura 2 apresenta quatro gráficos. Percebe-se, no gráfico A, que a maioria dos profissionais que participaram do estudo atua na profissão há mais de seis anos. Conforme o gráfico B, verifica-se que estes Profissionais de Educação Física em sua maioria atuam de 30 horas a 50 horas semanais junto ao treinamento personalizado.

Quanto ao investimento em aparência, a maioria da população estudada relatou investir até R\$500,00 mensais (gráfico C). Por fim, o valor da hora/aula da maioria dos participantes tem teto máximo de R\$50,00 (gráfico D).

CORRELAÇÕES

A Tabela 1 apresenta as variáveis do estudo que foram correlacionadas:

Tabela 1 - Correlações das características dos *Personal Trainers*

	Número de alunos	Valor da hora/aula	Horas de trabalho semanal
Nível de investimento	0,211	0,187	0,433
Tempo de carreira	0,346	0,389*	0,438*
Valor da hora/aula	0,298	-	0,500**

* Nível de significância estatística $p < 0,05$.

** Nível de significância estatística $p < 0,01$.

Ao observarmos a tabela, identificam-se alguns dados que apresentaram correlações estatísticas. Dentre eles, o tempo de carreira e o valor da hora/aula, o tempo de carreira e as horas trabalhadas semanalmente e o valor da hora/aula com as horas trabalhadas semanalmente. Estes dados sugerem que o tempo de carreira é uma variável que acompanha a obtenção de sucesso na carreira do *Personal Trainer*.

CONFRONTO DE SILHUETAS

Na tabela abaixo apresentam-se as indicações de silhuetas que ambas populações que compõe o estudo marcaram, indicando primeiramente a marcação do profissional e, seguidamente, a marcação dos seus dois alunos que foram sorteados para responder a escala e o questionário.

Tabela 2 - Dados do confronto de silhuetas entre *Personal Trainers* e seus respectivos alunos

Sorteados	Silhueta marcada pelo profissional	Indicação aluno 01	Indicação aluno 02
<i>Personal A</i>	5	5	6
<i>Personal B</i>	3	4	1
<i>Personal C</i>	7	3	4
<i>Personal D</i>	5	2	6
<i>Personal E</i>	2	4	4
<i>Personal F</i>	4	1	4
<i>Personal G</i>	3	3	4
<i>Personal H</i>	3	2	2
<i>Personal I</i>	6	4	4
<i>Personal J</i>	6	5	6
<i>Personal K</i>	1	4	1
<i>Personal L</i>	2	2	5

A seguir, apresenta-se o gráfico que exemplifica de forma percentual os dados da tabela supracitada. O gráfico indica a porcentagem de alunos que

acertaram a silhueta marcada pelo profissional, aqueles que erraram para menos e também aqueles que erraram para mais conforme a SMT.

Figura 3 – Gráfico da escala de silhueta

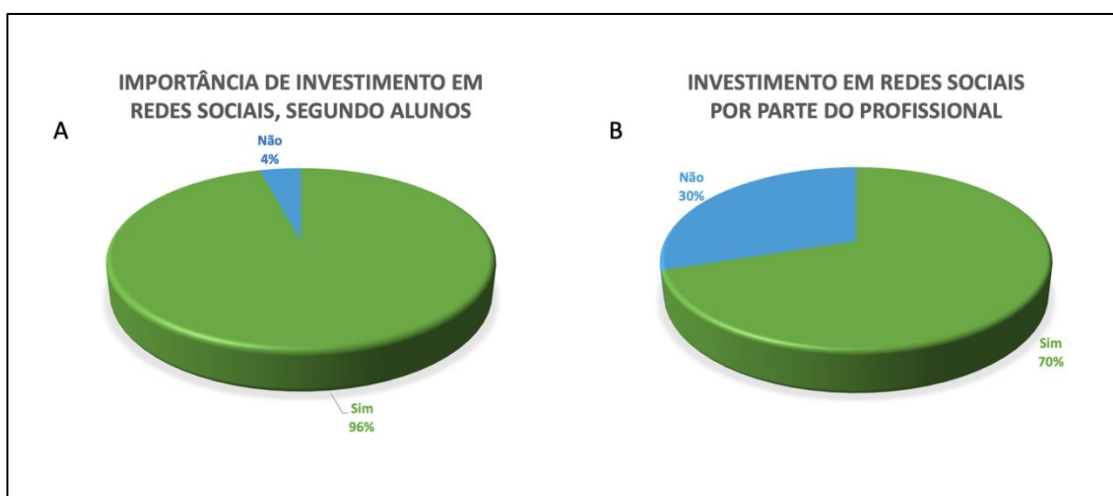


Ao analisarmos a Figura 3, podemos identificar que 75% das marcações dos alunos não corroboram com a silhueta marcada pelo seu respectivo *Personal Trainer*.

INVESTIMENTO EM REDES SOCIAIS, IMAGEM E APARÊNCIA

Os dados dos gráficos a seguir confrontam a importância que alunos de treinamento personalizado dão ao investimento em redes sociais, imagem e aparência e o real investimento neste quesito por parte dos *Personal Trainers*.

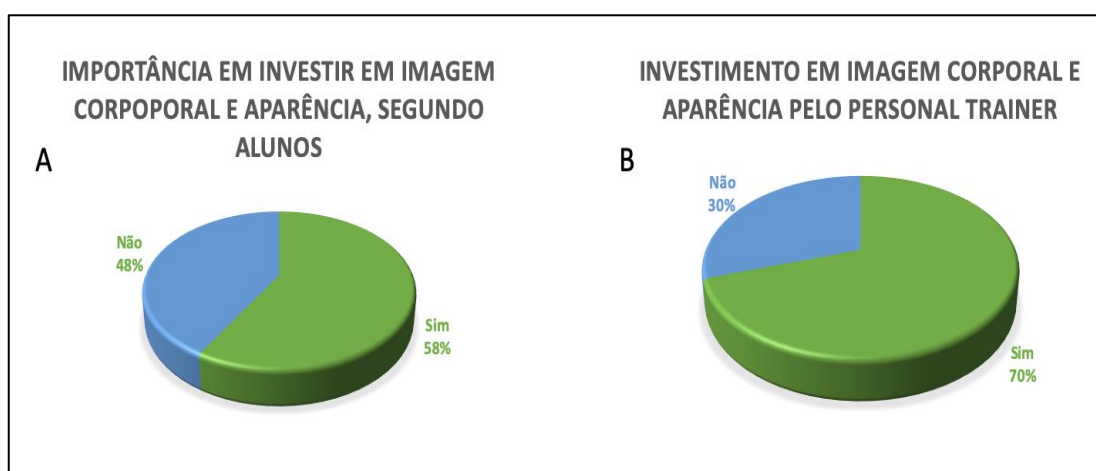
Figura 4 – Investimento em redes sociais



Considerando a pergunta: “Você acha importante que profissionais da área da saúde invistam em redes sociais?”, pode se perceber que 96% dos alunos acreditam ser importante o investimento em redes sociais por parte do profissional, mas somente 70% realmente investem na divulgação de seu trabalho fazendo o uso destas ferramentas.

A Figura 5, abaixo, também busca confrontar dois dados: a importância em investir em imagem corporal e aparência com o real investimento que vem sendo aplicado pelos profissionais de Educação Física participantes do presente estudo.

Figura 5 – Investimento em imagem corporal e aparência



Considerando a pergunta: “Você acha que a aparência e imagem corporal são fatores importantes para a obtenção de sucesso na carreira profissional?” e analisando os gráficos constantes na Figura 5, pode-se perceber que 58% dos alunos concorda que profissionais devam investir em sua imagem, entretanto, existe uma parcela de 30% dos *Personal Trainers* que fizeram parte do estudo que não efetua nenhum tipo de investimento nesse sentido.

FATORES QUE INFLUENCIAM NA FIDELIZAÇÃO DOS ALUNOS

Analisando os dados qualitativos, pode-se verificar, segundo os próprios profissionais, alguns fatores que influenciam na fidelização dos alunos. Dentre as respostas, os termos mais citados foram: ética, conhecimento, profissionalismo, resultado e aparência condizente com a profissão.

Ao discorrer acerca das características importantes do *Personal Trainer*, alguns profissionais focaram mais em aspectos da formação acadêmica, outros em características peculiares da prática profissional. Entretanto, devido ao tema do presente estudo, salienta-se respostas como a do profissional de nº 10, o qual escreveu: *“Gostar do que faz, conhecimento no que faz, formação adequada, disciplina, tolerância, positividade, centrar seu trabalho no aluno, capacidade de adaptação e flexibilidade e uma aparência saudável e feliz”*. Percebe-se que o profissional dá importância para as questões que envolvem a aparência e imagem, ao classificá-la, inclusive, como uma das características inerentes que o profissional deva possuir.

Já o participante de nº 14, ao explicar sobre o tema, denota importância para: *“pontualidade, responsabilidade, imagem corporal apresentável, ética e caráter”*. Na mesma linha de raciocínio, o profissional de nº 21 aponta: *“comprometimento, pontualidade, postura ética e estética apresentável”*. Por fim, o *Personal Trainer* de nº 29 defende importante: *“ser um profissional formado, ético, buscar atualização frequentemente e ter um perfil adequado e condizente com a profissão”*.

Desse modo, podemos verificar que aspectos menos palpáveis, mas mais ligados à imagem e à linguagem não verbal que o corpo do profissional transmite aos seus clientes, são uma das características reconhecidas como importantes pelos profissionais de Educação Física.

MOTIVOS E FATORES IMPORTANTES NA ESCOLHA DO PROFISSIONAL

Referente aos motivos que podem exercer influência na escolha do *Personal Trainer*, o fator que repetidamente se apresenta nas respostas foi a indicação de terceiros. Em segundo lugar, a imagem corporal se repetiu frequentemente durante as respostas. Destacam-se, aqui, algumas delas: *“Primeiramente pela imagem que ela passa, a qual eu me inspirei pra competir, depois pelo carisma e dedicação que ela tem com os alunos!”*, *“A indicação e também a imagem saudável, feliz e de amor pelo trabalho que ela me transmitiu”*, *tem boas indicações e pelo shape dela dá pra ver que o trabalho é bom”*.

Dessa maneira, podemos perceber que alguns dos entrevistados dão a entender de que a aparência e imagem corporal adequada do seu respectivo

Personal Trainer são fatores importantes e servem até mesmo como gatilho motivacional para a prática de exercícios físicos. Além disso, se pode analisar que a qualidade do serviço prestado também fora julgada devido à aparência, ou, conforme as palavras de um entrevistado, devido ao “*shape*” apresentado pela profissional.

IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA PELOS ALUNOS À IMAGEM CORPORAL DO PROFESSOR

Quanto à opinião dos alunos referente a acreditarem que a aparência e imagem corporal são fatores importantes para a obtenção de sucesso na carreira profissional, dos 24 participantes, 14 responderam que sim, concordando e até mesmo explanando que “*um educador físico em má forma física, é uma contradição*” e que é “*fundamental o próprio exemplo*”. Sugerindo, portanto, importância a forma física do *Personal Trainer*.

Houve também, declarações como a do aluno 20, que diz: “*Sim, o sucesso na carreira também passa pelo marketing pessoal, que inclui a imagem física*”. Também se encontram afirmativas como a do aluno 11: “*a palavra convence, mas o exemplo arrasta*”, sugerindo que aspectos ligados à aparência física podem exercer influência sobre a motivação dos alunos e sob o sucesso ao longo da carreira profissional.

Por sua vez, os seis sujeitos que consideraram que o sucesso profissional depende também de outros fatores, denotaram importância a atributos como a didática de ensino. Nas palavras do aluno 1: “*Para profissionais relacionados à saúde, acho importante que o professor tenha um cuidado com seu próprio corpo, faz sentido e motiva o aluno. Mas isto é secundário, o que é importante é a formação profissional e a maneira com que o professor dá a aula*”. Este sujeito evidencia que o fundamental são aspectos específicos da formação acadêmica e profissional, bem como as metodologias utilizadas e aplicadas pelo treinador pessoal.

Por fim, os quatro alunos que responderam que não acreditam que a imagem corporal exerça tamanha influência apresentaram afirmações como: “*...acredito que o sucesso na carreira profissional vai muito além do estético corporal*”; “*Considero, neste caso, a capacidade profissional acima de meras*

aparências. A aparência, por si só, não constrói nem caráter, nem sucesso profissional”. Salienta-se que estes alunos demonstraram maior importância para a sapiência do profissional, dando prestígio a aspectos ligados ao caráter e que transcendem peculiaridades da aparência humana.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A imagem corporal e aparência são vistas como variáveis que podem exercer interferência sobre a contratação dos serviços prestados pelo *Personal Trainer*. Portanto, levando em consideração que não foram encontrados estudos na literatura que busquem compreender tais fatores, o objetivo da presente pesquisa foi identificar a influência da imagem corporal na escolha do profissional por parte dos alunos devido à imagem corporal e aparência do *Personal Trainer*, bem como verificar se a autoimagem corporal do profissional é fiel à imagem corporal sob a óptica de seus alunos.

Os principais resultados quantitativos apontam correlações significativas entre o tempo de carreira profissional com valor da hora/aula, o tempo de carreira com a quantidade de horas trabalhadas semanalmente e o valor da hora/aula com as horas de trabalho semanais. Da mesma maneira que 75% dos alunos apontaram uma silhueta diferente da que o seu *Personal Trainer* escolheu para si mesmo.

Já do ponto de vista qualitativo, houve três pontos de interesse principais. O primeiro, que nos faz refletir a respeito dos fatores que podem influenciar na fidelização dos clientes, no qual os profissionais reconhecem que a imagem e estética são importantes. O segundo tópico de interesse trata sobre os fatores que podem influenciar na escolha do profissional, e em um *ranking*, a indicação de terceiros lidera as respostas, entretanto, a imagem corporal do professor aparece logo em sequência como um fator motivador para a contratação dos serviços. Por fim, o terceiro tópico disserta sobre a importância da imagem corporal e aparência na perspectiva dos alunos. Nessa perspectiva, dos 24 participantes, 14 demonstraram concordância que a imagem corporal pode influenciar no sucesso da carreira profissional.

Em estudos de áreas ligadas à administração e marketing de vendas, já é associado que serviços mais caros conotam a percepção de maior qualidade

em produtos e serviços. Este fato foi observado no estudo conduzido por Paixão, Bruni e Silva (2006), os quais verificaram que existe relação entre o preço cobrado e a percepção de qualidade do consumidor. O preço tende a funcionar como indicador de qualidade: preços superiores tendem a indicar qualidade superior e preços inferiores tendem a indicar qualidade inferior.

Dessa maneira, os principais achados do presente estudo do ponto de vista quantitativo revelam que os profissionais que atuam há mais tempo como *Personal Trainer* são os mesmos que conseguem cobrar um valor mais alto pela sua hora/aula e também trabalham uma maior quantidade de horas semanais nesse específico nicho de mercado. Esta análise também sugere que preços mais baixos ou mais atrativos não são fatores determinantes para a obtenção de alunos nessa específica fatia do mercado Fitness/Wellness.

O SMT, composto por 12 silhuetas em escala progressiva, normalmente é apresentado em conjunto com algumas questões que buscam diagnosticar qual é a silhueta que melhor representa a pessoa atualmente e até mesmo a silhueta que o avaliado gostaria de ter (MANTOVANI et al., 2009). Para os profissionais de Educação Física, uma imagem corporal que transmita rastros consideráveis de saúde pode favorecer os em diversas as ocasiões. Afinal, as impressões acerca da qualidade do profissional vão sendo construídas ao decorrer de sua carreira. Desse modo, quanto mais subsídios informativos o profissional tiver acerca da satisfação do público que ele visa engajamento, melhor.

Diante disso, analisando os dados do SMT, observa-se que 75% dos alunos entrevistados não estão de acordo com a silhueta marcada pelo profissional no que se refere à imagem do *Personal Trainer*. Isso sugere uma distorção da autopercepção do profissional ao compararmos com a perspectiva dos alunos.

Confrontando os dados quantitativos com os dados qualitativos, percebe-se que, em ambas as amostras, profissionais e alunos descrevem que a imagem corporal e aparência são fatores importantes para a carreira profissional. Sendo assim, conferindo a relevância devida a este fator, não seria importante que o profissional conseguisse transmitir a imagem corporal que o mesmo define apresentar (segundo sua própria marcação no SMT), para o seu respectivo

cliente/aluno? A discordância entre a avaliação da autoimagem corporal com a avaliação realizada pelo aluno sugere que essa transmissão da imagem muitas vezes não é captada de forma precisa.

Nessa mesma linha de raciocínio, um dado importante obtido é o de que 56% dos alunos julgam ser importante que o profissional invista em sua imagem corporal e aparência. Portanto, se o cliente julga ser necessário tal investimento, embora não seja o foco do presente estudo, o não investimento pode ser um fator interferente na retenção destes clientes/alunos, embora outros estudos sejam necessários para fazer tal afirmação.

Por conseguinte, o *Personal Trainer* é submetido a um desafio nesse sentido: ter a capacidade de perceber sua real imagem corporal e que ela se apresente de forma adequada, traduzindo aspectos de saúde, evidenciando um corpo consistente e sadio e transmitindo da forma mais precisa possível ao seus clientes e público-alvo, a fim de conquistar novos contratantes e causar uma impressão adequada aos que buscam por este serviço.

Quanto às características que os profissionais elencaram como importantes para a fidelização dos alunos, a imagem corporal apareceu muito bem ranqueada, sugerindo que os próprios profissionais a reconhecem como princípio importante para a retenção de alunos.

Nesse sentido, o estudo de Constante e Maino (2007, p. 74) pode colaborar com algumas colocações, dentre elas, os autores trazem que: “...atualmente, não será suficiente ter somente um diploma de colação de grau, mas sim, será necessário ter um diferencial competitivo...” e continuam defendendo tal percepção, ao falarem sobre ferramentas disponíveis para o desenvolvimento do marketing pessoal, dentre elas, a imagem e o código visual que, nas palavras dos autores, “são o cartão de visitas de uma pessoa”. É a maneira pela qual se pode transmitir confiança e credibilidade.

Constante e Maino (2007) também defendem que a imagem pessoal e o vestuário devem estar de acordo com uma postura conveniente ao campo de trabalho onde o profissional está inserido, bem como os cuidados adequados à aparência pessoal devem estar em dia. Em vista disso, insinua-se que o conhecimento e seu bom domínio são só um dos pré-requisitos necessários para que possamos determinar um bom profissional, sugerindo que a atenção com atributos relacionados junto a imagem corporal e aparência são relevantes e

podem ser considerados diferenciais significativos na busca pela consolidação profissional no mercado de trabalho.

Já ao explanarmos sobre os dados que envolvem as respostas dos alunos do presente estudo, pode-se perceber que a indicação de terceiros é o principal fator relatado como primordial para a escolha do profissional. No entanto, a imagem corporal repetiu-se frequentemente durante as respostas, transparecendo até mesmo que as características físicas do profissional induzem as definições de qualidade dos serviços prestados.

Nesse sentido, Okuma (1990 apud MESQUITA, 1997, p. 160) destaca que profissionais que atuam na área de “marketing” e recursos humanos de empresas, academias ou outros setores estão utilizando, para a admissão de funcionários, critérios cada vez mais relacionados aos canais de comunicação não-verbal como aparência, vestuário, aspecto físico e carisma. Portanto, se recrutadores estão dando importância a aspectos ligados a aparência, podemos transpor para a realidade de um profissional autônomo: o recrutador nessa realidade seria o cliente, e uma imagem corporal e aparência adequadas podem fazer diferença na hora da contratação dos serviços do *Personal Trainer*.

Ao questionar a importância atribuída pelos alunos quanto à imagem corporal do seu professor, 14 dos 24 respondentes demonstraram ser importante a forma física do profissional, remetendo-se a aspectos do marketing pessoal e de que uma imagem corporal adequada serviria até mesmo como aspecto motivacional para a prática da atividade física. Conforme Nascimento e Dutra (2010), o termo marketing pessoal já vem sendo explorado e é encontrado na literatura como um fator ligado à aparência física, inclusive, é um quesito de extrema importância para docentes que se encontram em início de carreira, já que se trata de um momento decisivo de construção e conquista do mercado de trabalho.

Ressalta-se que o presente estudo possui algumas limitações. Foi possível observar que a construção de questionários optativos e não tanto discursivos fariam com que a construção de tópicos de interesse e busca por padrões de respostas fosse mais facilitado. Da mesma forma, o tamanho amostral do estudo poderia ser ampliado, a fim de buscar uma maior pluralidade de respostas. No entanto, visto que o prazo para a conclusão do estudo já estava

previamente estabelecido, foi optado por um tamanho amostral viável ao pesquisador.

CONCLUSÃO

A partir das informações coletadas, somos capazes de observar que a imagem corporal e a aparência profissional não podem ser consideradas simples caprichos que o profissional, seja ele das mais distintas áreas, deva preocupar-se. Entretanto, se faz oportuno salientar que o desenvolvimento de elementos ligados ao marketing pessoal, ainda mais ao aplicarmos a uma realidade em que busca-se o aperfeiçoamento físico, psicológico e espiritual podem, sim, exercer influências que partem do extrínseco do profissional e acabam por tocar o intrínseco do aluno e até mesmo os sentimentos por meio de canais extremamente particulares que a comunicação verbal não é capaz de captar.

Dessa maneira, os desfechos mais incisivos que a presente pesquisa concluiu foram que há uma discrepância entre como o *Personal Trainer* se vê e como os alunos o enxergam. Da mesma forma que o investimento em imagem corporal e aparência por parte do profissional parece ser considerado importante para os alunos, embora, ainda uma considerável porção dos profissionais participantes do estudo não realizem investimentos desse gênero.

Além disso, boa parte de alunos e profissionais demonstraram importar-se com fatores relacionados à imagem corporal e aparência no ato da contratação de serviços e retenção de clientes. Da mesma forma que também é importante salientar que o valor da hora/aula obteve correlação estatisticamente significativa com a carga horária trabalhada semanalmente, a qual pode representar que a questão preço culturalmente associa-se ao nível de qualidade do serviço prestado.

Diante disso, imagina-se que estudos sobre a associação entre a percepção dos preços e a qualidade de serviços prestados no âmbito da Educação Física ou até mesmo trabalhos que busquem respostas a respeito do impacto de fatores relacionados à imagem corporal e aparência do profissional sobre a aderência a prática de exercícios físicos, a motivação e satisfação por parte dos alunos contratantes do serviço prestado pelo Profissional de Educação Física provocariam discussões significativas sobre o tema aqui abordado.

REFERÊNCIAS

CONSTANTE, R. S.; MAINO, J. R. Marketing pessoal: um diferencial para o sucesso profissional. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 4, n. 2, p. 67-76, 2007.

BOSSLE, C. B.; FRAGA, A. B. O Personal Trainer na perspectiva do marketing. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 33, n. 1, p. 149-162, 2011.

DAMASCENO, V. O. et al. Imagem corporal e corpo ideal. **Revista brasileira Ciência e Movimento**, v. 14, n. 1, p. 87-96, 2006.

ESPÍRITO-SANTO, G. do; MOURÃO, L. A autorrepresentação da saúde dos professores de educação física de academias. **Revista Brasileira de Ciências e Esporte**, v. 27, n. 3, p. 39-55, 2006.

MANTOVANI, B. et al. Nível de satisfação com a imagem corporal de universitários. **Ef Deportes**, Buenos Aires, v. 132, n. 14, p.1-2, 2009.

MESQUITA, R. M. Comunicação não verbal: relevância na atuação profissional. **Revista Paulista de Educação Física - USP**, São Paulo, v. 11, n. 2, p.156-163, 1997.

NASCIMENTO, K. A. do; DUTRA, K. E. Marketing pessoal: a influência da aparência física e das competências fundamentais para o professor que se encontra na primeira fase do ciclo de desenvolvimento profissional de Huberman. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, n. 8, p. 2-15, 2010.

PAIXÃO, R. B.; BRUNI, A. L.; SILVA, S. C. M. Melhor e mais caro: um estudo sobre a associação entre a percepção dos preços e a qualidade dos produtos e serviços. **Revista de Gestão USP**, v. 13, n. 4, p. 39-50, 2006.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.