

Relacionamento à distância: as tecnologias que favorecem a aproximação entre treinadores e clientes

Isler, G. L.<sup>1,5</sup>; Venditti Júnior, R.<sup>2,5</sup>; Oliveira, V.<sup>5</sup>; Tertuliano, I. W.<sup>3,5</sup>; Almeida, C. J. S.<sup>4,5</sup>; Machado, A.A.<sup>5,6</sup>

<sup>1</sup> Claretiano – Centro Universitário – Rio Claro/SP

<sup>2</sup> UNESP – Bauru/SP

<sup>3</sup> UNASP – São Paulo/SP

<sup>4</sup> UNIFAE – São João da Boa Vista/SP

<sup>5</sup> LEPESPE – Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte

<sup>6</sup> UNESP – Rio Claro/SP

O uso do que se pode chamar de mixagem multimídia, enquanto a soma de diferentes formas e estratégias de comunicação para informar algo, é um hábito comum na relação interpessoal via aplicativos de comunicação. Através da união de diferentes estratégias comunicacionais há o enriquecimento do contexto e da narrativa, favorecendo seu entendimento. A presença constante destas tecnologias na contemporaneidade e a popularização da orientação à distância realizada por profissionais de Educação Física e de assessorias esportivas, motivaram a realização deste estudo, sendo seu principal objetivo identificar os aplicativos e softwares utilizados por treinadores esportivos que orientam seus clientes à distância. Deste estudo de caráter exploratório, participaram sete treinadores e oito clientes, os quais preencheram questionários e participaram de entrevistas, sendo que os dados foram analisados quali-quantitativamente. Dentre os principais meios utilizados para a comunicação entre treinador e clientes destacaram-se: o Whatsapp® (T=100% e C=88,9%), o e-mail (T=57% e C=55,6%), o Facebook® (T=57% e C=11,1%), as ligações telefônicas (T=29% e C=11,1%), os sites corporativos (T=14% e C=33,3%) e outras redes sociais, como o Instagram® e o Skype® (T=14% e C=0%). Em sua totalidade, treinadores e clientes mencionaram que o motivo para a utilização destas ferramentas foi sua eficiência, sendo que, todos os recursos disponíveis por estes meios atenderam suas necessidades. A comunicação entre treinador e cliente ocorreu principalmente via Whatsapp®, o qual possibilitou o envio dos planos de treino, a possibilidade de tirar dúvidas a respeito do treinamento e o envio dos resultados (tempo, distância e velocidade). O envio de questionários de avaliação da sessão de treinamento por e-mail e de vídeos do Youtube® através do Whatsapp® foram mencionados como prática corriqueira por profissionais e clientes. Além da tecnologia comunicacional, foi também mencionada aquela utilizada para monitorar, acompanhar e registrar informações sobre o desempenho dos clientes durante as práticas em treinamentos presenciais (monitores cardíacos, pedômetros etc.). A análise dos dados sugeriu que a introdução e a utilização de sites, redes sociais e aplicativos ocorreu de forma natural, assim como foi a introdução social destes. A escolha das ferramentas comunicacionais citadas, para além de sua evidente eficácia, se baseou também no custo e disponibilidade de acesso através das diversas plataformas para uma diversidade de usuários. Tal afirmação se reforça pela ainda reduzida utilização de sites e aplicações construídas especificamente para as empresas e para a utilização no âmbito das práticas do treinamento físico-esportivo. A tecnologia contribuiu para o crescimento desta área de atuação profissional, as quais necessitam ser mais estudadas e melhor adequadas à realidade uma da outra. Fato que provavelmente tem ocorrido, pois ambas são emergentes e demonstram estar em expansão.

E-mail: [gustavoisler@gmail.com](mailto:gustavoisler@gmail.com)