

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

Marco Bampi Stapassoli

**“A CORRIDA MUDOU MINHA VIDA!”:
EMOÇÕES, MOTIVAÇÕES E HÁBITOS DE CONSUMO DE CORREDORES
AMADORES**

**Porto Alegre
2012**

Marco Bampi Stapassoli

**“A CORRIDA MUDOU MINHA VIDA!”:
EMOÇÕES, MOTIVAÇÕES E HÁBITOS DE CONSUMO DE CORREDORES
AMADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Profa. Dra. Cristiane Pizzutti dos Santos

**Porto Alegre
2012**

Marco Bampi Stapassoli

**“A CORRIDA MUDOU MINHA VIDA!”:
EMOÇÕES, MOTIVAÇÕES E HÁBITOS DE CONSUMO DE CORREDORES
AMADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Profa. Dra. Cristiane Pizzutti dos Santos

Conceito final:

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

"Correr é como café. A primeira vez que você toma você talvez não goste. É amargo e deixa um gosto ruim na boca, mas você acaba curtindo o jeito que ele te faz sentir. Entretanto, após algum tempo ele começa a ter um gosto melhor e de repente você está viciado e é a melhor parte de acordar todos os dias."

Amy Hasting, corredora americana

AGRADECIMENTOS

Muitas pessoas fizeram parte dessa grande conquista de me tornar um administrador, sem elas nada disso seria possível.

Agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e à Escola de Administração que me propiciaram muitos aprendizados pela alta qualidade da educação oferecida. Aos mestres, que sempre incentivaram a busca de respostas e fizeram questão de compartilhar o conhecimento que possuem, em especial, minha professora orientadora Cristiane Pizzutti que dispôs de seu tempo para me ajudar e contribuir significativamente pra qualidade desse trabalho.

À minha família, que sempre esteve ao lado para me dar forças independentemente das circunstâncias. Ao meu avô e ao meu pai, verdadeiros heróis e exemplos de vida e valores que busco seguir todos os dias da minha vida. À minha avó e à minha mãe que são o apoio fundamental, me fizeram (e fazem) acreditar no bem.

À minha irmã Fernanda, que estava presente nos momentos de incerteza e nunca me deixou desistir.

À minha namorada Meguy, com quem aprendo todos os dias, agradeço por ser tão companheira e me ajudado a lutar pelos meus objetivos.

Aos dindos Angelo e Marília, que são alicerces fundamentais da minha construção, serei eternamente grato.

Aos colegas desses cinco anos, que compartilharam risadas, sorriso, angústias e incertezas, agradeço por tornarem esse período muito especial e me ajudado a me tornar quem sou.

Aos entrevistados desse estudo, minha gratidão pelo tempo e disponibilidade para ajudar a construir esse trabalho.

Essa conquista só foi possível porque me apoiei em ombros desses gigantes.

RESUMO

A corrida de rua vem ganhando espaço nas grandes cidades brasileiras e conquistando cada dia mais praticantes. Mais do que apenas um esporte, a corrida é considerada para alguns um estilo de vida, com jargões, rituais e expressões simbólicas próprias, características de uma “sub cultura”. O crescimento do esporte atraiu maior concorrência nesse mercado, criando desafios apontados pela consultoria Crowe Horwath (2011): necessidade de estratégias de marketing criativas e criação de benefícios intangíveis pelas marcas. Para dar conta desses desafios é necessário conhecer mais profundamente os corredores. Apesar de existir estudos sobre o fenômeno da corrida, não há, até onde se sabe, pesquisas acadêmicas que tratam das mudanças ocasionadas pela corrida na vida dos seus praticantes. Através da utilização de entrevistas em profundidade com inspiração na técnica ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technique) em uma amostra de doze corredores definidos por conveniência, buscou-se compreender como a prática de corrida gera mudanças na vida de seus praticantes, não só em relação aos hábitos de consumo, mas também em relação aos sentimentos e emoções associadas a essa prática. Apesar da corrida ser associada a “sofrimento” antes dos participantes começarem a correr, os resultados apontam que a corrida modificou significativamente o modo de viver das pessoas. Dentre essas modificações foram apontados: maior felicidade, criação de novos relacionamentos, melhora das relações interpessoais, sentimento de auto superação, diminuição de peso, alimentação mais saudável, sensação de liberdade, maior contato com a natureza, alívio das tensões diárias, necessidade de cuidar das lesões decorrentes da prática, mudanças do humor diário e o modo como são percebidos pelos outros após começar a correr. Alguns itens de consumo como o tênis de corrida, as provas de corrida, os grupos de corrida, as peças de vestuário e os itens de mensuração contribuem para a ocorrência dessas modificações. Diante dos benefícios proporcionados por essa atividade, os corredores buscam a continuação da prática e esperam estar aptos a correr no futuro. Verifica-se, portanto, que a corrida é a forma que essas pessoas encontraram de lidar com as frustrações cotidianas e encontrar maior felicidade nas suas vidas.

Palavras-chave: Corrida de rua. ZMET. Emoções. Sub cultura. Lazer.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas

IMC – Índice de Massa Corporal

Km – Quilômetro

VIGITEL - Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico

ZMET– Zaltman Metaphor Elicitation Technique

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Transferência de significados na sociedade de consumo	46
Figura 2 – Modelo de fatores que influenciam o consumidor	47
Figura 3 – Recrutamento via redes sociais	51
Figura 4 – Imagens que representam felicidade	60
Figura 5 – Pintura	62
Figura 6 – Imagens que representam amizade/relacionamentos	64
Figura 7 – Encontro pós corrida	65
Figura 8 – Imagens que representam superação.....	68
Figura 9 – Prêmios aplicativo Nike	68
Figura 10 – Imagens que representam “eu tenho a força”	70
Figura 11 – Imagens que representam perda de peso	73
Figura 12 – Imagens que representam alimentação mais saudável	75
Figura 13 – Imagens que representam liberdade/natureza.....	77
Figura 14 – Corrida mais barato que terapia	79
Figura 15 – Imagens que representam alívio das tensões	79
Figura 16 – Imagens que representam “sou outra pessoa”	81
Figura 17 – Dominós	82
Figura 18 – Passeio de bicicleta com os filhos.....	83
Figura 19 – Sonho de ajudar os cachorros de rua.....	83
Figura 20 – Imagens que representam lesões	84
Figura 21 – Tênis utilizados para corrida (antigo e novo)	90
Figura 22 – Asics Kayano.....	90
Figura 23 – Mizuno Prophecy.....	91
Figura 24 – Medalhas de provas de corrida	92
Figura 25 – Prova de corrida na praia	93
Figura 26 – Interesse em adquirir frequencímetro.....	95
Figura 27 – Imagem 1 do Entrevistado 1	114
Figura 28 – Imagem 2 do Entrevistado 1	114
Figura 29 – Imagem 3 do Entrevistado 1	114
Figura 30 – Imagem 4 do Entrevistado 1	114
Figura 31 – Imagem 5 do Entrevistado 1	114
Figura 32 – Imagem 6 do Entrevistado 1	114
Figura 33 – Imagem 7 do Entrevistado 1	115
Figura 34 – Imagem 8 do Entrevistado 1	115
Figura 35 – Imagem 9 do Entrevistado 1	115
Figura 36 – Imagem 1 do Entrevistado 2	115
Figura 37 – Imagem 2 do Entrevistado 1	115

Figura 38 – Imagem 3 do Entrevistado 1	115
Figura 39 – Imagem 4 do Entrevistado 2	116
Figura 40 – Imagem 5 do Entrevistado 2	116
Figura 41 – Imagem 6 do Entrevistado 2	116
Figura 42 – Imagem 1 do Entrevistado 3	116
Figura 43 – Imagem 2 do Entrevistado 3	116
Figura 44 – Imagem 3 do Entrevistado 3	116
Figura 45 – Imagem 4 do Entrevistado 3	117
Figura 46 – Imagem 5 do Entrevistado 3	117
Figura 47 – Imagem 1 do Entrevistado 4	117
Figura 48 – Imagem 2 do Entrevistado 4	117
Figura 49 – Imagem 3 do Entrevistado 4	117
Figura 50 – Imagem 4 do Entrevistado 4	117
Figura 51 – Imagem 5 do Entrevistado 4	118
Figura 52 – Imagem 6 do Entrevistado 4	118
Figura 53 – Imagem 7 do Entrevistado 4	118
Figura 54 – Imagem 8 do Entrevistado 4	118
Figura 55 – Imagem 9 do Entrevistado 4	118
Figura 56 – Imagem 10 do Entrevistado 4	118
Figura 57 – Imagem 1 do Entrevistado 5	119
Figura 58 – Imagem 2 do Entrevistado 5	119
Figura 59 – Imagem 3 do Entrevistado 5	119
Figura 60 – Imagem 4 do Entrevistado 5	119
Figura 61 – Imagem 5 do Entrevistado 5	119
Figura 62 – Imagem 1 do Entrevistado 6	119
Figura 63 – Imagem 2 do Entrevistado 6	120
Figura 64 – Imagem 3 do Entrevistado 6	120
Figura 65 – Imagem 4 do Entrevistado 6	120
Figura 66 – Imagem 5 do Entrevistado 6	120
Figura 67 – Imagem 6 do Entrevistado 6	120
Figura 68 – Imagem 7 do Entrevistado 6	120
Figura 69 – Imagem 1 do Entrevistado 7	121
Figura 70 – Imagem 2 do Entrevistado 7	121
Figura 71 – Imagem 3 do Entrevistado 7	121
Figura 72 – Imagem 4 do Entrevistado 7	121
Figura 73 – Imagem 5 do Entrevistado 7	121
Figura 74 – Imagem 6 do Entrevistado 7	121
Figura 75 – Imagem 7 do Entrevistado 7	122
Figura 76 – Imagem 8 do Entrevistado 7	122
Figura 77 – Imagem 9 do Entrevistado 7	122

Figura 78 – Imagem 1 do Entrevistado 8	122
Figura 79 – Imagem 2 do Entrevistado 8	122
Figura 80 – Imagem 3 do Entrevistado 8	122
Figura 81 – Imagem 4 do Entrevistado 8	123
Figura 82 – Imagem 5 do Entrevistado 8	123
Figura 83 – Imagem 6 do Entrevistado 8	123
Figura 84 – Imagem 7 do Entrevistado 8	123
Figura 85 – Imagem 1 do Entrevistado 9	123
Figura 86 – Imagem 2 do Entrevistado 9	123
Figura 87 – Imagem 3 do Entrevistado 9	124
Figura 88 – Imagem 4 do Entrevistado 9	124
Figura 89 – Imagem 5 do Entrevistado 9	124
Figura 90 – Imagem 6 do Entrevistado 9	124
Figura 91 – Imagem 7 do Entrevistado 9	124
Figura 92 – Imagem 8 do Entrevistado 9	124
Figura 93 – Imagem 9 do Entrevistado 9	125
Figura 94 – Imagem 1 do Entrevistado 10	125
Figura 95 – Imagem 2 do Entrevistado 10	125
Figura 96 – Imagem 3 do Entrevistado 10	125
Figura 97 – Imagem 4 do Entrevistado 10	125
Figura 98 – Imagem 5 do Entrevistado 10	125
Figura 99 – Imagem 6 do Entrevistado 10	126
Figura 100 – Imagem 7 do Entrevistado 10	126
Figura 101 – Imagem 8 do Entrevistado 10	126
Figura 102 – Imagem 9 do Entrevistado 10	126
Figura 103 – Imagem 1 do Entrevistado 11	126
Figura 104 – Imagem 2 do Entrevistado 11	126
Figura 105 – Imagem 3 do Entrevistado 11	127
Figura 106 – Imagem 4 do Entrevistado 11	127
Figura 107 – Imagem 5 do Entrevistado 11	127
Figura 108 – Imagem 1 do Entrevistado 12	127
Figura 109 – Imagem 2 do Entrevistado 12	127
Figura 110 – Imagem 3 do Entrevistado 12	127
Figura 111 – Imagem 4 do Entrevistado 12	128
Figura 112 – Imagem 5 do Entrevistado 12	128
Figura 113 – Imagem 6 do Entrevistado 12	128

LISTA DE QUADROS, GRÁFICOS E TABELAS

Quadro 1 – Classificação de esportes	22
Gráfico 1 – Esportes mais praticados no brasil.....	23
Quadro 2 – Esportes mais praticados no brasil por perfil	24
Gráfico 2 – Total de medalhas brasileiras nos jogos panamericanos.....	25
Quadro 3 - Cartilha do coração.....	26
Gráfico 3 – Percentual de adultos com excesso de peso ($imc \geq 25kg/m^2$), segundo as capitais dos estados brasileiros e distrito federal	27
Gráfico 4 – Atitudes de pessoas acima do peso para atingir o peso ideal	28
Quadro 4 – Fases históricas da corrida.....	31
Quadro 5 - Ano de criação de provas	31
Quadro 6 – Benefícios da corrida	33
Quadro 7 – Perfis de corredores.....	34
Tabela 1 – Enquete melhor marca de tênis para corridas	37
Quadro 8 – As “fantasias de atletas” de iniciantes e iniciados	39
Gráfico 5 – Crescimento das categorias de bebidas não alcoólicas de 2005 a 2010	40
Tabela 2 – Número de inscritos das principais provas de corrida convencionais	41
Quadro 9 – Exemplos de grandes eventos de corrida (fashion).....	42
Quadro 10 – Principais resultados de pesquisas sobre corrida e consumo	43
Quadro 11 – Fases da técnica zmet	54
Quadro 12 – Objetivos em relação à corrida	69
Tabela 3 – Produtos e serviços de corrida consumidos.....	89
Quadro 13 – Razões para correr: Revista Runners vs estudo	87

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DE ESTUDO	15
1.2 JUSTIFICATIVA	18
1.3 OBJETIVOS	19
1.3.1 Objetivo Geral	19
1.3.2 Objetivos Específicos	19
2 REVISÃO TEÓRICA	20
2.1 ESPORTE	20
2.2 SAÚDE.....	25
2.3 CORRIDA DE RUA.....	29
2.3.1 História da Corrida de Rua	30
2.3.2 Por que correr?	33
2.3.3 Hábitos de Consumo de Corredores de Rua	36
2.4 CULTURA E CONSUMO.....	44
3 MÉTODO	49
3.1 INFORMANTES CHAVE DA PESQUISA	50
3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA DOS DADOS	51
3.3 ZALTMAN METAPHOR ELICITATION TECHNIQUE	52
3.4 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DOS DADOS	55
4 RESULTADOS	56
4.1 APRESENTAÇÃO DOS INFORMANTES CHAVE	56
4.2 COMO A CORRIDA ERA VISTA ANTES DO INÍCIO DA PRÁTICA.....	59
4.3 COMO A CORRIDA MUDOU A SUA VIDA?.....	59
4.3.1 Felicidade	60
4.3.2 Amizade / Relacionamentos	62
4.3.3 Superação	66
4.3.4 “Eu tenho a força”	70
4.3.5 Diminuição de peso	71
4.3.6 Alimentação mais saudável	74

4.3.7	Liberdade / natureza	76
4.3.8	Alívio das tensões	78
4.3.9	“Sou outra pessoa”	80
4.3.10	Impactos sobre outras atividades	81
4.3.11	Lesões	84
4.3.12	Modo como são percebidos pelos outros	85
4.3.13	Comparação das evidências do estudo com matéria da revista Runners	86
4.4	CONSUMO DE ITENS DE CORRIDA	88
4.4.1	Tênis	89
4.4.2	Provas	91
4.4.3	Vestuário	93
4.4.4	Itens de mensuração	94
4.5	FUTURO EM RELAÇÃO À CORRIDA	96
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
5.1	LIMITAÇÕES DO MÉTODO ADOTADO	100
	REFERÊNCIAS	101
	APÊNDICE A – INSTRUÇÕES AOS PARTICIPANTES DA PESQUISA	109
	APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE	110
	APÊNDICE C – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM, SOM DE VOZ, NOME E DADOS BIOGRÁFICOS	113
	ANEXO A – FIGURAS SOLICITADAS NO APÊNDICE A	114

1 INTRODUÇÃO

No país do futebol, a corrida de rua é um dos esportes que mais vem ganhando espaço, principalmente nos grandes centros urbanos. Apesar da prática de corrida exigir apenas uma camiseta, um calção e um par de tênis, acompanhando esse crescimento de participantes, houve explosão do número de: grupos de corridas, provas, modelos de tênis, artigos de vestuário, etc. Uma das maiores consultorias do país aponta que são aproximadamente três bilhões de reais movimentados pela corrida de rua em um ano (CROWE HORWATH, 2010).

Publicações na mídia mostram que mais do que apenas um esporte, a corrida está se tornando um “estilo de vida”. Por isso, os corredores podem ser considerados uma “sub cultura”. Uma sub cultura é um grupo distinto da sociedade que se auto seleciona com base em um valor compartilhado, seja uma marca, um produto ou uma atividade (SCHOUTEN, MCALEXANDER, 1995). Corredores não são aqueles que correm fantasiados nas maratonas que aparecem na televisão, tão pouco aqueles que correm somente em esteiras. Corredores são aqueles que correm em locais abertos, com uma frequência de três vezes por semana e que participam ou buscam participar de competições (DALLARI, 2009).

Dos poucos estudos disponíveis que tratam dessa “sub cultura”, a maioria refere-se à motivação para a prática. No estudo “Loucos por corrida”, o autor identificou que quem corre enxerga a si mesmo “superando marcas”, “mais forte do que antes”. Aquelas que não possuem o hábito de correr colocam barreiras como: “sofrimento”, “não ter fôlego”, “não ter resistência” (OLIVEIRA, 2010). Então surge a questão: por que o impacto produzido pela corrida é tão significativo, e quais seriam as implicações desse em outros aspectos da vida dos corredores?

Logo, o presente estudo busca compreender como a corrida modificou a vida de seus praticantes, assunto ainda pouco explorado na literatura. Para atingir esse objetivo, verificou-se então a necessidade da utilização de um método que possibilitasse o surgimento de aspectos subjetivos e íntimos que será descrito a seguir.

Ainda nessa seção, serão apresentados: a definição do tema, a justificativa do estudo e os objetivos propostos do trabalho. No capítulo de revisão teórica são abordados temas que tangenciam a corrida de rua como esporte, saúde, cultura e

comportamento de consumo. Também serão tratados: a história da corrida, os motivos que levam as pessoas a correr e as publicações existentes sobre consumo e corrida.

No capítulo de metodologia serão detalhados os procedimentos adotados para o recrutamento, coleta e análise de dados. Além disso, será esclarecido o uso da técnica ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technique) que serviu como inspiração para esse estudo. O uso dessa ferramenta propiciou utilizar imagens como base para a entrevista em profundidade, visando trazer à tona sentimentos e emoções vinculadas ao ato de correr e clarificar os pensamentos dos entrevistados a cerca do assunto.

Na sequência, serão detalhados os principais resultados do estudo, com embasamento na coleta de informações com os participantes da pesquisa. Para finalizar, serão apresentadas as considerações finais sobre o tema, bem como as limitações encontradas na realização desse estudo.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DE ESTUDO

O Brasil vive um momento esportivo especial com a proximidade da Copa de 2014 e com as Olimpíadas de 2016. O esporte passou a ser um tema principal em escolas, em propagandas veiculadas na mídia e em debates políticos. Como efeito desse fenômeno, há a contribuição para que mais pessoas pratiquem atividades físicas.

Esse incentivo é fundamental, já que recentes avanços tecnológicos como carros, elevadores e controles remotos contribuíram para uma drástica redução da realização de atividades físicas, o que agrava problemas a saúde, em relação ao sistema cardiovascular, metabólico, hormonal e nervoso. Diferentes modalidades esportivas contribuem para prevenir, diminuir ou eliminar problemas como a hipertensão, o infarto, a perda da mobilidade, a obesidade e a fraqueza coordenativa (DALLARI, 2009).

Apesar do crescimento do número de academias, assessorias esportivas e outros serviços ligados ao esporte, o excesso de peso é um problema grave no país. Nesse contexto, Porto Alegre se destaca como a capital brasileira com mais adultos

acima do peso: mais da metade da população adulta porto alegreense está acima do peso ideal (VIGITEL, 2011).

O esporte tem papel importante para combater a obesidade. Dentre as atividades esportivas, a corrida é uma das mais acessíveis, pois além de ser considerada um esporte-base (já que os movimentos de pisar e andar são naturais do ser humano) possui um caráter democrático e popular (LIMA, 2007). Isso se deve graças a *Kenneth Cooper* que transformou a corrida numa atividade recreativa, antes restrita a atletas de elite (SILVA, 2009).

A corrida de rua é um fenômeno atual e crescente em diversas cidades do mundo. Sobre o aumento do interesse da população nesse esporte a *Runners World* (2012, p.42), revista mais lida no segmento, pontua:

Aqui no Brasil, voltar 20 anos no tempo significa retroceder um século na corrida. [...] Pouca gente corria nas ruas, as provas eram raras, as assessorias esportivas também. Corredor de rua era um bicho estranho, alvo de chacota. É surpreendente como isso mudou. Basta dar um passeio por uma grande cidade no sábado de manhã para constatar isso. [...] A corrida caiu no gosto das pessoas na medida em que cresceu a pressão por uma vida mais saudável e um corpo em forma.

A grande maioria desse contingente de corredores pratica o esporte sem o intuito de remuneração financeira, fora dos horários de trabalho (DALLARI, 2009). É esse perfil de corredor que será retratado nesse estudo.

No Brasil, o número de corredores amadores aumentou significativamente: de 2,9 milhões, em 2007, para 4,5 milhões, em 2009, conforme aponta matéria publicada na *Folha de São Paulo* (2012). O número de atletas cadastrados na *Corpore* (maior clube de corredores do Brasil) aumentou mais de 1000% de 2001 à 2011 (CORPORE, 2012). No Rio Grande do Sul, o número de praticantes de corrida também explodiu (ZERO HORA, 2012).

Apesar desse caráter “popular”, existe o lado “elitista” da corrida: tênis caros, peças de vestuário, relógios com GPS, frequencímetros, provas “fashion”, assessorias esportivas que disponibilizam água, isotônicos, frutas, barrinhas de cereal e uniformes padronizados (LIMA, 2007). Por consequência, o mercado que gira ao redor desse esporte tornou-se extremamente atrativo, conforme é mostrado na citação a seguir.

O esporte a cada ano ganha novos adeptos e se transformou em um mercado extremamente diferenciado, uma vez que o corredor típico tem mais de 30 anos e renda mensal muito superior a média nacional, de 4 a 10 vezes mais que a média da população brasileira. Além disso, o corredor tem um perfil muito ligado ao consumo de produtos e serviços e ganha a cada dia mais presença do público feminino. [...] O futuro é extremamente promissor para o mercado de running no Brasil, por conta do grande número de corredores que integrarão os milhões de praticantes atualmente. (CROWE HORWATH, 2010, p.3).

Para as empresas que vendem produtos aos corredores, maior conhecimento do seu público é fundamental para encarar grandes desafios como aumento da competitividade, da diversidade de produtos e das exigências dos consumidores. Recentemente, houve aumento da elaboração de pesquisas sobre esportes, mas ainda existe carência de estudos em modalidades específicas, como a corrida de rua (DALLARI, 2009). Também há a necessidade de maior aprofundamento em áreas como a administração e marketing esportivo, pois o tema ainda é pouco explorado em estudos científicos (BASTOS *et al.*, 2009).

Dos poucos estudos que conectam corrida de rua e consumo, a pesquisa desenvolvida recentemente por Renata Pereira Lima (2007), merece destaque ao abordar corredores em São Paulo, conectando o papel das marcas esportivas à criação da imagem do que é ser corredor para aqueles que correm em grupos de corrida. A autora identificou que as marcas contribuem para o fortalecimento de significados entre os integrantes dessa “sub cultura”.

Crenças e valores compartilhados, jargões peculiares, rituais e expressões simbólicas são características de uma “sub cultura”. Esse envolvimento de pessoas em torno de um interesse comum é uma das forças mais poderosas da sociedade, pois através delas, as pessoas dão maior significado as suas vidas (SCHOUTEN, MCALEXANDER, 1995).

Portanto, o intuito do estudo será identificar as mudanças de comportamentos ocasionadas pela prática de corrida, não apenas sob a ótica de consumo de produtos e serviços diretamente relacionados com a atividade, mas também a relevância que essa atividade possui para outros aspectos da vida de seus praticantes. Assim, coloca-se a pergunta principal: **Como a corrida de rua modificou a vida de seus praticantes?**

1.2 JUSTIFICATIVA

Conforme já apontado pelo estudo da *Crowe Horwath*, há uma tendência de que haja ainda mais crescimento do número de praticantes de corrida de rua, em todo Brasil, e também, em Porto Alegre. Atentas a esse crescimento, diversas empresas do segmento esportivo estão direcionando produtos e serviços para esse consumidor que possui renda elevada e disposição para consumo. Logo o atual cenário do mercado de corrida de rua se depara com desafios colocados pela *Crowe Horwath* (2010, p.5):

- (a) estratégias de marketing criativas para conquistar mais corredores em um mercado cada vez mais competitivo;
- (b) exploração comercial e mercadológica das diferentes oportunidades de negócio como, por exemplo, o público feminino, jovens e turistas domésticos e estrangeiros; e
- (c) novos serviços agregados para os corredores alinhados com novas tecnologias e benefícios intangíveis das marcas.

Apesar de já existirem alguns estudos sobre corredores, pouco se conhece sobre as implicações da prática de corrida para outros aspectos da vida dos corredores. Conhecer emoções e sentimentos associados à corrida é fundamental para criar estratégias de marketing diferenciadas, oferecer benefícios intangíveis e aproveitar diferentes oportunidades desse mercado.

O estudo também se mostra relevante para não corredores. Ao conhecer o impacto que a corrida trouxe para vida das pessoas que correm, eles poderão ter mais um incentivo para a prática do esporte.

O tema também tem valor acadêmico, por se tratar de um tema recente e de um mercado em ascensão que possivelmente será ainda mais estudado no futuro. As informações poderão servir também para outras áreas do conhecimento que podem contribuir para maior penetração do esporte: Educação Física, Design, Psicologia e Antropologia.

1.3 OBJETIVOS

Para responder a questão-problema desse estudo são propostos os seguintes objetivos:

1.3.1 Objetivo Geral

Compreender como a prática de corrida de rua mudou a vida de seus praticantes.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as motivações para a prática de corrida de rua;
- b) investigar quais são os sentimentos e as emoções vivenciadas com o início e o desenvolvimento da prática de corrida de rua;
- c) caracterizar diferentes tipos de hábitos (inclusive os de consumo) dos corredores adquiridos com o início e desenvolvimento da prática de corrida de rua.

2 REVISÃO TEÓRICA

Nessa seção são revisados alguns dos conceitos envolvidos no desenvolvimento desse tema. Serão apresentadas questões de modo mais abrangentes como: esporte, saúde, cultura e consumo. Na revisão teórica relevante à corrida de rua, objeto desse estudo, haverá maior aprofundamento.

2.1 ESPORTE

Na Antiguidade, já existiam atividades físicas que tinham fins utilitários, higiênicas e educativas (TUBINO, 1993). O esporte como entendemos hoje se afasta do conceito de apenas esforço físico, como explica Dallari (2009, p.55):

Desport e a variação deport eram usadas na língua francesa do século XII para mencionar uma maneira de estar do corpo, prazer, distração. No século XIV foi incorporada ao vocabulário inglês, inicialmente como disport e depois sport, sinônimo de passatempo.

Nesse conceito, o esporte visa suprir a necessidade humana de entretenimento, pois em épocas passadas, as atividades corporais e os jogos eram uma espécie de ritual com caráter festivo (DALLARI, 2009). Como marco histórico do surgimento do esporte, têm-se os Jogos Gregos que ajudaram a desenvolver uma concepção inicial do que viria se tornar esporte (TUBINO, 1993). Um elemento chave desses jogos é a disputa materializada através de confrontos não violentos de habilidades corporais (ELIAS *et al.*, 1992).

Ao longo dos séculos, o desenvolvimento da sociedade foi acompanhado pelo esporte que adquiriu importante papel conforme coloca Tubino (1993, p.13): “Fenômeno profundamente humano, de visível relevância social na história da humanidade e intimamente ligado ao processo cultural de cada época.”. Assim como outros aspectos da sociedade, passou por transformações ao longo do tempo. Se ligarmos o conceito de esporte com qualquer atividade física e ginástica, podemos dizer que ele sempre existiu, porém, quando o analisamos sobre a ótica de suas funções e filosofia, ele existe há poucos anos (CAILLAT, 1996).

Com o desenvolvimento econômico e maior tempo alocado ao trabalho nas famílias, o esporte passou a ser uma forma de combate ao estresse:

Nas cidades, no início dos anos 1900, o trabalho determinava a prioridade no uso do tempo: os ciclos da natureza foram substituídos pela divisão entre o tempo destinado ao trabalho e o tempo de não-trabalho. Este último, denominado “livre”, destina-se a uma série de ocupações. Entre as alocações do tempo livre estão a administração familiar, o repouso, as necessidades biológicas e a sociabilidade. E também o lazer, um fenômeno das sociedades, uma contramedida “em oposição às tensões do *stress* que elas próprias criam” (ELIAS, 1992, p.69).

Diante dessa perspectiva, a função principal do esporte passou a ser a geração de excitações agradáveis, permitindo a fuga da rotina (e do trabalho). Em segundo plano, o esporte permitia às populações urbanas e industrializadas, que eram sedentárias, a prática de atividades físicas (DALLARI, 2009).

Além dos aspectos colocados pela autora, uma questão fundamental proporcionada pelo esporte é o sentimento de pertencer a um determinado grupo:

Há pelo menos três aspectos inter-relacionados que teriam contribuído para o aumento do significado social do esporte. O primeiro deles é o desenvolvimento do esporte como um dos principais meios de criação de excitação agradável. Em segundo lugar, está a transformação do esporte em um dos principais meios de identificação coletiva, ou seja, da formação da ideia de se pertencer a um grupo. Por fim, a emergência do esporte como uma fonte decisiva de sentido na vida de muitas pessoas (ELIAS, 1992, p.322).

As diferentes modalidades são capazes de atender os diferentes desejos de esportistas, e assim, proporcionar maior prazer ao realizar determinada atividade. Novas modalidades esportivas têm surgido em função da ampliação do conceito do esporte e a velocidade de acontecimentos no mundo (TUBINO, 1993). Diante do grande número de modalidades, o autor propõe uma maneira de classificação que segue na página a seguir.

Quadro 1 – Classificação de esportes

Categoria	Características	Exemplos
Esportes Olímpicos	Compõem há muito tempo a programação dos Jogos Olímpicos.	basquete, vôlei, atletismo, natação e ginástica olímpica
Esportes de tradição não olímpica	Não tem nas Olimpíadas as suas maiores disputas, são fortemente exploradas pela mídia eletrônica.	futebol, tênis, beisebol
Esportes de aventura ou desafio	A luta contra a possibilidade da morte tem sido o grande desafio. Muitas vezes não apresentam natureza esportiva, mas exigem técnicas e qualidades físicas num alto grau de aperfeiçoamento.	triatlo, rali, maratona
Artes Marciais	Desenvolvidas em épocas anteriores em templos e feudos, atravessaram os séculos e chegaram ao mundo contemporâneo.	judo, caratê, kung-fu, taekwon-do
Esportes de relação com a natureza	Relação humana com as questões ambientais, prática está sempre vinculada a um equipamento.	vôo livre, surf, skate, montanhismo, jet-ski, esqui, bobsleigh
Esportes de identidade cultural	São aqueles que se originam na própria cultura nacional e regional.	sumô-Japão; críquete-Inglaterra; futvôlei e tambóreu-Brasil
Esportes intelectivos	Não eram considerados esportes até a Carta Internacional de Educação Física e Desportos de 1979, fizeram que o conceito de esporte adquirisse um conceito social bem mais relevante (terceira idade e portadores de deficiências).	xadrez, bilhar, aeromodelismo
Esportes de expressão corporal	A música, como fator constante e comum nessa corrente, leva os praticantes a exigências notáveis quanto ao ritmo e à harmonia.	dança, aeróbica, patinação artística

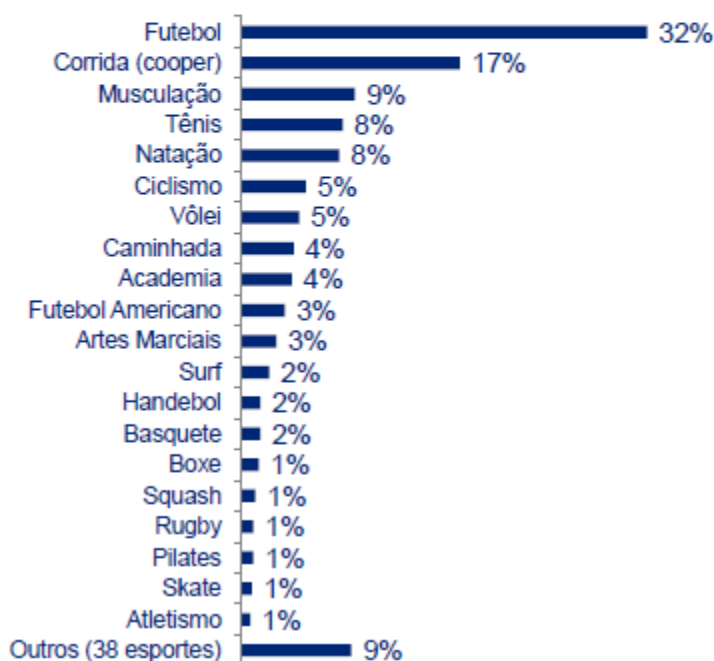
Fonte: adaptado de Tubino (1993).

Os dois maiores eventos esportivos mundiais: a Copa do Mundo e as Olimpíadas representam as duas primeiras categorias da tabela apresentada. De acordo com uma das maiores empresas de auditoria e consultoria empresarial do

mundo, eventos desse porte podem acelerar diversos aspectos de desenvolvimento econômico, político e social. Ao sediar um desses espetáculos, questões que entrariam em debates e burocracias são mais rapidamente resolvidas em função do prazo estipulado (DELLOITE, 2010).

A Copa do Mundo terá sua vigésima edição em 2014, segunda vez realizada no Brasil. Esse evento ganha ainda maior importância pela ligação do brasileiro com o futebol, pois é um dos componentes mais importantes de formação da nossa identidade (BITTENCOURT, 2009). A preferência nacional pelo futebol confirma-se por estudos realizados sobre esportes pela *Delloite*. Os dados abaixo são de caráter exemplificativo e não devem ser generalizados, pois se trata de uma amostra por conveniência, dado que 40% dos respondentes da pesquisa são homens paulistas de até 40 anos.

Gráfico 1 – Esportes mais praticados no Brasil



Fonte: Delloite (2011).

A dominação do futebol se estende para praticamente todos os homens contemplados no estudo. O *cooper* (utilizado como sinônimo de corrida na pesquisa) ganha destaque, pois é o segundo esporte mais praticado pelos homens e o primeiro esporte para as mulheres.

Quadro 2 – Esportes mais praticados no Brasil por perfil

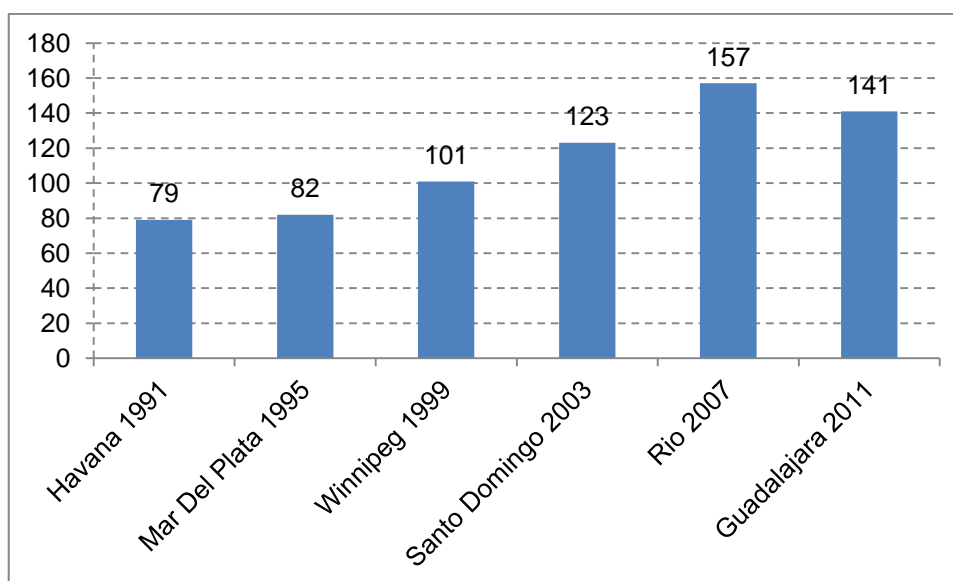
		1° Esporte mais praticado	2° Esporte mais praticado	3° Esporte mais praticado
Estado	São Paulo	Futebol	Cooper	Natação
	Outros	Futebol	Cooper	Musculação
Escolaridade	Até ensino Superior Incompleto	Futebol	Cooper	Natação
	Acima do ensino superior	Futebol	Cooper	Musculação
Sexo	Masculino	Futebol	Cooper	Tênis
	Feminino	Cooper	Musculação	Futebol
Renda Familiar	Até R\$ 2.000	Futebol	Cooper	Vôlei
	Entre R\$ 2.001 á 10.000	Futebol	Cooper	Musculação
	Acima de 10.000	Futebol	Cooper	Tênis
Idade	Até 29 anos	Futebol	Cooper	Musculação
	Acima de 29 anos	Futebol	Cooper	Tênis
Esporte mais praticado		Futebol	Cooper	Musculação

Fonte: Deloitte (2011).

Se, por um lado, o futebol é um elemento chave de formação da identidade nacional, a atenção excessiva ao futebol provoca lacunas nos outros esportes:

O futebol concentra praticamente toda a atenção da população brasileira. As outras modalidades esportivas recebem cobertura marginal da mídia e de comentaristas esportivos. Alguns esportes, amplamente praticados em outros países, são elitizados no Brasil. Há poucas ações para reversão desse quadro e desenvolvimento de outras modalidades esportivas. (SANTOS, 2005, p.9)

Um dos principais entraves no Brasil para desenvolvimento de outras modalidades se refere aos recursos humanos da área, pois há carências, tanto quantitativas, quanto qualitativas de profissionais especializados: técnicos, médicos, fisiologistas, preparadores físicos, etc (SANTOS, 2005). Apesar dessa dificuldade, o Brasil vem evoluindo na estrutura dada aos esportes, conforme consta na reportagem da revista *Exame* (2011): “De 2007 a 2010, o número de academias no Brasil dobrou, chegando a 15.551, deixando o país atrás apenas dos Estados Unidos.”. O aumento de investimentos em esportes, na esfera pública e privada, também se reflete nos resultados alcançados em eventos esportivos.

Gráfico 2 - Total de medalhas brasileiras nos Jogos Panamericanos

Fonte: adaptado do Comitê Olímpico Brasileiro (2012).

Esses resultados olímpicos tem ainda maior impacto no incentivo para a prática de esportes, levando pessoas para se exercitar, na medida em que a mídia transmite essas competições. Como veremos no tópico a seguir, além dos resultados acima conquistados, esse investimento nacional em esporte é justificado pela forte relação do esporte com a saúde.

Uma sociedade que pratica mais esporte tem uma melhoria na qualidade de vida, e, portanto, poderia desafogar alguns dos gastos na saúde pública. Será que atualmente a população brasileira possui a consciência da importância da prática de esportes para a saúde? Quais são os principais problemas de saúde do Brasil? Como o esporte pode ser um aliado para enfrentar esses problemas?

2.2 SAÚDE

Segundo a Organização Mundial de Saúde¹, o conceito de saúde pode ser definido como: “Estado de completo bem estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doenças.”. Como foi visto na seção acima, o esporte não apenas melhora o bem estar físico, mas também proporciona melhoras para o bem estar mental e social. Há consenso entre os especialistas que a prática de esportes está

¹ ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Definição de saúde**. Disponível em: <<http://www.who.int/about/definition/en/print.html>> Acesso em: 01 de maio de 2012.

intrinsecamente conectada a um estilo de vida mais saudável. A *Sociedade Brasileira de Cardiologia*, através da publicação da “Cartilha do Coração”, divulga os dez mandamentos para manter uma vida saudável, são eles:

Quadro 3 - Cartilha do Coração

1	Diga não à obesidade e controle o seu peso
2	Consulte o seu médico periodicamente
3	Meça a sua pressão arterial com frequência
4	Diga não ao fumo
5	Verifique a quantidade de sal nos rótulos dos alimentos
6	Diga não ao sedentarismo. Pratique esportes
7	Escolha bem os alimentos
8	Saiba se é diabético e se tem colesterol alto
9	Evite o estresse
10	Ame a vida e o seu coração

Fonte: Sociedade Brasileira de Cardiologia.

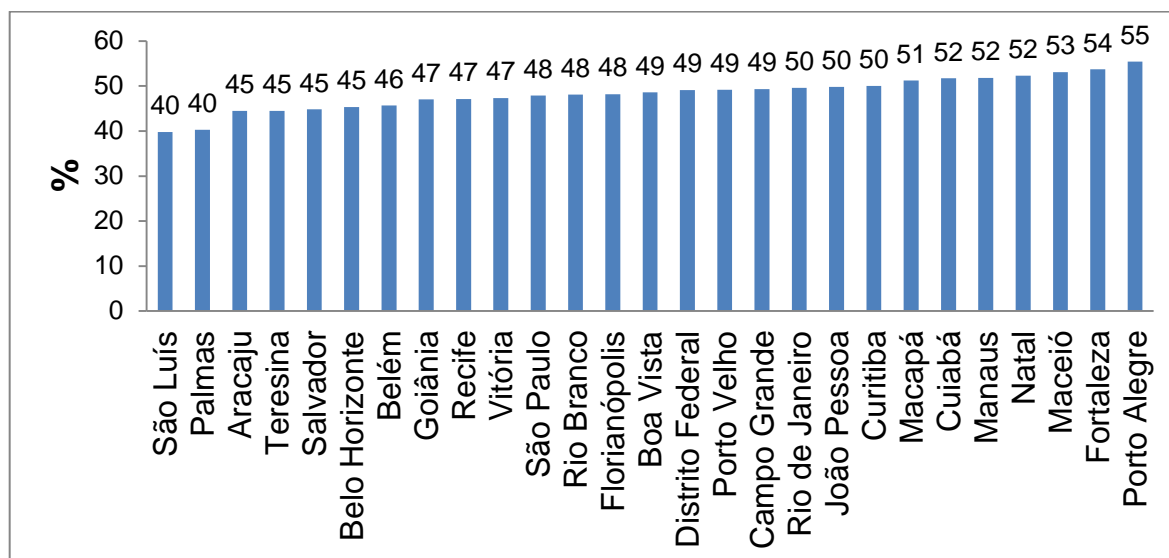
Salgado e Chacon-Mikahil (2006) afirmam que a falta de exercícios pode acarretar doenças como: cardiopatias, hipertensão arterial sistêmica, altos índices de gordura corporal, problemas articulares e lombálgicos. O homem tem se tornado cada vez mais sedentário, numa tendência inversa dos tempos antigos quando percorria de vinte à quarenta quilômetros por dia para garantir sua sobrevivência em busca de alimentos. Além da redução do gasto energético, há maior oferta de alimentos com mais calorias, principais fatos geradores da obesidade que é uma doença hipocinética (SALGADO e CHACON-MIKAHIL, 2006).

Um exemplo recente desse fenômeno é o sobrepeso de policiais londrinos, que antigamente faziam seu trabalho a pé e atualmente o realizam por meio de carros. Constatou-se que mais da metade dos policiais da Scotland Yard estava com sobrepeso. A partir de setembro de 2013 todos farão exames físicos e isso será um dos critérios para revisão da remuneração de cada policial (TERRA, 2012).

Não são apenas os britânicos que possuem problemas com o peso em excesso. O estudo da VIGITEL (Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico) realizado anualmente faz um retrato dos principais problemas de saúde da população brasileira. Em 2011, o estudo revela

que Porto Alegre é a cidade brasileira com maior percentual de adultos com excesso de peso (com mais da metade desses).

Gráfico 3 - Percentual de adultos com excesso de peso (IMC \geq 25kg/m²), segundo as capitais dos estados brasileiros e Distrito Federal



Fonte: VIGITEL (2011).

Os dados acima evidenciam que o Brasil, e especialmente Porto Alegre, tem muito a evoluir para melhorar a saúde de sua população. Uma pesquisa de opinião recente realizada pelo *IBOPE*² mostra que saúde é tema prioritário nas próximas eleições municipais.

Dado que a falta de exercícios é um problema ocasionado também pela evolução das tecnologias, o médico Dráuzio Valera aponta as barreiras para prática de exercícios:

Eu corro porque estou convencido de que o exercício é contra a natureza humana. E precisamos combater essa inércia. Nenhum animal desperdiça energia, ele só gasta sua força para ir atrás de comida, sexo ou fugir de um predador. Por isso, é difícil para a maioria fazer exercício físico. (RUNNERS WORLD, 2012, p.94).

A maior necessidade de cuidar da saúde, aliada com outras motivações (estéticas e sociais) estão fazendo com que mais pessoas pratiquem esportes

² IBOPE. **Brasileiros não acreditam que saneamento é prioridade nas eleições municipais.** Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=D82422D3BA91FCBE83257A070041AB06> Acesso em: 25 de maio de 2012.

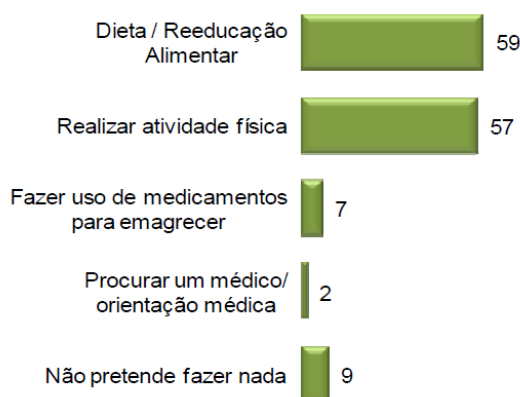
frequentemente. Doenças “silenciosas” como a hipertensão atingem pelo menos 30% da população brasileira e são o principal fator de desenvolvimento de doenças associadas ao coração (G1.com, 2012). Isso se reflete nas principais causas de óbitos no Brasil:

Segundo especialista, derrame é a causa número um de morte no Brasil e a causa número dois é o infarto do miocárdio. [...] A mesma forma, o mesmo tamanho. A imagem refletida é a que você quer ver? Pouco exercício, muito peso. Falta de tempo de se cuidar. Estresse. Sua aparência é reflexo de todas as decisões. Para mudar o que você vê no espelho é preciso mudar primeiro a maneira como tratamos nossa saúde, nosso coração. (GLOBO REPÓRTER, 2012).

Os males da vida nas grandes cidades tem prejudicado a saúde de milhares de brasileiros. Como pode ser percebido pela matéria acima, uma arma potente para combater a essa doença, conforme colocado pela “Cartilha do Coração”, é a prática de exercícios físicos.

Nesse sentido, a mídia possui um papel importante, através da divulgação dos benefícios proporcionados pelo esporte, para o incentivo de realização de atividades físicas. Gradualmente, o brasileiro está se dando conta da importância de realizar exercícios físicos. Uma pesquisa realizada pela *FIESP* (2010) aponta as ações que pessoas acima do peso pretendem realizar para “perder” esse excesso. Mais da metade dos respondentes afirma que pretende realizar exercícios físicos para atingir o peso ideal.

Gráfico 4 - Atitudes de pessoas acima do peso para atingir o peso ideal



Fonte: FIESP (2010).

Sem dúvida, o esporte é um dos pilares para uma vida saudável. Conforme será apresentado no tópico a seguir, dentre os vários esportes que podem contribuir para uma melhor qualidade de vida, atividades de caminhada e corrida de rua ganham relevância pela acessibilidade a toda população, principalmente pelo baixo custo para sua realização, treinamento e participação (WEINECK, 1991). Ela pode ser realizada ao ar livre, em contato com a natureza, e disponibiliza tanto momentos mais individuais, quanto momentos de integração com outros corredores (LIMA, 2007).

São poucas as pessoas impedidas de praticar a corrida, pois características como: renda, gênero, idade, aptidão técnica e tipo físico não excluem interessados na atividade (DALLARI, 2009). Trata-se, portanto, de um esporte de massa, que pode ser praticado por um grande número de brasileiros. No tópico a seguir será evidenciado que a prática da corrida além da melhora saúde física, também aumenta a saúde cognitiva e a saúde social.

A fim de entender como a corrida se tornou uma das principais opções para exercício físico e manter uma vida saudável, é necessário entender a origem e o desenvolvimento da corrida ao longo do tempo. Como as origens históricas da corrida contribuíram para o fenômeno atual da corrida? Quais as outras motivações, além da saúde, que levam milhões de pessoas para as ruas correr?

2.3 CORRIDA DE RUA

Nesta seção são apresentados fatores históricos que contribuíram para a construção do fenômeno atual da corrida de rua. Não só isso, mas também algumas das características desse esporte da atualidade, destacando o porquê as pessoas correm e quais as investigações feitas, através da realização de pesquisas, em termos da relação entre consumo e prática de corrida.

2.3.1 História da Corrida de Rua

Correr é um ato natural, inerente ao ser humano, pois o homem foi feito para correr. Os traços do nosso corpo favorecem muito mais a corrida que a caminhada (SILVA, 2009). Desde os tempos mais antigos, pessoas já corriam. A prova mais antiga desse fato está na representação de dois corredores em um vaso da civilização micênica do século 16 a.C. (YALOURIS, 2004). Naquela época, correr significava a diferença entre a vida e a morte:

O homo sapiens corria para caçar ou fugir de seus predadores. Com o desenvolvimento da cultura e formação de povoados e civilizações o homem passou a utilizar animais como meio de transporte diminuindo o papel da corrida na vida diária. Com a invenção de outras formas de deslocamento o homem passou a correr cada vez menos. (NIADA, 2011, p.18)

Não apenas como questão de sobrevivência, a corrida também servia como meio de comunicação entre povoados distantes. Apesar desse ato ter ganhado diferentes significados com o desenvolvimento da sociedade, Lunzenfichter (*apud* DALLARI, 2009, p.24) coloca que sua popularização resguarda valores de sua origem:

Mas o marco fundamental na história das corridas de rua foi a maratona dos Jogos Olímpicos de Atenas, em 10 de abril de 1896. [...] criação de uma corrida em homenagem a Phidippides, o hemerodromo encarregado de levar a mensagem da vitória dos gregos sobre os persas em 490 a.C., de Maratona a Atenas, que morreu, esgotado, assim que cumpriu sua missão. A prova, de 40 km, adquiriu uma significação extraordinária: representava o vínculo da celebração moderna com os tempos heroicos.

Ainda hoje, a prova de quarenta e dois quilômetros é tida para muitos corredores como um grande desafio e superá-la é considerada um ato heroico. Para entender melhor como uma atividade tão antiga ainda resguarda significados de sua origem para a sociedade moderna é preciso analisar a trajetória da corrida de rua ao longo do tempo. A história desse esporte pode ser dividida em quatro diferentes fases, conforme quadro da página a seguir.

Quadro 4 – Fases históricas da corrida

Fase	Evolução Humana	Jogos Olímpicos Antigos	Jogos Olímpicos Modernos	Boom running
Período	6 milhões de anos atrás	776 a.C. até 394 d.C	1896 até 1968	1970 até hoje
Papel da Corrida	Facilitador de deslocamento (Homo sapiens nômade e caçador).	Prática competitiva (festival religioso em honra de Zeus).	Prática competitiva (criação de maratona de 42km como homenagem a Feidípides).	Prática recreativa (Kenneth Cooper: corrida é popularizada antes restrita a atletas de alta performance).

Fonte: adaptado de Silva (2009).

Nas duas últimas fases, essa celebração moderna começou a se espalhar para mais lugares principalmente através de provas competitivas.

Quadro 5 - Ano de criação de provas

Ano	Prova
1897	Maratona de Boston
1924	Maratona de Kosice
1925	Corrida de São Silvestre
1947	Maratona de Fukuoka
1970	Maratona de New York
1972	Stramilano
1974	Maratona de Berlim
1976	Maratona de Paris
1977	Maratona de Chicago
1981	Maratona de Londres

Fonte: Association of International Marathons and Road Races e Lunzenfichter (2003) adaptado por Dallari (2009).

Essas provas, que se repetem ano após ano, ainda carregam um significado heroico para aqueles que conseguem superar grandes distâncias. O constante enfrentamento do corredor com suas limitações físicas e mentais desperta um sentimento de vitória sobre suas limitações. Dedicção, sacrifício e determinação são seus únicos aliados. A corrida é o caminho para a independência, para o autoconhecimento e a promoção das próprias conquistas (NOAKES, 1991).

No Brasil, houve um acompanhamento das fases propostas por Silva. Na fase dos Jogos Olímpicos Modernos (1918) ocorreu a primeira prova de vinte e quatro quilômetros, marco histórico da corrida de rua no Brasil, em São Paulo, chamada de *Estadinho*, promovida pelo jornal *O Estado de São Paulo*. Três anos depois foi inaugurada a primeira pista de atletismo de São Paulo no *Club Athletico Paulistano* (SILVA, 2009).

Entre 1970 e 1980 a corrida de rua no Brasil era focada na prática militarista e em corredores de alto rendimento no atletismo de pista. Com influência do movimento americano, promovido por *Kenneth Cooper*, dos anos 1960 e 1970 algumas mudanças ocorreram. A primeira prova a refletir essa nova cultura foi a Maratona Internacional do Rio de Janeiro, realizada em 1979, que influenciou o crescimento das provas de corrida em todo o Brasil (SILVA, 2009). Há praticamente uma década estamos num momento de consolidação do esporte com a corrida se tornado cada vez mais *'fashion'* e com intensa comunicação dos agentes envolvidos na corrida de rua (DALLARI, 2009, p.68).

Quais foram os fatores que fizeram que o esporte se consolidasse na última década? O que poderia ter contribuído para que a corrida se tornasse cada vez mais *"fashion"*? Diante desses questionamentos é fundamental entender o que leva, de fato, a pessoas irem para as ruas correr.

2.3.2 Por que correr?

Conforme já foi exposto no tópico anterior, a realização de atividades físicas é um dos pilares para uma vida saudável. Junto com a caminhada, a corrida é a atividade esportiva mais acessível, pois pode ser praticada individualmente, em praticamente qualquer lugar e tem baixo investimento (COSTA, 2010). Além disso, não exige alto nível técnico do corredor. Ao praticar a corrida, há melhoras para a saúde física, para a saúde emocional e para a saúde social, conforme colocadas abaixo.

Quadro 6 – Benefícios da corrida

Melhoria da saúde física	Melhoria da saúde emocional e cognitiva	Melhora da saúde social
<p>Controle da pressão arterial; melhor capacidade de respiração; melhor capacidade de ejeção do coração; controla nível do colesterol bom (HDL) e diminui o ruim (LDL); controle do peso corporal; controle da osteoporose; fortalecimento da musculatura.</p>	<p>Redução do estresse, da depressão; melhoria da ansiedade e do humor; liberação de endorfina; estímulo de novos neurônios; melhora oxigenação do cérebro.</p>	<p>Sentimento de pertencimento a um grupo; criação de laços de amizade; incentivo de valores como humildade e educação.</p>

Fonte: adaptado de Silva (2009).

A facilidade de praticar a corrida se dá também porque pode ser considerada um esporte individual, já que o corredor não necessita de outra pessoa para prática além dela mesma. Em cada corrida, a velocidade, a distância a percorrer e o trajeto são definidos pelo próprio corredor. Ele também define seus objetivos com relação à corrida. Os objetivos mais comuns entre os corredores podem ser classificadas em cinco perfis, conforme o próximo quadro.

Quadro 7 – Perfis de corredores

Corredor desafiador	Procura na corrida uma maneira de superar e testar seus limites. O que conta é o tempo de conclusão de uma prova e a distância percorrida. O que vale é vencer o desafio;
Corredor amador	É aquele que ama a corrida, seu maior prazer é correr, não importando a colocação ou o ritmo. A corrida é quase uma terapia e quando não correm chegam a ter alteração no seu humor;
Corredor social	É aquele que busca nos treinos e provas um momento para reunir e encontrar amigos. O que vale é curtir a corrida com quem gosta;
Corredor pensador	Vê a corrida como uma atividade que ajuda a refletir e achar soluções para a sua vida. Normalmente é mais solitário ou usa a corrida como descarga da rotina diária;
Corredor gastador	O que vale é gastar calorias, procura correr o suficiente para que o gasto calórico seja alto.

Fonte: adaptado de Silva (2009).

Esse quadro é importante porque extrapola motivações puramente vinculadas à saúde física. Os objetivos do corredor pensador, amador e desafiador são relacionados, principalmente, com o bem estar emocional. Nesse contexto, a corrida surge como uma solução para escape das pressões da rotina urbana que afetam emocionalmente milhares de pessoas.

Essas pressões como estresse e ansiedade podem ter um grande impacto para a saúde da população. Através da corrida, é possível manter um bom condicionamento físico, manter um peso adequado, envelhecer de forma ativa e passar um momento sem pensar em nada ou um momento para pensar, refletir e resolver problemas (LIMA, 2007). Isso se reflete em diversos aspectos de uma melhor qualidade de vida, como no caso do estudo conduzido pela Universidade da Califórnia mostrou que praticantes de corrida ou caminhada tinham maior atividade sexual (EXAME, 2012).

Mesmo sendo um esporte individual, não há impeditivos para que seja praticado em grupo. O corredor social alia o prazer da corrida com o momento de

encontrar amigos. Duas formas que facilitam a prática coletiva são os grupos de corrida e as competições. Além do prazer de companhia de outras pessoas, esses encontros servem também para aprimorar a identificação do corredor com o esporte, principalmente através de camisetas personalizadas.

Corredores se alimentam do prazer do reconhecimento e da sensação de superação. Eles querem ser percebidos além de saudáveis e ativos, como pessoas disciplinadas, focadas e que vão atrás de seus objetivos (LIMA, 2007). Há certo prestígio ao se apresentar para outras pessoas como um “corredor” ou um “atleta”, pois passa valores como disciplina e superioridade física que faz com que o indivíduo tenha um lugar de respeito na comunidade (OLIVEIRA, 2010).

O crescente espaço na mídia dado a esse esporte também pode ser um dos motivos do aumento de interesse da população na prática da corrida de rua e que tenha influenciado para esse prestígio atribuído a corredores. A televisão percebeu que o espetáculo das corridas atrai, a cada ano, mais participantes. Propagandas se multiplicam, há mais camisetas comemorativas de provas, de empresas, de grupos de amigos. Não se corre apenas para estar em forma, mas também para participar dessa manifestação da modernidade urbana (SEGALEN, 1994).

Não só a televisão se deu conta desse fato, mas diversos meios comerciais começaram a se envolver mais com os amantes da corrida: revistas especializadas como a *Runner's World*, alimentos e dietas específicas para a corrida e assim por diante (OLIVEIRA, 2010). É visível o aumento da oferta de produtos focada nesse público.

No entanto, se para a prática de corrida o essencial é apenas uma camiseta, uma short, e um par de tênis, qual a percepção de valor dos consumidores sobre esses produtos? Como eles estão percebendo essa maior competitividade de produtos? Como produtos ajudam (ou atrapalham) os corredores a se identificarem como tais? Diante desses questionamentos, no tópico a seguir será apresentado brevemente relações entre consumo e corredores.

2.3.3 Hábitos de Consumo de Corredores de Rua

Antigamente, a corrida era praticada com equipamentos menos sofisticados e em menor quantidade do que nos dias hoje. Os corredores corriam descalços, com uma espécie de túnica (YALOURIS, 2004). Diferentemente de outros esportes, a corrida de rua não exige muitos equipamentos para sua prática. Ao longo do tempo, o traje permaneceu o mesmo: um short, uma camiseta e um par de tênis (DALLARI, 2009). Baixo custo para a prática do esporte é um dos fatores que permitiu o crescimento do número de corredores tão rapidamente.

Diante disso, poderia se entender que há poucas possibilidades para explorar produtos em torno dessa atividade. Entretanto, esse crescimento de apaixonados pelo esporte começou a atrair diversos segmentos da economia movimentando altos valores (NIADA, 2011). As empresas desse mercado souberam como despertar desejos nesses consumidores. Esse seria o papel do marketing: influenciar os desejos que são formados culturalmente (KOTLER, 2006).

Pode se tomar como exemplo o produto principal para a prática da corrida, o tênis de corrida, que está diretamente vinculado à saúde do corredor. Esse tipo de tênis possui um valor mais alto em comparação com outros tipos de tênis. Nos últimos anos várias marcas lançaram modelos específicos para esse público interessadas na lucratividade, aumentando a concorrência do setor (NIADA, 2011). São tantos modelos disponíveis que meios de comunicação especializados (como sites e revistas) publicam guias de escolha de tênis para ajudar o consumidor encontrar o modelo mais adequado para sua necessidade.

Essas mudanças no contexto da corrida de rua também impactam os consumidores. De acordo com um entrevistado no estudo realizado por Oliveira (2010), há impactos negativos do crescimento da competitividade de ofertas: “Isso tudo acontece por um tênis custar 400 reais e as empresas descobriram que é fácil vender brinquedo pra homem. É fácil vender um *hobby* do mesmo jeito que vender aquelas coisas de mulher.”. Nessa concepção, ao invés da maior concorrência beneficiar o consumidor (baixando os preços dos produtos) as marcas atuam aumentando a percepção de valor em torno dos produtos, o que faz com que esses mantenham valor elevado, apesar da diversidade de marcas e modelos.

Atualmente, há certa discussão em relação ao uso de acessórios que vão sendo comunicados como imprescindíveis à prática de corrida. Por um lado, na medida que o hábito de correr se torna mais frequente, pede-se uma postura mais séria do corredor para seu próprio bem. Isso envolve escolher o modelo certo de tênis, adquirir um relógio, o frequencímetro, softwares de treinamento para turbinar a performance e ter uma orientação nutricional adequada (RUNNERS, 2012). Por outro lado, os diversos acessórios ajudaram a quantificar o esforço envolvido nos treinos, mas eliminá-los pode trazer de volta a alegria para a corrida e a sensação de esvaziar a mente (RUNNERS, 2012).

O amortecimento do tênis também está em pauta, devido à crescente popularidade do livro “Nascido para correr”, de Christopher Mcdougall. O livro conta a história de índios mexicanos que corriam ultramaratonas e tinham menos lesões que soldados americanos com calçados tecnológicos. A corrida de pés descalços veio com força total ao mercado, e as empresas logo lançaram modelos de tênis “levinhos” com modelos minimalistas e tênis que simulam a corrida descalça (RUNNERS, 2012).

As empresas mais conectadas com esse mercado e que têm desenvolvido produtos específicos para a corrida, e com mais tecnologia, acabaram ganhando maior preferência dos corredores de rua. Em uma pesquisa de opinião, realizada com corredores, feita pelo site <http://www.wsranner.com.br> (2012) revela as marcas preferidas para compra de tênis de corrida. A enquete realizada no início de 2012 teve trezentos e vinte e sete votos.

Tabela 1 – Enquete Melhor Marca de Tênis para Corridas

Marca	Pos.	Votos
Asics	1º	123
Mizuno	2º	94
Nike	3º	31
Adidas	4º	24
Saucony	5º	23
Olympikus	6º	13
New Balance	7º	8
OUTROS..	8º	7
Reebok	9º	3
Puma	10º	1

Fonte: <http://www.wsranner.com.br> (2012).

A preferência apontada da tabela acima também foi apontada por corredores experientes entrevistados no estudo de Lima (2007): “Pode reparar: os tênis expostos nas lojas de shopping não estão nos pés dos caras que correm aqui. A gente só compra desse vendedor que vem aqui no treino e que só tem coisa boa (referindo-se a Asics e Mizuno)”. Esse relato demonstra uma separação entre os hábitos de consumo de corredores iniciados (mais experientes) e corredores iniciantes.

Nesse sentido, o quadro da página a seguir criado por Lima (2007) sintetiza essas diferenças comportamentais entre corredores com diferentes níveis de prática. São apontadas: as fantasias literais, ou seja, aquelas que podem ser percebidas através de objetos e acessórios e as fantasias subjetivas, que são apenas percebidas pela observação e discurso dos dois grupos estudados. Através da análise das fantasias literais e subjetivas é possível notar que os produtos representam mais do que somente sua utilidade. Consumidores compram produtos por causa da sua função, forma e significado. Essas características são definidas pelo contexto cultural de consumo (BLACKWELL, ENGEL E MINIARD, 2000).

Quadro 8 - as “fantasias de atletas” de iniciantes e iniciados

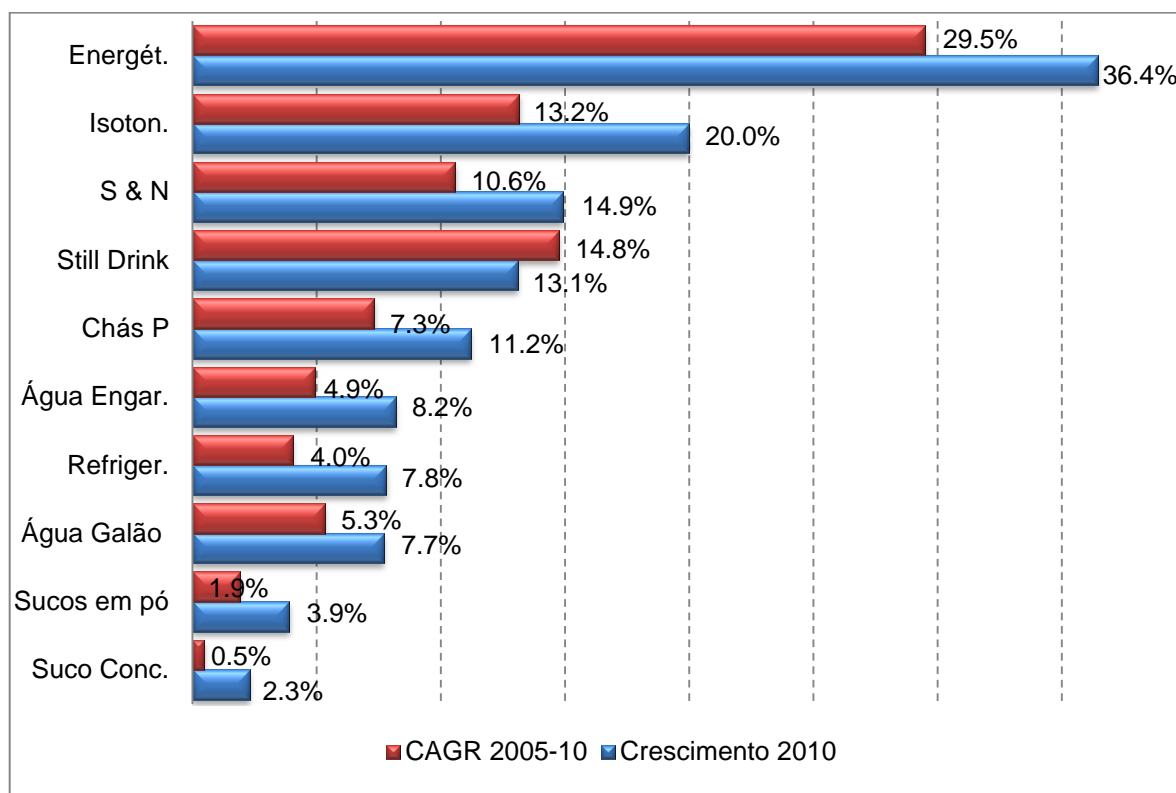
Tipo de Fantasia	Equipamento ou Acessório	Corredores Iniciantes	Corredores Iniciados
Fantasia Literal	Tênis	Nike	Asics ou Mizuno
	Camisetas	Algodão	Tecidos “tecnológicos”: “dri-fit”, “coolmax”
	Shorts	Futebol / ciclista	Curto, para corrida
	Meias	Cano longo	Cano curto
	Frequencímetro	Não	Sim, da marca Polar
Fantasia Subjetiva		Serem percebidos como pessoas saudáveis e ativas.	Serem percebidos como pessoas saudáveis e ativas, disciplinadas e movidas a desafios.
		Corrida é um meio.	Corrida é um meio e um fim.
		Valorizam marcas que fazem comunicação de massa e a beleza estética dos tênis, mais do que a sua performance na corrida.	Valorizam marcas que fazem comunicação segmentada, mais seletiva e exclusiva. Buscam a performance do produto na corrida, mais do que a sua beleza estética.
		Querem deixar de ser vistos como iniciantes o mais rapidamente possível. Para isso, vão atuar onde conseguem: no vestuário. Tentarão parecer corredores, mesmo ainda não sendo um deles.	Querem ser percebidos como experientes, exigentes, confiantes, determinados, modelos para os outros. Pessoas que superam desafios.

Fonte: Lima (2007).

Como pode ser percebido pelo quadro da página anterior, não apenas os tênis, mas também outros produtos e serviços estão sendo diretamente associados à prática de corrida como: vestuário, suplementos, isotônicos e outros equipamentos (NIADA, 2011). Conforme o estudo realizado por Lima, um equipamento como o frequencímetro é um dos itens que serve para diferenciar corredores iniciantes e iniciados. Essa construção social parte principalmente da busca das empresas do setor em vincular a prática da corrida a produtos, na maioria supérfluos, como imprescindíveis para o bom desempenho na atividade (OLIVEIRA, 2010).

Outro produto também relacionado com a corrida é o isotônico. Empresas de bebidas têm investido fortemente em patrocínios de eventos de corrida. É importante ressaltar o crescimento desse mercado nos últimos anos, conforme mostram dados obtidos pela *Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas* (2011). O gráfico compara o crescimento no consumo de cada categoria em 2010 (primeira coluna) e ao lado a média do crescimento da categoria nos últimos cinco anos. Nos últimos cinco anos, isotônicos foi a segunda categoria que mais cresceu, perdendo apenas para energéticos.

Gráfico 5 – Crescimento das categorias de bebidas não alcoólicas de 2005 a 2010



Fonte: ABIR (2011).

Sendo também um espaço de publicidade para produtos voltados para corrida, as provas de corrida têm aumentado e ganhado ampla diversidade de temas. É importante destacar que há dois tipos de provas. Há as corridas convencionais: vinculadas à valores mais tradicionais da corrida, populares com participantes de baixa renda e de nível técnico mais alto, e também existem as corridas “*fashion*”: elitizadas, inscrições de valores mais altos, produção mais elaborada, ocorre maior divulgação de marcas e há o convite para a participação de corredores de alto nível (OLIVEIRA, 2010).

Analisando o número de inscritos de três grandes corridas convencionais que ocorrem pelo mundo todo ano (São Silvestre, Maratona de Paris e Maratona de Nova York) fica visível o crescimento da popularidade das provas.

Tabela 2 - Número de Inscritos das Principais Provas de Corrida Convencionais

Ano	Corrida Internacional de São Silvestre	Maratona de Paris	Maratona de Nova York
1976	242	126	334
1980	1.402	5.274	12.476
1985	2.186	7.726	15.657
1990	5.32	9.11	22.99
1995	7.758	16.2	25.554
2000	12.897	27.596	27.752
2005	13.421	28.857	33.957
2010	21.000	40.000	43.475

Fonte: adaptado de Dallari (2009).

Não só as corridas convencionais tem ganhado mais popularidade, mas também as corridas “*fashion*”. O quadro da página seguinte mostra o ano de criação de provas repetidas anualmente em diferentes cidades do Brasil. Assim como marcas de isotônicos, outras marcas de material esportivo utilizam esses eventos para se aproximar com o público corredor.

Quadro 9 - Exemplos de Grandes Eventos de Corrida (fashion)

Evento	Patrocinadora	Ano de Início
Circuito de Corridas da Caixa	Caixa Econômica Federal	2004
Circuito das Estações	Adidas	2006
Circuito Run Series	Track & Field	2004
Nike 600k	Nike	2009

Fonte: Niada (2011).

O aumento do número de provas comprova-se também pela atratividade financeira, pois os valores financeiros que giram em cada prova são altos segundo Niada (2011): “Cada prova movimenta entre R\$1,44 milhão e R\$6 milhões, dependendo do total de participantes. Esse valor corresponde à hospedagem, alimentação, lazer, transporte e as compras.”. Diante dessa perspectiva, a própria atividade de correr, na sociedade ocidental, foi transformada num produto de consumo (OLIVEIRA, 2010). Diante do que foi exposto, foi elaborado um quadro resumo, que segue na página a seguir, destacando os principais estudos que vinculam consumo e corrida de rua.

Quadro 10 - Principais resultados de pesquisas sobre corrida e consumo

Autor(es)	Tema	Tipo de pesquisa	Principais Resultados
NIADA, Aurea Cristina Magalhães (2011)	Hierarquia de metas do consumidor de tênis de corrida para diferentes níveis de autoconexão com a marca	Conclusiva	Grupo de alta autoconexão com marcas demonstrou ligações relativas a aspectos simbólicos e sociais, enquanto aquele com baixa autoconexão apresentou ligações mais funcionais.
COSTA, Filipe C.; <i>et. al.</i> (2010)	Design de experiência e corrida de rua: um estudo sobre a construção de experiências de consumo	Exploratória	Relação predominante de agentes externos para a construção experiencial do indivíduo.
PEREIRA, Everson <i>et. al.</i> (2010)	Perfil e hábitos de hidratação dos corredores de rua de Curitiba, categoria amador	Conclusiva	Sugere que os atletas apresentam uma série de hábitos inadequados de hidratação e avaliam de forma errada o seu nível de desidratação.
LEKSRISO MPONG, Chanatip (2010)	Brand Congruity and Purchase Intentions of Runners	Conclusiva	Atributos funcionais dos artigos de vestuário influenciam o comportamento de compra do corredor.
LIMA, Renata Pereira (2007)	Análise do papel das marcas esportivas na construção da imagem de participantes de grupos de corrida	Exploratória	Corredores iniciantes e iniciados não compartilham a mesma imagem idealizada do que é ser um corredor amador.
SIMON, Stacy (1995)	Psychological Factors Associated with T-Shirts and Runners	Conclusiva	Camisetas de corrida têm importância psicológica para corredores.

Fonte: elaborado pelo autor

A corrida passou por transformações ao longo do tempo, acompanhando a evolução da sociedade. Por que foi possível transformar a corrida, um esporte de baixo custo, numa experiência de consumo? Como a corrida praticada atualmente transmite valores da corrida originada ainda nos tempos antigos? A fim de obter maior profundidade sobre essas questões torna-se fundamental explorar alguns conceitos teóricos de comportamento de consumidor e consumo sob uma ótica cultural.

2.4 CULTURA E CONSUMO

Nossos pertences são partes de nós. Somos o que temos e o que possuímos (BELK, 2000). Diante dessa perspectiva, o consumo ganha um sentido mais amplo: passa a fazer parte da identidade de uma pessoa. Mais do que apenas sua utilidade e valor comercial, produtos e serviços transmitem e carregam significados culturais (D'ANGELO, 2003). Com a finalidade de elucidar o que, de fato, seria cultura, Blackwell, Engel e Miniard (2000, p.394) descrevem o termo:

Cultura inclui elementos tanto abstratos quanto materiais. Os elementos abstratos incluem valores, atitudes, idéias, tipos de personalidade e construtos sumários, como a religião. Componentes materiais incluem coisas como livros, computadores, ferramentas, edifícios e produtos específicos, sendo, às vezes, descritos como artefatos culturais ou como manifestação material da cultura, limitando assim o uso de cultura a conceitos abstratos. Ela supre as pessoas com um senso de identidade e uma compreensão do comportamento aceitável dentro da sociedade.

As formas de consumo e o comportamento aceitável variam de sociedade para sociedade. A religião hinduísta, por exemplo, considera a vaca um animal sagrado e seus praticantes evitam o consumo de carne bovina. No Rio Grande do Sul, o churrasco, principalmente de carne bovina, é um ritual extremamente difundido e tradicionalista. Esse processo de aprendizado do comportamento aceitável faz parte da socialização: o modo como o ser humano vai aprendendo a viver, como indivíduo e como membro do grupo, em sociedade (DIAS, 2004).

O indivíduo também vai aprendendo, através de elementos culturais, como e o que consumir. Logo, a cultura é o fator mais fundamental dos desejos e comportamentos de uma pessoa (KOTLER, 2006). Também tem grande efeito sobre o porquê as pessoas compram: afeta os produtos, a comunicação, a tomada de

decisão e a estrutura de consumo (BLACKWELL, ENGEL E MINIARD, 2000). O consumo, além de ser uma forma de expressão cultural, reproduz significados culturais:

O consumo é um momento onde ocorrem trocas simbólicas, que determinam e reproduzem o código social, onde há uma ativa apropriação de signos. Não seria, portanto, um fim, mas um instante, onde muito é criado e produzido. Ao invés da visão econômica de um ato, privado e pessoal, de destruição do produto pelo consumidor, o consumo é, de fato, um ato de natureza eminentemente social, onde significados simbólicos, códigos sociais, ideologias e relacionamentos são produzidos e reproduzidos (ROSSI, HOR-MEYLL, 2001, p.6).

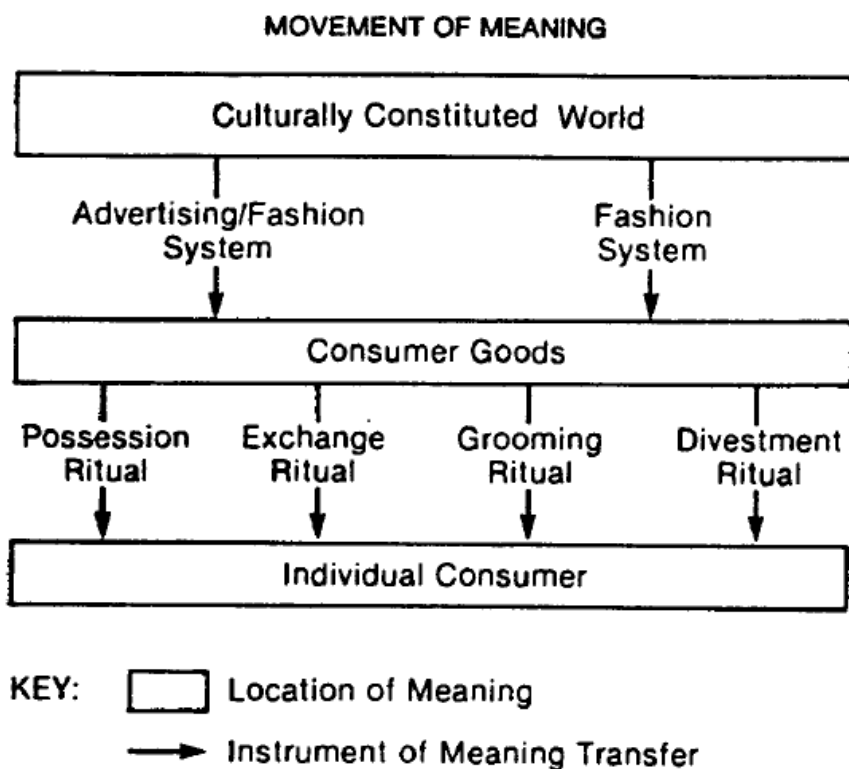
Nessa concepção, o consumidor é influenciado pelo grupo, que transmite valores tangíveis e intangíveis no processo de socialização, a reproduzir determinado código social através do consumo. Portanto, objetos vão ganhando novos significados de acordo com mudanças sociais e das expressões coletivas e individuais (D'ANGELO, 2003). Esses significados não só são resultados do meio cultural, mas também servem para consolidar o contexto no qual nasceram.

Nesse contexto cultural (meio social e cultural no qual as pessoas convivem) ocorre a origem dos significados imputados a produtos e serviços. As representações socioculturais dos grupos são a matéria-prima da propaganda e da moda. Essas são ferramentas que transferem significados a produtos e serviços. As agências de publicidade, através da criação de anúncios e dos elementos que os compõem (pessoas que participam do anúncio, cenário, discurso etc.), realizam a união de um bem material com uma representação cultural, dando sentido ao produto. O sistema de moda, por sua vez, associa novos estilos de produtos aos princípios e às categorias culturais já existentes no mundo e também cria e renova significados culturais através de mudanças radicais de estilo. (MCCRACKEN, 1988).

Conforme da página seguinte, a transferência desses significados do produto até o consumidor ocorre através de rituais típicos da sociedade de consumo: posse, troca, preparação e descarte. A posse de um bem permite a transferência do significado do produto para a vida de uma pessoa. Isso acontece através da comparação, da avaliação e da demonstração desses produtos. A troca que ocorre quando alguém é presenteado torna-se um mecanismo de transferência de significados de uma pessoa para outra por meio de produtos com propriedades específicas. A preparação para adquirir bens ocorre através de rituais e cuidados

que também possuem significados culturais. O descarte ocorre quando alguém vende um bem a alguém ou elimina o bem da sua vida, extinguindo o significado que o bem tinha para sua vida (MCCRACKEN, 1988).

Figura 1 – Transferência de Significados na Sociedade de Consumo

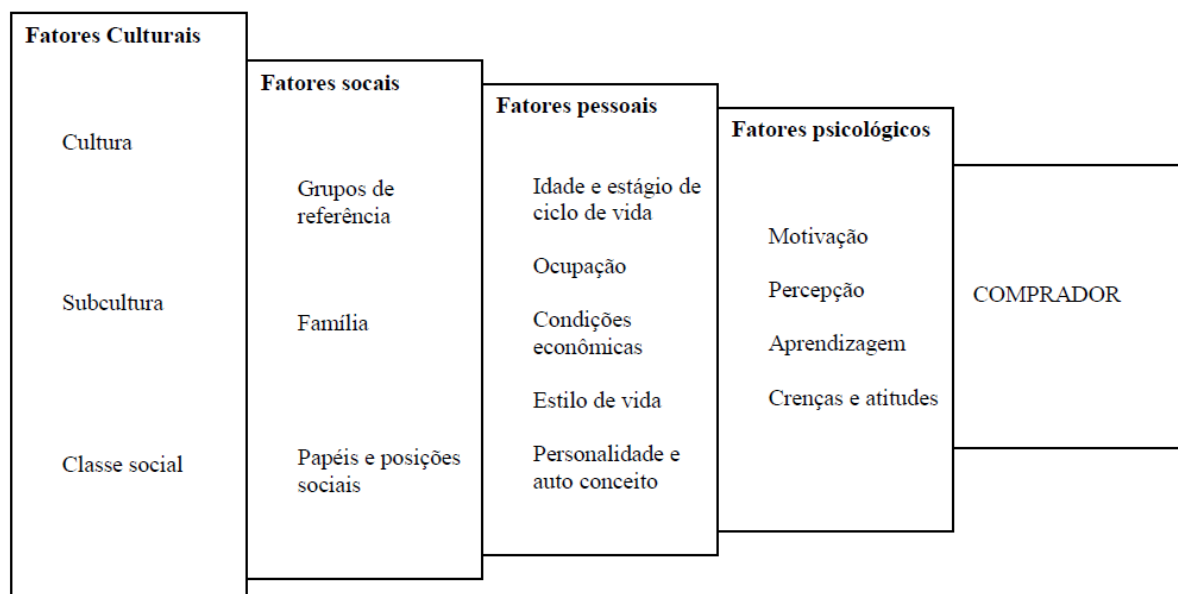


Fonte: McCracken (1988).

O modelo proposto por *McCracken*, através dos rituais realizados pelo consumidor e materializado através de produtos, destaca diferentes momentos relacionados ao consumo: antes (preparação), durante (posse) e pós (troca e descarte).

Diante disso, o modelo também traz aspectos relacionados ao conceito teórico do comportamento do consumidor, conforme colocado por Blackwell, Engel e Miniard (2000, p.4): "Definimos comportamento do consumidor como as atividades diretamente relacionadas envolvidas em obter, consumir, e dispor de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que antecedem e sucedem estas ações.". A fim de entender como se dá esse processo, Kotler (2006) traz um quadro que clarifica aspectos influenciadores do consumo.

Figura 2 - Modelo de fatores que influenciam o consumidor



Fonte: Kotler (2006).

Os fatores acima citados podem ser separados em duas categorias: externos (culturais e sociais) e internos (pessoais e psicológicos). Apesar de todos eles contribuírem para influenciar o consumidor, conforme mostra a figura, os externos (principalmente o cultural) impactam mais fortemente esse comportamento.

A consolidação da corrida se deve muito aos significados socialmente atribuídos à atividade, pois como afirma Dallari (2009, p.6): “A corrida é um fenômeno sociocultural contemporâneo”. Conforme já foi colocado, a corrida é mais do que apenas um *hobby*, é a celebração que carrega alguns dos valores originados dos tempos antigos e ganha diferentes contornos com a urbanização e a globalização. Mais do que isso, é um evento que pode elucidar a razão de existência da vida para seus praticantes.

Uma sub cultura existe quando pessoas se identificam com atividades ou objetos e fazem uso desses para se identificar com outras pessoas. Nessas atividades culturais são encontrados significados únicos, traduzidos em estilos ou ideologias de consumo (SCHOUTEN, MCALEXANDER, 1995).

As atividades e o modo como ocorre o agrupamento de pessoas em torno delas deve estar sobre constante análise dos profissionais de marketing. Já que a realização dessas pressupõe significados coletivamente partilhados e que tomam

forma através de produtos e de serviços que as pessoas consomem e expressam sua própria identificação (BELK, 2000).

Ao se tratar de como as pessoas gastam seu tempo ou dinheiro, nem sempre as pessoas podem ser categorizadas por etnia, gênero, idade ou classe social (SCHOUTEN, MCALEXANDER, 1995). Nesse sentido, dá-se a importância de entender como a realização da corrida de rua, influencia os comportamentos dos praticantes desse esporte e quais são as peculiaridades desse tipo de consumidor.

3 MÉTODO

Esse capítulo apresenta detalhamento sobre o tipo de pesquisa realizada, bem como os instrumentos e os procedimentos adotados para alcance dos objetivos propostos. Diante dos estudos que tratam de corrida e consumo apresentados na seção anterior (quadro 10) fica claro que entre aqueles que tratam sob uma visão mais aprofundada sobre os diversos componentes presentes nesse esporte, há predominância de um caráter exploratório com preferência por instrumentos qualitativos (entrevistas, etnografia e observação). Quando o tema é específico e trata de certo item de consumo, relacionado com a corrida, há maior utilização de pesquisas conclusivas e de instrumentos quantitativos.

Dado que a proposição dessa pesquisa é identificar como a prática de corrida de rua modifica comportamentos e hábitos de consumo, e não apenas sob o prisma de determinado produto ou serviço, torna-se fundamental explorar os diversos aspectos e significados por trás dessa relação. Para atender aos objetivos propostos desse estudo verificou-se a necessidade de realização de uma pesquisa exploratória.

Nesse tipo de pesquisa, o objetivo principal é prover o pesquisador de critérios e de maior compreensão sobre a sua situação-problema. Além disso, é possível desenvolver hipóteses sobre a situação estudada para que, posteriormente, possa vir a gerar pesquisas exploratórias ou conclusivas (MALHOTRA, 2004).

Geralmente, a pesquisa exploratória caracteriza-se por análise qualitativa de dados primários e por uma amostra pequena e não representativa (MALHOTRA, 2004). Os instrumentos qualitativos permitem maior flexibilidade e maior versatilidade, já que são técnicas menos estruturadas e mais sujeitas a interpretações. Essas características somadas ao maior tempo disponível com o elemento da pesquisa favorecem a captação de dados, de maneira mais profunda, que podem favorecer o esclarecimento do problema de pesquisa. Não só isso, mas também as pessoas podem ser incapazes de dar respostas precisas a perguntas que envolva seu subconsciente (MALHOTRA, 2004).

Dentre as técnicas de pesquisa qualitativa, optou-se pela entrevista em profundidade, já que é indicada para situações de envolvimento emocional. Além

disso, a entrevista em profundidade é capaz de revelar análises pessoais mais aprofundadas que os grupos de focos (MALHOTRA, 2004).

3.1 INFORMANTES CHAVE DA PESQUISA

O pressuposto desse estudo é pesquisar corredores em Porto Alegre. Partindo de alguns preceitos estabelecidos por *Dallari* (2009) é necessário certo cuidado ao definir quem, de fato, são corredores de rua. No estudo desenvolvido pela autora, para considerar alguém como corredor foram definidos os seguintes requisitos: praticar o esporte num ambiente aberto, com uma frequência de no mínimo três vezes por semana e participar ou buscar participar de competições. Portanto, há exclusão de pessoas que: correm apenas em esteiras e correm sozinhas sem algum tipo de disputa com outras pessoas. Os critérios definidos pela autora foram seguidos para selecionar os informantes desse estudo.

Dado que a proposta desse estudo é investigar as mudanças ocasionadas pela prática de corrida, optou-se, ainda, por selecionar corredores de rua que começaram a praticar a atividade recentemente (há menos de um ano e meio). Esses corredores poderão se lembrar mais facilmente quais eram seus hábitos anteriores ao início da prática, facilitando a identificação de mudanças.

Ao decorrer das entrevistas notaram-se diferenças relevantes dos significados relacionados à corrida por parte de homens e mulheres. Diante disso, optou-se por realizar um número razoável de entrevistas com integrantes de ambos os sexos.

Apesar de já ser possível identificar os principais resultados do estudo com oito entrevistas, foram realizadas doze entrevistas no total, sendo seis com homens e seis com mulheres, a fim de enriquecer a análise. Esse número foi considerado suficiente, já que com quatro a cinco entrevistas em profundidade focadas em entender os temas centrais do estudo podem fornecer até 90% das informações possíveis de serem obtidas com maiores números de entrevistas (BELK, 2006).

Além disso, levando-se em conta que a corrida de rua é um esporte democrático, conforme já colocado, foi buscada uma heterogeneidade entre características como idade e ocupação a fim de contemplar diferentes grupos de corredores de Porto Alegre.

3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA DOS DADOS

Com o objetivo de encontrar participantes que se encaixem no perfil determinado e que se mostrassem interessados na pesquisa (o que é fundamental para gerar riqueza de informações) foram utilizados diferentes meios para o recrutamento desses. Primeiramente, o próprio pesquisador utilizou seus contatos próximos, já que por estar participando de diversos eventos relacionados à corrida tinha proximidade com diversos praticantes desse esporte. Em seguida, foi feito o contato com grupos de corrida para que eles indiquem pessoas que se encaixavam no perfil desejado. Com as indicações dessas assessorias era feito contato com esses corredores para avaliar se havia disponibilidade.

No caso dos contatos feitos através de redes sociais e de *e-mail*, primeiramente foi utilizada a imagem abaixo como forma de encontrar corredores para informá-los do estudo. Ela foi postada no perfil pessoal do pesquisador e, posteriormente, compartilhada em páginas de grupos de corrida de Porto Alegre.

Figura 3 – Recrutamento via redes sociais



Fonte: elaborado pelo autor

Para aqueles que mostraram interesse em participar do estudo, foi agendada uma data de acordo com a respectiva disponibilidade para realização de uma entrevista, a ser realizada no local de escolha do próprio entrevistado. Residências, locais de treino de corrida, praças e cafés serviram como palco para realização desses encontros.

Antes desse momento, eram feitas algumas perguntas iniciais para averiguar se o possível entrevistado havia começado recentemente e mantinha uma regularidade de treinos. Além disso, foi solicitado a cada participante que separasse no mínimo seis imagens, tendo como fonte fotografias, revistas, jornais, etc., que representasse como a corrida de rua mudou sua vida (Apêndice A). Foi alertado ainda que não poderiam ser escolhidas imagens de pessoas correndo para fomentar a utilização de metáforas. Essa solicitação faz parte do instrumento de pesquisa ZMET descrito no próximo item.

Cada entrevista teve como base um roteiro semi estruturado de perguntas que está dividido em quatro blocos (Apêndice B). O primeiro bloco buscou compreender o perfil do entrevistado. O segundo utilizou as figuras (técnica ZMET) anteriormente solicitadas como forma de investigar como a corrida de rua modificou, em diversos aspectos, a vida do entrevistado. O terceiro investigou experiências, sentimentos e rotinas relacionadas à corrida. Finalmente, o quarto bloco vincula consumo e corrida de rua.

3.3 ZALTMAN METAPHOR ELICITATION TECHNIQUE

Sendo que o objetivo dessa pesquisa é identificar mudanças ocasionadas por uma atividade (nem sempre tão evidentes para o entrevistado), torna-se necessário a utilização de instrumentos que facilitem ao informante expressar suas emoções e seus pensamentos. As técnicas de pesquisa tradicionais focadas apenas no discurso dos consumidores são limitadas, já que em centenas de casos os consumidores dizem que iriam fazer uma coisa e fizeram outra (ZALTMAN, 2003). Ao tentar verbalizar algo, há busca de uma racionalidade, que nem sempre existe, para um determinado ato que é praticado, na tentativa de expressar a real motivação. Isso ocorre porque 95% dos pensamentos dos seres humanos se dão na parte subconsciente do cérebro (ZALTMAN, 2003).

Portanto, tudo aquilo que passa na mente do consumidor sobre marcas e produtos está fora do plano consciente. É por essa razão que os profissionais de marketing devem explorar o inconsciente dos consumidores se desejarem obter vantagem competitiva (ZALTMAN, 2003). Com suficiente utilização de métodos

indiretos de pesquisa, as fantasias e significados simbólicos que ficam abaixo do limiar consciente, podem ser expostos (HIRSCHMAN, HOLBROOK, 1982).

Diante dessa perspectiva, para que fosse possível entender melhor o que se passa na mente do consumidor, *Zaltman* criou uma abordagem que utiliza estímulos visuais para captar, mais verdadeiramente, aquilo que se passa no inconsciente. O inconsciente, regularmente, se revela através de metáforas que são figuras de linguagem traduzidas em analogias, alegorias, personificações e provérbios.

Através delas, o subconsciente ajuda no processo de interpretação das relações entre o mundo e a própria vida e facilita o entendimento de pensamentos e sentimentos subconscientes (ZALTMAN, 2003). Daí, a importância das imagens, pois através delas as metáforas tendem a vir à tona mais facilmente do que meramente expressas em palavras.

A pesquisa teve como inspiração o método ZMET, mas não utilizou todas as fases originalmente desenvolvidas por Zaltman. Foi feita uma adaptação que melhor se adequou ao propósito do estudo. São assinaladas em **negrito**, na página a seguir, as fases utilizadas.

Quadro 11 - Fases da técnica ZMET

Narração	O entrevistado é quem narra a entrevista explicando os motivos que levaram ele a trazer aquelas imagens específicas. O entrevistador deve buscar significados mais profundos sobre as narrativas.
Imagens faltantes	Identificam-se as dificuldades do processo de coleta de imagens do entrevistado e tentar captar aquelas que não foram conseguidas. A carência é tratada como uma imagem.
Seleção	Caso o entrevistado possua mais de quinze imagens, é apedido que ele agrupe imagens similares para eliminar aquelas redundantes.
Descoberta de constructos	São sorteadas três figuras quaisquer. Dessas, o entrevistado deve explicar como duas são semelhantes entre si, mas diferente da terceira. O objetivo é levantar cadeias atributos – consequências – valores.
Descoberta de metáforas	O entrevistador escolhe aleatoriamente algumas imagens e faz provocações indagando sobre os sentimentos e pensamentos acerca das imagens. Explora-se elementos visuais, elementos faltantes e contrastes das fotos.
Imagens sensoriais	O entrevistado pensa nas imagens não só como estímulos sensoriais, mas que relatem o cheiro, sons e sentimentos que aquelas imagens estão trazendo, ou representam para ele.
Vinheta	O entrevistado imagina como seria um pequeno filme que descrevesse seus sentimentos e pensamentos sobre o tema abordado.
Imagem Digital	O entrevistado é convidado a montar um resumo de suas imagens através do computador. Essa imagem clarifica suposições, modelos de decisão e critérios de escolha do entrevistado.

Fonte: adaptado de Albrecht (2010).

Além das etapas acima citadas, foi incluída a etapa “Imagem mais representativa”, assim como trazido por Albrecht (2010). É solicitado ao entrevistado que diante de suas imagens, escolha aquela que melhor responde a questão chave da pesquisa e justifique a sua opção.

3.4 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados é considerada o núcleo central da pesquisa qualitativa (FLICK, 2009). Sendo que a análise textual é elemento primordial na análise de dados qualitativos, será solicitado aos participantes, no início do bate papo, a permissão para gravação em áudio e em vídeo das entrevistas. Todas as entrevistas serão gravadas e, posteriormente serão transcritas. Diante do grande volume de informações que a coleta de dados qualitativos gera é necessário adotar métodos que lidem com essas informações de forma prática e organizada (FLICK, 2009).

Utilizou-se a análise qualitativa de conteúdo para sistematizar o que foi coletado durante o estudo. Segundo Bardin (2007, p.24) a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. A técnica lida com o material advindo das transcrições das entrevistas, categorizando os elementos do texto em itens advindos da literatura ou do próprio campo pesquisado. Foi necessário ler diversas vezes as transcrições das entrevistas para determinar quais categorias fariam parte dos resultados da pesquisa. Essas categorias facilitam a visualização dos dados e a análise de pontos de vista subjetivos.

Em adição aos elementos textuais, as figuras correspondentes a cada entrevista também serviram de fonte para categorização e para interpretação dos dados. Essas figuras estão colocadas em anexo na parte final desse trabalho. Ao final desse processo foi possível sistematizar os dados a fim de responder os objetivos propostos do estudo.

4 RESULTADOS

Durante o processo de coleta de dados foram realizadas doze entrevistas no total. Todas elas tiveram inspiração na técnica ZMET. Os entrevistados coletaram corretamente as imagens solicitadas, apesar de que algumas não representavam mudanças significativas na vida dos participantes. Essas não foram apresentadas nesse tópico, mas se encontram em anexo ao final do trabalho.

A grande maioria dos participantes demonstrou interesse em participar do estudo e ficou curioso em conhecer os resultados. Uma possível explicação para esse envolvimento é a importância que a corrida possui na vida de cada um dos informantes.

Alguns entrevistados não trouxeram o número mínimo de imagens solicitadas (seis). Mesmo assim deve ser ressaltado que esse fator não comprometeu os resultados, pois a realização de doze entrevistas possibilitou a análise de grande quantidade de imagens (oitenta e sete ao todo).

O método utilizado para facilitar o surgimento de metáforas mostrou-se extremamente positivo para o estudo. Durante a realização das entrevistas percebeu-se a riqueza de informações concedidas pelos entrevistados. Homens tiveram mais dificuldade do que as mulheres para a coleta de imagens, porém todos os informantes chave conseguiram fazer relações subjetivas da corrida com sua vida.

Dado que algumas das entrevistas ocorreram na residência dos entrevistados, também foi possível tirar fotos dos produtos utilizados para corrida. Além disso, foram utilizadas algumas fotos de redes sociais dos participantes que continham conteúdo referente à corrida.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS INFORMANTES CHAVE

Dado que a proposta dessa pesquisa aborda aspectos íntimos de cada um dos participantes, conhecer um pouco de cada um é fundamental para entender como ocorre a inserção da prática de corrida de rua na sua vida. Na próxima página, é colocada uma breve apresentação de cada um dos participantes do estudo.

- a) **entrevistado 1:** é estudante, trabalha com o pai numa construtora, mora com a família, namora, é bastante reservada e gosta de ficar em casa. Começou a correr em março de 2012, e corre semanalmente terças e quintas de manhã cedo com o personal trainer da sua academia.
- b) **entrevistado 2:** jovem solteiro, também estudante, é estagiário de uma empresa de serviços e mora com uma grande família que quase não pratica exercícios físicos. Desde pequeno teve problemas relacionados ao excesso de peso, corre na esteira desde 2006 e na rua desde 2011. Costuma correr no final de semana acompanhado de um amigo.
- c) **entrevistado 3:** psicóloga por formação, é natural de Bento Gonçalves, divorciada e desde o tempo de colégio foi ligada a esportes. Começou a correr no início de 2012 e faz parte de um grupo de corrida que realiza treinos noturnos ao longo da semana.
- d) **entrevistado 4:** mora em Gravataí com o marido, trabalha o dia inteiro em Porto Alegre como fonoaudióloga e passou por uma cirurgia bariátrica há quatro anos. Começou a correr em dezembro de 2011 e depois entrou num grupo de corrida, com o qual pratica corrida cinco vezes por semana.
- e) **entrevistado 5:** carioca, veio morar no Rio Grande do Sul ainda muito pequeno. É planejador de eventos esportivos e recém se mudou para um apartamento novo para morar com a noiva. Gosta muito de futebol e academia. Começou a correr na metade de 2011 com os colegas de trabalho, e hoje corre sozinho no Gasômetro e na esteira da academia.
- f) **entrevistado 6:** é designer autônoma, casada e possui dois filhos. Praticava atletismo quando era criança junto com a irmã. Começou a correr em junho de 2012, por indicação médica. Pratica três vezes por semana com um grupo de corrida.
- g) **entrevistado 7:** estudante, tem namorada, mora com a mãe e usa a bicicleta como meio de locomoção. Desde pequeno joga futebol, quando adolescente começou a praticar punhobol e mesmo jovem já teve que fazer fisioterapia. A corrida começou a ser considerada como um esporte (e não atividade de apoio) faz um ano. Corre sozinho e não possui uma rotina de treinos.

- h) **entrevistado 8:** jornalista, solteiro, mora sozinho e faz pós graduação no turno da noite. Quando adolescente competiu como goleiro de futsal e atualmente faz parte de um time de basquete amador. Já teve diversos problemas de lesão. Começou a correr no início do ano e participa de um grupo de corrida.
- i) **entrevistado 9:** professora, formada em História, está cursando outra graduação. Mora com o esposo e há cinco anos luta contra um câncer de mama. Começou a correr no final de 2011 junto a uma assessoria esportiva. Semanalmente corre com o marido, faz musculação e natação.
- j) **entrevistado 10:** psicóloga, adora ler, mora em Viamão com o marido, onde também tem seu consultório. Evitava vir à Porto Alegre por causa do alto fluxo de carros, e hoje vem à capital principalmente pra correr junto ao seu grupo de corrida. Entrou no mundo da corrida por força de sua irmã que mora nos Estados Unidos. Há dois anos perdeu o pai por conta de um câncer.
- k) **entrevistado 11:** arquiteto digital, atualmente mora com a mãe, adora fazer viagens. É separado e começou a correr na época em que estava ocorrendo o processo de separação da ex mulher. Corre duas ou três vezes por semana.
- l) **entrevistado 12:** sócio de uma empresa de TI fiscal, mora com a esposa e seus dois filhos. Já praticou diversos esportes: futebol, basquete e paddle. Voltou a correr em maio, e chegou a participar do revezamento da Maratona de Porto Alegre. Passeia de bicicleta com os filhos nos finais de semana.

Esses diferentes contextos acabaram apresentando padrões de comportamento similares que são apresentados ao decorrer dos próximos tópicos. A seguir são apresentados os principais resultados do estudo.

4.2 COMO A CORRIDA ERA VISTA ANTES DO INÍCIO DA PRÁTICA

Antes de começar a correr a maioria dos entrevistados não entendia o que fazia com que pessoas dispendessem tempo para correr. A Entrevistada 3 achava que as pessoas que corriam, sofriam. A Entrevistada 4 também pensava que era algo traumatizante: “Terrível! Sofrida! Cheia de bolha, calo.”.

Na visão do Entrevistado 5 aqueles que corriam eram um “bando de loucos”. Não entrava na sua cabeça como que havia pessoas correndo sob o sol do meio dia, em um calor de quarenta graus. O Entrevistado 8 também não via o porquê de pessoas correndo sob chuva. Chegou a pensar que essas pessoas seriam “alienadas” do circuito social.

Apesar do Entrevistado 11 ter praticado diversos esportes antes de começar a praticar corrida, nunca tinha visto “graça” na corrida. O Entrevistado 7 achava “tri chato” a transmissão de maratonas pela televisão.

Quando o Entrevistado 12 via pessoas correndo sentia certa inveja, com o desejo de estar apto a fazer igual aos que corriam na rua. A Entrevistada 1 também tinha muita vontade de “poder” correr quando via pessoas correndo na beira do rio. A Entrevistada 9 sentia ciúmes, mas ao mesmo tempo admirava as pessoas que corriam.

Apesar de existir certa apreciação pela corrida, as sensações de curiosidade e de estranhamento, relatadas acima, mostram a dificuldade de compreensão das experiências proporcionadas pela prática de corrida. Como será visto a seguir, é necessário “sentir” a corrida para entendê-la.

4.3 COMO A CORRIDA MUDOU A SUA VIDA?

Uma semana antes da entrevista, foi solicitado que os participantes buscassem imagens que representassem como a corrida havia mudado a vida deles, conforme exposto no “Apêndice A”. Em alguns casos isolados houve dúvidas de como buscar imagens, mesmo assim a grande maioria dos entrevistados não teve problemas em encontrá-las.

Com o intuito de trazer à tona a realidade dessas pessoas que começaram a correr, eles possuíam a liberdade de trazer qualquer tipo de imagem. É interessante notar que praticamente todos os entrevistados trouxeram imagens que representam mudanças radicais na forma de viver. Essas mudanças estão descritas nos próximos tópicos.

4.3.1 Felicidade

De acordo com o dicionário Michaelis (2009), felicidade é conceituada como: “Estado de quem é feliz. Ventura. Bem-estar, contentamento. Bom resultado, bom êxito. bem-aventurança.”. Conforme é colocado abaixo, as imagens selecionadas, principalmente entre mulheres, revelam que a corrida trouxe, de forma geral, maior felicidade para a vida.

Figura 4 – Imagens que representam felicidade



Fonte: elaborado pelo autor

Felicidade é associada diretamente com o ato de “estar correndo” pela Entrevistada 4. A Entrevistada 9 comentou que ela nunca esteve tão feliz: “Cada vez que eu ponho meu tênis pra correr eu fico realmente feliz.”. No seu contexto, a

corrida teve um papel fundamental para superação do câncer de mama e dos consequentes tratamentos e cirurgias aos quais ela foi submetida. Por isso se emociona ao ver a foto colocada acima, e diz que “sabe a alegria que sentiu” naquele momento.

A corrida também ajudou a tratar de um problema de saúde da Entrevistada 6. Por indicação médica foi constatada a necessidade que ela praticasse um esporte que aumentasse os batimentos cardíacos, dado que ela possuía transtorno da ansiedade. A corrida além de ajudar no tratamento dessa doença, trouxe impactos no humor diário:

Dá pra ver no meu jeito sabe, que tá diferente. [...] Antes eu estava sempre quieta, meio mal humorada, pra baixo, sem vontade de fazer nada, essas coisas assim. Aí ela disse, aí agora tu tá sempre correndo, sempre feliz, e é isso mesmo.

A mudança de humor após ter começado a correr também é sentida pelo Entrevistado 12: “Antes eu era um pouco mais ranzinza, e com pavio mais curto.”³ Já a Entrevistada 1 relata que numa consulta médica foi realizado um diagnóstico no qual ela era impossibilitada de praticar exercícios pois possuía uma doença no sangue. Ela comenta ainda que essa experiência traumática foi um dos fatores que desencadeou depressão.

Posteriormente, o diagnóstico foi revisado por outro médico que disse que era possível que ela praticasse exercícios físicos. Através da corrida ela encontrou uma forma de lidar com a depressão:

Mas tipo eu comecei a correr semestre passado porque eu tava em depressão, aí eu tava tomando remédio também. Mas isso ao longo de todo o processo me ajudou a ser uma pessoa muito mais feliz. De bem com a vida sabe? Eu corro terça e quinta às sete da manhã. Aí as gurias falam: Nossa não sei como tu consegue! E eu vou sabe? Acordo, vou, fico o dia inteiro assim, bem!

Ela afirma que nas férias ficou algumas semanas sem correr e o corpo já “começou a sentir dores” pela falta desse exercício. De maneira similar, a Entrevistada 3 conta que “dói o coração” não ir correr. Ela também descobriu na corrida um prazer que antes não existia na sua vida.

³ Informação verbal concedida pela entrevistado 12 ao autor em 4 out., 2012.

A corrida também ajudou a Entrevistada 10 a superar a morte do pai que era chefe de sua família: “Num mundo que tava todo escuro eu comecei a sorrir de novo!”. Essa felicidade que a corrida trouxe a levou a pintar mais (outro hobby que lhe dá satisfação). A imagem pintada por ela, abaixo, é uma homenagem à irmã que foi sua grande incentivadora para começar a correr.

Figura 5 - Pintura



Fonte: entrevistada 7

Apesar das mulheres entrevistadas terem coletado mais imagens que remetem à felicidade, a ideia de bem estar também é encontrada no discurso dos homens. O Entrevistado 5 coloca que não possui grandes objetivos em relação à corrida, pois através dela deseja apenas “estar bem”. Para o Entrevistado 8, a corrida adquire um significado diferente de outras atividades físicas: “Me sinto bem melhor do que eu me sentia quando fazia só musculação, por exemplo.”. Também é comentado pelo Entrevistado 7 e pelo Entrevistado 11 que se sentem muito bem indo correr.

4.3.2 Amizade / Relacionamentos

Apesar da corrida poder ser praticada de forma individual, há muitas pessoas que fazem parte de grupos com assessoria com apoio de um professor especializado. Além de buscar melhorar os resultados de tempo ou de distância percorrida, esses grupos incentivam a interação entre os alunos em encontros fora dos treinos, já que mesmo fazendo parte de um grupo, cada corredor vai no seu

ritmo. A participação nas provas também proporciona maior interação entre os praticantes do esporte.

Praticamente todas as imagens selecionadas, que seguem na próxima página, são de entrevistados que fazem parte de grupos de corrida, com exceção da Entrevistada 1 e do Entrevistado 12. Para ambos, a corrida ajudou a se relacionar melhor com pessoas próximas. A Entrevistada 1 comenta que a corrida trouxe mudanças na sua personalidade que facilitaram isso:

Estando a saúde bem, a gente fica feliz, e estando a gente feliz a gente contagia as pessoas ao nosso redor. Tanto que eu consegui, antes eu era mais fechada e tal, e agora consigo me relacionar melhor com as minhas amigas, com meu namorado, com minha família, e acho que eu penso mais no futuro. Eu quero ter uma família saudável, uma família feliz. Não quero ser sedentária, que as pessoas precisem cuidar de mim. E eu acho que a corrida me proporciona isso.

Já o Entrevistado 12 relata que mudou seu horário de ir dormir e acordar por causa da corrida. Essa mudança contribuiu significativamente para o relacionamento com sua esposa:

Meu relacionamento com minha esposa e com minha família, mas principalmente com minha esposa, ela é uma pessoa que sempre acordou cedo, e sempre dormiu cedo. Então o que acontecia é que ela ia dormir às 10, eu ia dormir à meia noite. Quando eu ia dormir ela já tava dormindo. Ela acordava e continua acordando 6 horas, e eu acordava as 8. Eu já tinha que sair correndo pro trabalho, então a gente não tomava chimarrão junto, não convivia, de conversar muito. Como eu me adaptei ao horário dela, isso acabou fazendo com que a gente acorde mais ou menos no mesmo horário... Ela tem academia de manhã e a gente consegue tomar um chimarrãozinho uma meia hora, a gente consegue sentar e conversar, e as crianças não acordaram. Isso é muito importante quando a gente é casado e tem filhos. O relacionamento melhorou muito, tanto pra mim quanto pra ela.

A melhora do relacionamento também foi comentado pela Entrevistada 9, pois a corrida “uniu os interesses” dela e de seu marido que também corre. Na próxima página são apresentadas as imagens que representam maior união de amizade ou melhora do relacionamento dos entrevistados.

Figura 6 – Imagens que representam amizade/relacionamentos



Fonte: elaborado pelo autor

A Entrevistada 6 também ressalta que seus relacionamentos melhoraram depois que começou a praticar corrida. Ela afirma que no seu grupo de corrida um ajuda o outro não só na corrida, mas também com problemas pessoais. O interesse em praticar corrida também aproxima pessoas como coloca o Entrevistado 11:

Especialmente nas corridas de rua, que tu começa a encontrar pessoas que correm também, que tu não fazia ideia que corriam. Encontrei um professor da faculdade que corria... Comecei a encontrar colegas do trabalho, colegas do colégio, que não tive mais contato. E aquela coisa, o pessoal vê que tu tá correndo, posta alguma coisa no Facebook, legal. [...] Até algumas pessoas vieram falar comigo, ah vamos correr um dia desses juntos, ou especialmente na empresa... Várias pessoas começaram a correr depois de me ver correr, amigos próximos.

O Entrevistado 5 relata que corria circuitos junto com seus amigos e acabou criando um vínculo de amizade 'maior' com eles por conta da corrida. O Entrevistado 8 também descreve a situação em que conheceu uma pessoa por causa dos treinos do grupo de corrida que participa: "Tu acaba conhecendo pessoas que estão na mesma situação e se identificando. [...] A gente acaba de vez em quando saindo e se falando."

Apesar de haver num grupo pessoas com diferentes níveis de prática, conforme é colocado no trecho abaixo pela Entrevistada 9, os objetivos em comum de corredores facilita essa aproximação.

A gente saiu dum condomínio em Viamão, e teve um grupo que entraram em Gravataí e fizeram 16 (km), e outro foi pros 10 (km), e outro foi pros 8 (km). Todo mundo se apoia, todo mundo meio que trabalha, ninguém é novinho, todo mundo tem suas limitações da idade. Então um ajuda o outro.

A Entrevistada 4 complementa que as pessoas que se conhece correndo “são muito legais”. Para ela, a imagem mais representativa de como a corrida mudou sua vida é o brinde com os amigos. Ela comenta ainda que participa de provas e viaja com as amigas para correr. No seu perfil do *Facebook* podem ser encontradas diversas fotos de corridas e encontros com amigos que praticam a mesma atividade, como evidenciado abaixo:

Figura 7 – Encontro pós corrida

Depois de 8km ... uma saledinha bem saudável 🍷 — with
i and 3 others at Petisqueira.



Fonte: Facebook da entrevistada 4

As amigas próximas (já praticantes) da Entrevistada 3 foram suas incentivadoras para que ela começasse a correr. Na virada do ano, ela estipulou como meta praticar alguma atividade que mudasse sua estrutura física. Ela comenta que a relação com elas mudou desde que começou a praticar: “A gente começa a falar sobre corrida, tu foi correr hoje, tu não foi... Teve lesão ou não... Ó tô conseguindo fazer em tantos minutos na esteira... Ah vou participar de uma prova, uma vai assistir a prova da outra.”

4.3.3 Superação

Os objetivos do “corredor desafiador”, conforme exposto por Silva (2009) anteriormente, está presente no discurso de muitos entrevistados. Eles colocam metas e objetivos a serem cumpridos em relação à corrida. Nesse sentido, essa atividade é encarada como forma de vencer limites físicos e psicológicos.

O Entrevistado 2 relata que busca sempre superar suas marcas pessoais e que não compete com outros corredores nas provas que participa. Ele vê no aumento da distância percorrida ou da diminuição de tempo de um determinado trajeto, sua vitória, pois quando começou a praticar não tinha fôlego para aguentar correr por muito tempo:

No início não conseguia dois minutos correndo direto que já começava a dor, de respiração assim, que ao longo do tempo foi aumentando, três minutos corrida, quatro minutos caminhada, e assim ia dosando... Até chegar a uma hora correndo direto sem precisar parar. Foi meio mundo até chegar o final aí. [...] Agora hoje eu faço ali meia hora tranquilo, assim, e ainda podendo dar mais!

As principais barreiras para correr, apontadas pelos entrevistados, são físicas (excesso de peso, falta de fôlego, lesões) e psicológicas. A Entrevistada 1 também teve dificuldades no início dos seus treinos: “Nossa, as primeiras eram horríveis! Teve uma outra que eu chorei, nossa não consigo né.”.

O Entrevistado 7 traz o termo de ‘auto sabotagem’ que é a própria pessoa se colocando barreiras: “Tô muito cansado, não tem como. O cara inventa uma própria desculpa pra não atingir os próprios objetivos... e daí pula essa parte de inventar desculpa.”. A corrida ajudou ele a vencer a auto sabotagem, assim como aconteceu para a Entrevistada 10:

Eu não me imaginei que eu fosse conseguir correr tanto. Eu tava num momento de achar que não dava. Eu vou correr, mas vou cansar, vai doer... Não vale a pena e tal. Aí não, comecei a ver que eu tinha capacidade de correr mais, no outro dia eu não tava doída, e queria ir de novo. Tava me vendo como uma grande atleta.

A superação está presente em vencer essas barreiras, assim como colocar metas para si mesmo. O Entrevistado 7 conta que cada vez que se superava se sentia muito bem. O Entrevistado 12 ficou tão feliz de fazer 5km dentro da sua meta,

que fez questão de comunicar para seus amigos: “O dia que eu consegui fazer em 30 minutos foi... Mandeí torpedo pra todo mundo!”.

Já a Entrevistada 9 diz que estar correndo já é uma vitória, visto que teve que vencer um câncer, como foi colocado anteriormente. A Entrevistada 10 selecionou imagens relacionadas à *Livestrong*, instituição criada por Lance Armstrong para encorajar portadores de câncer. Sua irmã que mora nos Estados Unidos mandou o livro do Lance Armstrong para seu pai que lutava contra o câncer antes de falecer. A busca pela superação uniu a família: “Ela disse que se meu pai podia enfrentar o câncer aqui fazendo quimioterapia, ela podia enfrentar os treinamentos pra uma meia maratona lá. Ela era completamente sedentária e não fazia esporte nenhum.”.

A Entrevistada 4 selecionou uma foto de sua medalha numa corrida de dez milhas (dezesesseis quilômetros) que é mostrada na próxima página. Ela conta com orgulho que completou a prova e não caminhou durante todo o percurso, mesmo estando lesionada. O Entrevistado 11 escolheu a logo da Maratona de Porto Alegre, e descreve que disputou sua primeira prova em que correu 8km. Descreve ainda que foi um grande desafio, por nunca ter corrido tal distância naquela época. As figuras, da página a seguir, mostram a vitória obtida em completar o percurso ou atingir o tempo esperado após realizar o esforço para correr.

Figura 8 – Imagens que representam superação



Fonte: elaborado pelo autor

A Entrevistada 10 faz uso do aplicativo da Nike para monitorar seu desempenho (rotina de treinos, tempo, distância percorrida e velocidade) e recebe “prêmios” pelo seu esforço.

Figura 9 – Prêmios aplicativo Nike



Fonte: entrevistada 10

Após atingir uma ‘marca’, os entrevistados se colocam novos desafios, conforme disposto no quadro abaixo.

Quadro 12 – Objetivos em relação à corrida

Entrevistada 3	“Eu estipulei como meta chegar aos 5km, e se possível, até o final do ano, fazer 5km em meia hora. E aí depois pro no ano que vem começar a batalhar 10km.”
Entrevistada 4	“21km. Até dezembro! Vamos supor de fosse 2013, eu ia colocar 42km!”
Entrevistada 6	“Cada vez diminuir mais o meu tempo.”
Entrevistado 7	“Terminar pela menos uma meia maratona, mas de curto prazo, gostaria de fazer 10km em 45,46 minutos.”
Entrevistado 8	“Na próxima prova quero ver se já faço os 10 [...] e pretendo até final do ano que vem ter condições de disputar uma maratona, completar, participar.”
Entrevistada 9	“Meu objetivo até o ano que vem é estar correndo os 21km, meia maratona, e daqui uns dois anos quero ver se fecho uma maratona.”
Entrevistada 10	“Eu quero correr uma meia maratona com minha irmã lá no Colorado.”
Entrevistado 11	“Não digo fazer uma prova, mas pelo menos um treino de 16km até o final do ano, vamos ver se eu consigo.”
Entrevistado 12	“Eu quero fazer os 5km em 24 minutos.”

Fonte: elaborado pelo autor

Esses parâmetros servem como referência que estão melhorando seu desempenho e que podem comemorar o esforço dispendido para atingir tal marca. Esse esforço é metaforizado como suor para o Entrevistado 5, conforme trecho da próxima página:

Tu vê que tu tá com suor no rosto respigando pra dentro do olho e tu não tá nem aí, tu quer fazer um pouco mais do que tu realmente faz [...] Acho que a corrida tem um link muito forte com tudo, porque tu tá sempre tentando te superar né. Tu tá no trabalho, tu tem que entregar no mínimo, aquilo que tu sempre entregou, se tu quer crescer, tu tem que entregar mais.

Nesse sentido, se esforçar para atingir algo, se estende para outras circunstâncias que não apenas a corrida. Há a sensação de que a vitória obtida através da corrida torna a pessoa capaz de enfrentar outros desafios cotidianos.

4.3.4 “Eu tenho a força”

Apesar de já ter sido colocado anteriormente o sentimento de superação relacionado à corrida, é preciso ressaltar que certos entrevistados vão além e se retratam como “heróis”. Essa percepção está relacionada com o orgulho de praticar corrida. A Entrevistada 9 selecionou uma foto em que um gatinho olha pro espelho e vê um leão, pois ela se sente um “leão”. A Entrevistada 10 se sente uma “mulher maravilha” desde que começou a correr. Ela venceu as próprias barreiras psicológicas pra começar a correr e logo que começou já se sentia uma “grande atleta”.

Figura 10 – Imagens que representam “eu tenho a força”



Fonte: elaborado pelo autor

Já o Entrevistado 7 selecionou a foto do “He-man” e de uma bicicleta indestrutível. Ele se sente “invencível” quando completa a corrida:

Bá o cara sai e sente bá sou muito fudido mesmo. Sou muito casca e tal, o cara fica se sentindo muito, tá qualquer um de vocês vamos correr agora! [...] Bá cara, posso correr contra o Bolt aqui que não tô nem aí, posso perder, mas não vou arregar. Essa sensação eu sinto afu no final da corrida.

4.3.5 Diminuição de peso

Conforme foi colocado na revisão teórica, 55% dos adultos porto alegrenses estão acima do peso ideal, ocupando o primeiro lugar das capitais brasileiras nesse ranking (VIGITEL, 2011). O excesso de peso faz com que a pessoa se sinta mais indisposta e pode causar diversos problemas de saúde. Na busca por reduzir o peso e buscar uma melhor qualidade de vida, a corrida é apontada como um dos pilares fundamentais para atingir esse objetivo. Tanto é que alguns relatam que buscaram a corrida principalmente por esse motivo:

Minha infância, eu era obeso velho. Obeso. Eu tinha 9 anos, eu tinha 90 quilos. Aí o que que aconteceu, tive que fazer um tratamento, e daí que o médico orientou fazer esporte, porque eu não fazia nada. [...] Eu comecei a fazer academia e depois entrar na corrida por causa do peso né, por necessidade na real.

Um dos grandes causadores do excesso de peso é a alimentação inadequada. No caso da Entrevistada 9, a comida foi a forma que ela encontrou de lidar com os diversos problemas que estava passando. O resultado foi um grande ganho de peso:

Ano passado com o quimioterapia eu engordei 40 quilos. Durante o tratamento do câncer, eu não fui pra psicólogo, eu acho que a comida foi meu psicólogo. Eu comi até as paredes. [...] Comecei uma dieta e consegui emagrecer uns 13 quilos. Em outubro a gente começou academia, [...], comecei a ver resultado. E me veio vontade, de fazer um outro esporte. Comecei a correr na esteira. Quando fui pra praia, um amigo meu de infância, chegou e (disse) ah coloquei uma assessoria de corrida, e bá é de ti que eu precisava.

A Entrevistada 3 ao se deparar com problemas de saúde e estresse emocional também ganhou muito peso. As mudanças no corpo apareceram e levaram-na a buscar o exercício como reparação do problema.

São 12 anos que eu tive um problema ginecológico, uma coisa foi levando à outra, as disfunções hormonais, fizeram com que eu ganhasse peso. Tive uma separação no meio de caminho, aí fiquei um pouco deprimida, que também me levou a engordar. E chegou um momento que eu não me reconhecia no meu corpo. [...] Mas eu sempre fui muito magra e de 12 anos pra cá, tu vê que teu corpo vai mudando e tu já não é mais aquela pessoa. [...] Umás amigas já estavam correndo, já achava interessante. [...] Aí eu resolvi esse ano vou fazer, corrida! Vou tentar!

Os entrevistados acabam encontrando na corrida muito mais do que apenas a solução para o excesso de peso. O Entrevistado 8 comenta que além de começar a prática de corrida, buscou mudar sua alimentação com o objetivo de perder os quilos a mais. Ele relata que antes da prática de corrida, se sentia durante o dia pesado e cansado com o peso que estava. Após algum tempo, mesmo atingindo seu objetivo continuou praticando a corrida pela sensação de bem estar que tem lhe proporcionado. O Entrevistado 2 também relata que seus amigos que começaram a corrida para perder peso, mesmo já estando “em forma” continuaram “tocando bala”.

Uma das possíveis explicações para que a corrida continue sendo praticada mesmo depois do alcance do peso ideal é uma modificação da relação da pessoa com o próprio corpo. A Entrevistada 9 afirma que as diferenças ocasionadas no corpo proporcionadas pela corrida são muito evidentes. Já a Entrevistada 3 comenta que ela começou a ser percebida de outra forma por causa de seus resultados: “As pessoas te enxergam diferente. Nossa teu corpo tá mudando, apesar de eu não ter tido perda de peso significativa, eu tive mudanças na estrutura do corpo, de medidas, que tu começa a enxergar que tá diferente.”.

O Entrevistado 8 perdeu quase dez quilos correndo e comenta que isso fez bastante diferença. Em quatro meses, o Entrevistado 12 perdeu nove quilos e comemora os resultados na numeração de suas roupas: “Essa camiseta eu trouxe de Porto de Galinhas e fiquei faceiro! Boto uma camiseta G e me serve! Aquele GG, aquele XL entra atravessado no ouvido. Acatar àquilo. Vou comprar uma calça 46, e não uma calça 44, 42. Dói. Isso dói.”.

Já a Entrevistada 10, ainda não satisfeita com seu corpo, faz da numeração das roupas uma meta que deseja atingir através da corrida: “Eu não vou comprar

maior que meu tamanho, ou pro meu tamanho, eu vou usar o que eu tenho e vou emagrecer, menor eu compro, maior não.”.

Abaixo são mostradas as figuras coletadas pelos entrevistados que representam a perda de peso e a relação com o próprio corpo. É interessante notar que todas elas representam uma forma de mensuração: da medida do abdômen, do peso e da pressão arterial.

Figura 11 – Imagens que representam perda de peso



Fonte: elaborado pelo autor

Para o Entrevistado 12 a pressão arterial tem relação com o peso, pois se ele diminuísse seu peso, através de atividades físicas e de mudança de hábitos alimentares, seu problema de pressão alta também seria resolvido. Desse modo foi possível que ele evitasse tomar remédios, o que ele “odeia fazer”.

Dos entrevistados que selecionaram as imagens acima, o Entrevistado 5 é o único que não teve problemas de peso. Para ele, os hábitos saudáveis que ele possui servem como um “bônus” que ele adquire para gastar quando ele “não quiser ser saudável”:

Não vou deixar de beber, de comer pizza, porque não quero engordar. Faço tudo! Mas ao mesmo tempo tento botar no outro lado da balança, e não tô mentindo, o alívio que é fazer academia, correndo, me exercitando. Pra também não chutar o balde geral.

“Não chutar o balde geral” pode ser entendido como fugir das medidas desejadas. Manter-se nessas medidas (ou buscá-las) é um grande motivador para realizar a prática de corrida.

4.3.6 Alimentação mais saudável

Os entrevistados perceberam que após começar a correr, houve mudanças significativas nos hábitos alimentares do seu dia a dia. O Entrevistado 7 afirma que nem adianta correr se não se alimentar bem. Ele começou a se preocupar muito mais com o que ingeria e relata que entra até num impasse quando sai com os amigos:

Eu sinto que algumas coisas mudam, pensei principalmente na alimentação, tinha vezes bá saí da corrida, vou sair com os amigos comer uma pizza, aí eu já fico assim meio de má vontade. [...] O cara sai da corrida e vai tomar cerveja, eu fico de cara assim, não gosto, não quero.

Nessas situações, o Entrevistado 8 quando saí com os amigos busca o “caminho menos trágico”. Ele afirma que já pensa “duas vezes” antes de comer alguma coisa e que sua disciplina em relação à alimentação aumentou bastante:

Eu deixei de consumir muita porcarias em relação à alimentação. Tô gastando menos em alimentação, em relação a comer lanche, xis, batata frita. Essa parte de consumo em bares e restaurante eu cortei bastante. Acabo substituindo, por outro tipo de alimentação.

O consumo de “porcarias” também foi deixado de lado pelo Entrevistado 12: “Se dependesse de mim, lanchonetes e restaurantes estariam ralados. Isso é uma mudança muito forte na minha vida.”. A alimentação mais saudável somada à vontade de dar o exemplo ao filho faz com que ele comesse coisas que nem tinha vontade:

Uma fruta que eu não curtia, ainda não dá pra dizer que eu curto, mas eu tolero é carambola, e meu filho adora carambola. Então ele vai junto no supermercado ele compra carambola. E eu achava aquele troço muito esquisito. Hoje em dia pra provar, pra incentivar (eu como), então vamos comer carambola. Não é tão ruim quanto já foi no passado.

Abaixo estão colocadas as imagens que representam uma alimentação mais saudável. Duas das imagens são da Entrevistada 4. Ela reconhece que depois que começou a correr está comendo “mais naturalmente”.

Figura 12 – Imagens que representam alimentação mais saudável



Fonte: elaborado pelo autor

O Entrevistado 5 ressalta a importância da alimentação mais saudável para o rendimento da corrida: “Eu acho que a corrida te faz cuidar pra tu render mais [...] Tu começa a comprar mais alimentos saudáveis, gatorade, pra pós corrida... Acho que a alimentação tu é bem impactado.”. Esse impacto também é visível para a Entrevistada 9: “Antes eu não dava muita bola, ah hoje quero comer pizza no almoço, [...]. Hoje não. Eu priorizo coisas integrais, frutas, eu cuido mesmo pra me ajudar na corrida.”.

Nos dias que há treino, ou prova de corrida, o Entrevistado 8 é ainda mais restrito com o cardápio do dia: “Porque a gente sabe que pra fazer o exercício, se tu ingerir muita gordura, carne ou muitos vegetais, tu vai ter dor, pontadas, mais fácil do que se tu ingerir só o carboidrato.”. O maior controle sobre o que ingerir quase vira uma neurose para a Entrevistada 10: “Eu fazia duas refeições por dia, hoje eu faço seis. Daqui a pouco vou estar preocupada que vou ter que comer, se eu não comer não vou ter força pra correr, e vou entrar em neura.”.

4.3.7 Liberdade / natureza

Porto Alegre é a quarta cidade (com mais de um milhão de habitantes) mais arborizada do Brasil (GAZETA DO POVO, 2012). Os espaços verdes e a orla ao redor do lago Guaíba favorecem a prática de esporte ao ar livre na cidade. A corrida de rua tem como palco esses espaços abertos que são definidos pelo próprio corredor.

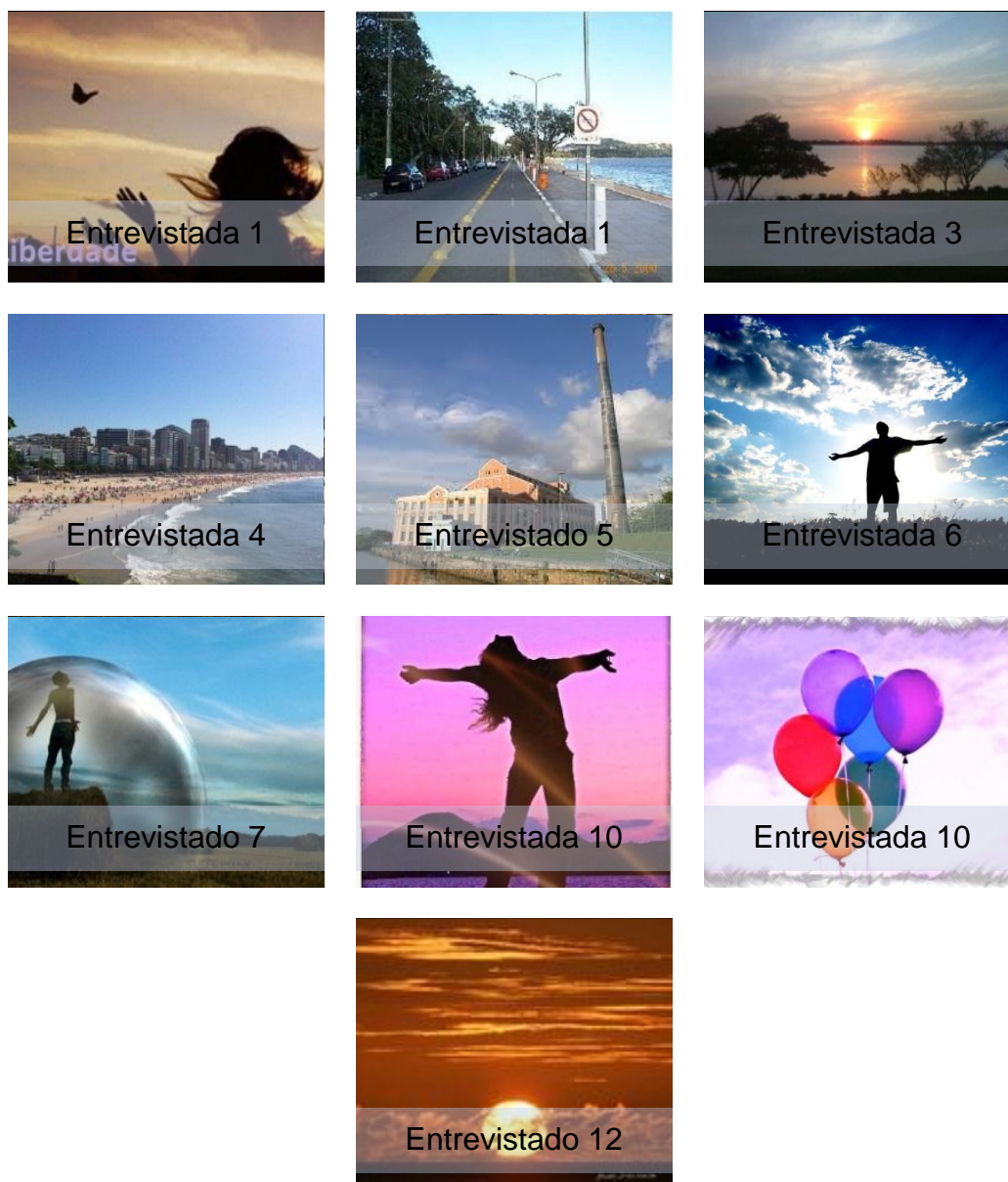
Poder praticar fora de ambientes fechados foi um dos grandes motivos para a Entrevistada 3 começar a correr. Ela estava cansada do “mundo” da academia. Ela conta que quando vai correr observa coisas que estão acontecendo, e valoriza o fato de estar ao ar livre: “Quando eu vejo essa foto eu sinto um cheiro de mato, de natureza, de tu tá no meio da natureza que tu não parece que tá em Porto Alegre [...] muito diferente de uma capital como São Paulo.”.

O grande incentivo da corrida é a paisagem para o Entrevistado 5. Ele costuma correr no Gasômetro, sempre no horário do pôr do sol e se sentia mais animado de correr e tentar se superar por causa do visual. Para a Entrevistada 4, a paisagem do Rio de Janeiro fez com que ela fosse além do que iria em Porto Alegre: “Essa orla aqui, que é do Leblon, é aqui que eu corri meus primeiros 10km! [...] Lá em Porto Alegre eu não vou conseguir, porque aqui o visual me favoreceu.”.

Já o Entrevistado 12 aprecia ver o nascer do sol. Conforme já foi colocado, a corrida ajudou ele a acordar mais cedo, possibilitando que ele acompanhasse esse momento da virada da noite pro dia. A vontade de estar mais perto da natureza também é relatada pela Entrevistada 1 que diz que sempre corre olhando pro lago e para as árvores.

Pode ser percebido, através das imagens coletadas pelos entrevistados, que seguem na próxima página, que a sensação de liberdade que a corrida proporciona está muito ligada a elementos da natureza como: céu limpo, sol e água.

Figura 13 – Imagens que representam liberdade/natureza



Fonte: elaborado pelo autor

A Entrevistada 6 afirma que tem vontade de “sair voando” quando está correndo. O Entrevistado 7 treina na pista do CETE que é próxima à casa dele, mas tem a sensação que vai “muito mais longe” quando está correndo. A liberdade que sente também possui relação com o fato da corrida ser considerada um “refúgio” dos problemas cotidianos.

A Entrevistada 10 coloca que não precisa “fingir” o que ela é quando está correndo, diferentemente de outros momentos do seu dia, principalmente no exercício da sua profissão:

Esses tempos eu tava em casa fazendo faxina, e eu bá faltou um produto. Não vou me arrumar pra ir na padaria comprar um desinfetante. Cheguei na padaria tinha o pai de um paciente meu. Putz, aí não dá. É toda uma coisa que na corrida tu não precisa ter. Tu não precisa estar de salto alto, maquiada.

4.3.8 Alívio das tensões

O estresse de se viver numa grande cidade como Porto Alegre afeta seus moradores todos os dias. Muito trabalho, engarrafamentos e falta de tempo para se cuidar estão na rotina de diversas pessoas. Nesse sentido, a corrida é utilizada como forma de alívio desses problemas.

O Entrevistado 11 comenta que a corrida para ele é uma “válvula de escape”. Ele começou a correr quando estava se separando de sua mulher e a corrida era sua fuga desse “período turbulento”. O Entrevistado 8 entra num “estado de relaxamento profundo” depois que corre.

A Entrevistada 10 diz que coloca “a raiva para fora” e deixa todos os problemas para trás. Recentemente ela completou sua primeira prova e comenta como se sentiu na chegada: “É uma sensação indescritível, era um grito de ‘aaaaaah’ que merda, eu consegui”. Esse grito também é um desabafo, pois na mesma semana havia descoberto que havia perdido o bebê que estava na fase inicial de gestação.

Sendo que a Entrevistada 4 trabalha na área da saúde, ela precisa correr pra não se estressar com os casos que vê diariamente. “Semana passada teve dois dias de chuva e eu disse pras gurias “eu preciso correr” se não vou matar um, esganar um.”.

A Entrevistada 6 selecionou uma imagem de uma caixinha de remédio para TPM para mostrar como a corrida mudou a vida dela. Ela reconhece que a corrida lhe ajuda a ficar bem mais calma. Tanto é que em sua página do Facebook divulgou a imagem que segue na página a seguir:

Figura 14 – Corrida mais barato que terapia



Fonte: Facebook da entrevistada 6

As imagens que representam esse alívio de tensões do dia a dia encontram-se abaixo.

Figura 15 – Imagens que representam alívio das tensões



Fonte: elaborado pelo autor

O Entrevistado 12 selecionou uma foto em que uma pessoa está cortando a grama com uma tesoura. Ele adquiriu maior calma e maior tranquilidade desde que começou a correr e isso se reflete em situações do dia a dia:

A gente saiu pra comer em algum lugar e demorava pra ser atendido, um tempo atrás, eu ficava puto, levantava e ia embora. Hoje, eu acabo tirando um pouco de sarro, rindo da situação e eventualmente até brinca com o garçom.

Além de ajudar a aliviar as tensões diárias, o Entrevistado 7 comenta que se utiliza desses momentos de corrida pra encontrar soluções para questões profissionais. As respostas para esses problemas acabam surgindo, justamente, por estar fazendo algo fora do ambiente de trabalho.

4.3.9 “Sou outra pessoa”

Além de outros impactos no humor das pessoas, conforme já colocado, alguns entrevistados selecionaram imagens que ilustram uma mudança radical na forma de viver. A Entrevistada 6 selecionou a imagem de metamorfose de uma borboleta. A corrida trouxe a ela mais felicidade e mais disposição, transformando o modo como ela encarava a vida e se relacionava com as pessoas.

Já a Entrevistada 9 explica porque trouxe a imagem “da água para o vinho”. Quem a conheceu antes da corrida, diz que não a reconheceria hoje. Ela não gostava nem de caminhar ao redor de um parque. Hoje ela levanta bem cedo nos finais de semana pra ir correr, mesmo que seja em Gravataí (sendo que ela mora perto do Iguatemi em Porto Alegre). Ela afirma que a corrida mudou sua vida “do 8 para o 80”, conforme a imagem da página a seguir:

Figura 16 – Imagens que representam “sou outra pessoa”



Fonte: elaborado pelo autor

O Entrevistado 8 também sofreu uma mudança radical, pois tinha o hábito de beber bastante e hoje praticamente não bebe: “Eu perdi a vontade, não tenho mais vontade de ingerir bebida alcoólica. Consigo sair numa festa e ficar sem beber, coisa que antes eu não conseguia.”. Ele se obrigou a ter uma vida mais regrada em busca de maior desempenho na corrida, o que acarretou diminuição da vontade de ingerir bebida alcoólica.

A corrida trouxe maior disciplina para o Entrevistado 2, não apenas na corrida, mas também para sua vida como um todo. Como ele não dispõe de muitos horários livres teve que criar o hábito de correr sempre no domingo. Ele conta que já teve que abrir mão de assistir um Grenal pra ir correr, sendo que já foi um colorado fanático.

4.3.10 Impactos sobre outras atividades

O exemplo acima é apenas um exemplo de influência da corrida sobre outras prioridades. Esse mesmo entrevistado surfa desde pequeno, entretanto a corrida passou a ter maior prioridade do que o surf na sua vida. Ele destaca a importância

do preparo físico que a corrida dá para o surf. A Entrevistada 9 passou a praticar natação como apoio ao desempenho na corrida. Já a Entrevistada 1 deixou de fazer musculação e começou a correr com seu *personal*. Ela complementa a corrida com outros exercícios feitos ao ar livre. O Entrevistado 5 também deixou de lado a academia, mesmo gostando muito de fazer academia.

O Entrevistado 7 selecionou uma foto de uma fila de dominós. Para ele a corrida é o hábito chave que faz com que ocorra uma reação em cadeia em outros aspectos de sua vida, mesmo não sabendo explicitar muito bem quais seriam esses impactos.

Figura 17 - Dominós



Fonte: entrevistado 7

O Entrevistado 12 começou a usar mais a bicicleta com seus filhos. O fato de estar correndo o incentivou a ter um estilo de vida menos sedentário e depender menos do carro: “Meu filho faz coleção do Campeonato Brasileiro. A gente vai da nossa casa, até a banca é uns dez minutos caminhando. De bicicleta deve dar uns três minutos. Mas a gente ia de carro. E passou a ir de bicicleta.”. Conforme é mostrado na figura da página seguinte, deixar de “usar os pneus do carro como pernas” propicia momentos de lazer mais agradáveis com os filhos.

Figura 18 – Passeio de bicicleta com os filhos



Fonte: entrevistado 12

A Entrevistada 1 tem o sonho de abrir uma ONG em prol dos cachorros abandonados. Apesar disso não ter relação direta com a corrida, ela faz um paralelo entre seu sonho e a corrida: “Eu penso que tudo isso eu só vou conseguir se eu for uma pessoa saudável. E se eu tiver de bem comigo mesma.”.

Figura 19 – Sonho de ajudar os cachorros de rua



Fonte: entrevistada 1

O Entrevistado 5 afirma que a corrida o ajudou a lembrar que ele pode experimentar coisas novas. Por ser carioca, ele não possuía o hábito de tomar chimarrão e brinca que a corrida possibilitou que ele “descobrisse” que podia tomar a tradicional bebida dos gaúchos.

O Entrevistado 12 passou a levar os seus itens de corrida para suas viagens. Tênis, GPS, roupas para corrida passaram a fazer parte da sua bagagem. O Entrevistado 11 conta que numa viagem para Nova York teve o prazer de correr no Central Park. Viajar para participar de provas é algo comum entre grupos de corrida. A Entrevista 6 foi para Florianópolis participar de uma corrida de 10km.

O tempo exigido para correr faz com que alguns entrevistados organizem outras atividades em diferentes horários. A Entrevistada 3 diz que o momento da sua corrida é “sagrado”, então os encontros para comer pizza com as amigas fica para

depois: “A gente vai, mas a gente vai depois da minha corrida.”. O Entrevistado 7 já deixou de ver seus contatos próximos para correr, apesar de não gostar de fazer isso. Ele conta que certa vez seu amigo ficou chateado porque ele tinha ido correr, pois tinham combinado de se almoçar juntos.

A Entrevistada 10 teve que determinar que nos horários de corrida não iria atender pacientes. Como mora fora de Porto Alegre e não gostava do trânsito, fez questão que seu consultório também fosse fora da capital. O fato do grupo de corrida ser em Porto Alegre e por haver um local mais adequado para a prática do que havia na sua cidade, faz com que ela se desloque três vezes por semana para Porto Alegre.

4.3.11 Lesões

O excesso da prática de corrida pode ocasionar lesões que afastam o corredor da sua rotina de treinos. O Entrevistado 11 conta que gosta tanto de correr que desenvolveu uma grave canelite por conta da alta frequência de corridas. O Entrevistado 8 já teve diversas lesões por conta da prática de outros esportes. Quando começou a praticar corrida desenvolveu novas lesões, mesmo assim não desistiu. Procurou tratamento e reforço muscular pra continuar correndo.

Figura 20 – Imagens que representam lesões



Fonte: elaborado pelo autor

O Entrevistado 5 está voltando aos poucos a correr, pois estava com uma lesão no tornozelo. Ele descreve como é estar lesionado: “Foi o ápice da coisa ruim,

me encontrei num limbo, numa caverna isolada do mundo, sem poder praticar nada.”.

Além desses, o Entrevistado 7 também tem dificuldades de manter uma rotina de treinos por conta de uma lesão nas costas. É verificado que homens tem maior tendência de apresentarem lesões devido à prática de mais esportes de contato do que as mulheres.

4.3.12 Modo como são percebidos pelos outros

Os entrevistados afirmam que após começar a correr, começaram a ser vistos de outra forma por pessoas próximas. A Entrevistada 3 afirma que acham incrível que ela consiga correr: “As pessoas na minha casa ainda não acreditam que eu corro 5km. Então tu tem que dizer: eu consigo correr 5km.”.

Contatos da Entrevistada 9 até pensam que ela poderia estar mentindo sobre a vida que ela leva hoje, depois de tudo que aconteceu para ela se curar do câncer. Ela reconhece que com a corrida: “As pessoas já me olharam diferente. [...] Mudam até o jeito de falar contigo, os papos, muda.”.

O comprometimento da corrida por parte dos entrevistados, muitas vezes, não é compreendido. A Entrevistada 4 coloca que sua rotina causa estranhamento (até para ela mesma): “Pra uns eu sou atleta, pra outros eu sou a louca, a maluca... Louca de acordar cedo e estar correndo, a gente correu esse ano com três graus no Iguatemi. Certa eu não posso ser mesmo.”.

A Entrevistada 10 admite que nunca gostou muito de praticar esportes e isso contribuía para que tivesse uma imagem “frágil” perante seus familiares. A corrida está contribuindo para mudar essa percepção: “Minha sogra falou: mas ela correu? Mas tava chovendo! Mas sim mãe, corrida tem na chuva. Mas achei que ela não ia correr porque tava chovendo. Mas eu não sou de açúcar.”.

Há certa valorização de quem consegue seguir uma rotina frequente de corridas. O Entrevistado 2 acredita que sua família o vê como alguém mais regrado. Os amigos do Entrevistado 8 o incentivam e costumam perguntar como tem sido os treinos. O Entrevistado 5 é percebido como uma pessoa mais saudável e pensa que existe certa admiração, por parte dos outros, por estar cuidando de si.

4.3.13 Comparação das evidências do estudo com matéria da revista Runners

Na edição de outubro da revista “Runners” foi publicada a matéria “37 razões para correr já”. Nessa matéria são colocadas as principais razões para que uma pessoa comece a correr. A fim de relacionar esses argumentos com o que, de fato, foi encontrado durante a realização do estudo, foi elaborado o quadro da página a seguir que mostra quais dessas razões colocadas pela revista foram significativas para os informantes chave desse estudo. Das 37 razões apontadas pela revista, 19 estão presentes de alguma forma na pesquisa. As que não foram encontradas mostram que há desconhecimento de mais benefícios que a corrida proporciona ou que tais benefícios não são importantes para os entrevistados.

Quadro 13 – Razões para correr: revista Runners vs estudo

Motivos apontados pela revista	Foi encontrado no estudo?
Ganhar autoconfiança	Sim
É uma atividade prática	Sim
É barato	Sim
É democrática	Sim
Você faz amigos	Sim
Ossos mais fortes	Não
Melhora a força muscular, o equilíbrio e a coordenação motora	Não
Você vive mais	Não
Previne e trata a hipertensão	Não
Fortalece o coração e aumenta a capacidade cardiorrespiratória	Sim
Você emagrece	Sim
Previne diabetes	Não
Você pensa mais rápido	Não
Melhora o funcionamento do sistema digestivo	Não
Não tem limitação de clima	Não
Protege a vista	Não
As medalhas	Sim
Você reserva um tempo do dia só para você	Sim
Suas outras paixões (esportes)	Sim
Dá barato (endorfina)	Sim
Promove disciplina	Sim
Você só compete contra si mesmo	Sim
Areja as ideias	Sim
Todo mundo sabe fazer	Não
Menos estresse	Sim
Você dorme melhor	Sim
Combate a depressão	Sim
Turbina a vida sexual	Não
Reduz a celulite	Sim
Aqui se faz, aqui se ganha	Sim
Adeus, espirros	Não
Diminui o risco de câncer	Não
Diminui sinais de envelhecimento	Não
Ajuda a parar de fumar	Não

Ajuda a controlar a acne	Não
Maior tolerância à dor	Não
Turismo na sua cidade e fora dela	Sim

Fonte: elaborado pelo autor

Levando em conta o que foi constatado no estudo, caberia acrescentar a essa lista de motivos mais alguns, como: maior felicidade, mudança de alimentação, alívio da TPM, melhora nos relacionamentos interpessoais, mudança de humor, maior contato com a natureza e mudança no modo como são percebidos por outras pessoas.

Será visto no tópico a seguir que alguns produtos e serviços contribuem para a geração dessas mudanças. Logo, eles extrapolam apenas a utilidade funcional e adquirem um conjunto de significados.

4.4 CONSUMO DE ITENS DE CORRIDA

Além dos itens de consumo já expostos anteriormente os entrevistados relatam a mudança em relação ao desejo de consumir diversos produtos e serviços para a prática dessa atividade. A Entrevistada 3 afirma que existe uma grande oferta de produtos para os corredores: “A gente começa a ver que existe um outro mundo pros corredores. [...] parece que tu passava despercebido.”. Para ela, seria necessário muito dinheiro para comprar tudo que gostaria.

Dado que o estudo abordou apenas corredores iniciantes é interessante notar que todos eles, mesmo com pouco tempo de prática, já compraram produtos e serviços específicos relacionados à corrida. Das doze entrevistas realizadas, foi verificado que os itens mais consumidos são: os tênis de corrida, as provas e os artigos de vestuário.

Produtos como: frequencímetros, relógios com GPS, aplicativos de corrida e cronômetros também são objeto de desejo e foram agrupados em “Itens de Mensuração”. A assessoria de grupos de corrida é outro serviço bastante procurado em Porto Alegre. Quando o termo “grupo de corrida” é buscado no site *Hagah*⁴ há retorno de 36 empresas que oferecem esse serviço em Porto Alegre. Conforme já foi

⁴ Busca por “grupo de corrida”. Disponível em: <<http://www.hagah.com.br>>. Acesso em: 24 out., 2012.

relatado anteriormente, há crescimento expressivo do número de grupos de corrida em diversas cidades do Brasil. Abaixo é colocado o quadro com os principais itens citados pelos entrevistados.

Tabela 3 – Produtos e serviços de corrida consumidos

Produto/Serviço	Nº de entrevistados que já consumiram / pensam em consumir:
Tênis de Corrida	12
Provas de Corrida	11
Vestuário para Corrida	10
Itens de Mensuração	8
Grupo de Corrida	6
Revistas de Corrida	6
Mp3	5
Viagens para correr	2

Fonte: elaborado pelo autor

4.4.1 Tênis

É apontado como o principal item e também o principal investimento que deve ser feito para a corrida. Há o consenso, por parte dos entrevistados, que quem é corredor não pode correr com qualquer tênis, pois há o risco de se lesionar. Isso é descoberto logo quando se inicia a correr, como no caso do Entrevistado 2 que foi aconselhado por seu instrutor de academia a comprar um tênis exclusivo para a corrida.

Ele relata que corria com um tênis que não possuía amortecedor e que começou a sentir dores no calcanhar. Desde que começou a correr também adquiriu o hábito de reservar trezentos reais para comprar um tênis “legal”. Nota-se a valorização de atributos funcionais do produto (amortecimento, maciez, peso).

A Entrevistada 1 também comprou um tênis específico para corrida e deixou de lado seu tênis antigo. Ela conta que o tênis antigo (foto esquerda abaixo) era muito duro, mas que achava bom, até que comprou um tênis específico para a corrida e sentiu uma grande diferença.

Figura 21 – Tênis utilizados para corrida (antigo e novo)



Fonte: entrevistada 1

Apesar de não serem corredores experientes, nota-se que todos conhecem modelos e marcas específicos de corrida. O Entrevistado 5 descobriu que podia “correr mais” quando comprou o tênis de corrida *Asics Kayano*: “Porque ele é um motorzinho, ele é meu motor.”. Ele acrescenta que se sentiu o “Cybercop” quando comprou o tênis. Justifica sua compra pelo fato de que com um tênis “meia boca” já começa a sentir dor no joelho quando corre.

Figura 22 – Asics Kayano



Fonte: entrevistado 5

A Entrevistada 9 tem vontade de adquirir um *Asics* pois “falam que é muito bom”, mesmo já possuindo dois pares de tênis para corrida *Mizuno*, os quais ela gosta demais. O Entrevistado 11 adquiriu o *Mizuno Prophecy*, que segundo ele, “é o tênis de corrida mais top que tem”. Ele comprou-o nos Estados Unidos por duzentos dólares, pois no Brasil pagaria mil reais. Ele teve que aposentar seu *Asics Kayano*, já que lhe dava bolhas nos pés.

Figura 23 – Mizuno Prophecy



Fonte: entrevistado 11

O Entrevistado 7 esperou o novo modelo de *Asics Nimbus* ser lançado para comprar o antigo com desconto. Ele conta que já é o terceiro modelo do mesmo tênis que ele compra.

Outra preocupação que os entrevistados estão atentos quando vão escolher um tênis de corrida é o tipo de pisada, como coloca a Entrevista 3:

Eu jamais pensei que eu fosse lá comprar um tênis que perguntasse se minha pisada era pronada, se era supinada, se era normal... Eu nem sabia disso assim. Era um tênis, vai lá e compra um tênis. Não! Tu tem que comprar o tênis adequado a tua passada.

A Entrevistada 10 conta que comprou um tênis não totalmente compatível com seu tipo de pisada. Quando correu em pista de concreto, em São Francisco, ficou lesionada, pois o tênis não lhe dava “estabilidade suficiente”.

4.4.2 Provas

De acordo com o calendário de corrida do site do Clube de Corredores de Porto Alegre (CORPA) em 2012, houve trinte e quatro corridas em Porto Alegre (esse número deve ser maior, já que o site da CORPA não contempla todas as corridas que acontecem). Sendo que cada ano tem cinquenta e duas semanas, há 0,65 provas em média por semana em Porto Alegre. Essa média não está longe do que descreve a Entrevistada 3: “Eu não sabia que existiam tantas provas, mesmo aqui em Porto Alegre. É um número absurdo! Todo final de semana tem uma prova. Se tu quiseres, tu pode participar de todas as semanas.”.

O Entrevistado 11 diz que já participou de “dezenas” de corridas. Em seu Facebook divulgou uma foto, que mostra suas conquistas.

Figura 24 – Medalhas de provas de corrida

Fonte: Facebook do entrevistado 11

Praticamente todos os entrevistados já participaram de alguma prova. Apesar de ser uma competição, muitos destacam que participam para superar a si mesmo. Esses eventos servem como estímulo para melhorar o tempo, ou simplesmente completar a distância pretendida, conforme já foi colocado no item “Superação”.

O Entrevistado 2 acha muito “bacana” a ideia de participar de um evento com milhares de pessoas. O Entrevistado 7 destaca o clima envolvente de uma prova: “Toda vibe da corrida, que eles preparam todo o ambiente, te dão iogurte, pão integral, Gatorade, frutas, botam música, um monte de gente pilhada de manhã.”.

A preparação para que seja possível participar dessas provas exige dedicação nos treinos. O Entrevistado 8 diz que ficou chateado por não ter conseguido cumprir à risca seus treinamentos antes de uma prova. A Entrevistada 10 vislumbrando sua próxima corrida diz que “precisa” comprar um tênis pra não ficar “doída”.

Principalmente antes da estreia na primeira prova há certa ansiedade por parte dos entrevistados. A Entrevistada 4 não conseguiu nem dormir na noite anterior. Ela conta que correu muito mais rápido do que planejava, por causa da sua empolgação e que diminuiu bastante seu tempo. Essa empolgação faz com que os corredores busquem seu melhor desempenho nas provas.

Por isso, muitos entrevistados descrevem que a melhor corrida foi numa prova. O Entrevistado 5 afirma que foi muito marcante quando participou de um

circuito na praia e que na metade da prova já estava “morto”. Apesar disso, ele conseguiu terminar a prova sem caminhar.

Figura 25 – Prova de corrida na praia



Fonte: Facebook do entrevistado 5

Para a Entrevistada 9 uma das corridas mais memoráveis foi uma prova que ocorreu à meia noite. Apesar de estar cansada por ter trabalhado o dia inteiro e da ameaça de tempestade que se aproximava, ela e o marido foram correr. Mesmo havendo vários compromissos no dia seguinte, ela conta que foi muito emocionante ter participado desse evento.

4.4.3 Vestuário

Apesar da corrida exigir apenas um short, uma camiseta e um par de tênis, como foi colocado por Dallari anteriormente, os entrevistados revelam que adquiriram diversos itens de vestuário para corrida. O Entrevistado 5 reconhece que é possível correr com qualquer tipo de roupa (ou até mesmo sem ela). Entretanto, não utilizar uma roupa adequada para a corrida atrapalha o desempenho: “É bom tu ter uma camiseta que transpira assim [...] tu ter uma camiseta mais pesada, te prejudica assim, te dá um desgosto de rendimento. [...] Mas se tu não quiser, tu pode correr pelado, que funciona também.”.

A Entrevistada 1 utilizava blusas de algodão quando começou a correr. Ela conta que no inverno suava e ficava com frio, até que seu professor indicou que comprasse roupas exclusivas para a corrida. A Entrevistada 9 também comprou uma camiseta que não deixasse ela gelada e permitisse transpirar por causa do suor. A Entrevistada 3 adquiriu uma camiseta térmica quando chegou o inverno através do

seu grupo de corrida. Além disso, comprou top, calça, bermuda e a camiseta do grupo. Camiseta do grupo e shorts de corrida também passaram a fazer parte do armário da Entrevistada 4.

O Entrevistado 2 utilizava calções de surf, pois seu estilo de vestir é “surf”. Depois que começou a correr, comprou um “calçãozinho bacana da Nike” que é mais leve do que seu antigo calção. O Entrevistado 8 utilizava seu calção de futebol para correr, mas logo percebeu que os calções de corrida eram diferentes. Ele já comprou dois calções e pensa em comprar mais dois porque “tem sido pouco”.

A Nike também faz parte da preferência da Entrevistada 6: “Porque é muito confortável, as roupas deles. As meias parece que não tem nada nos pés.”. O Entrevistado 5 prefere as camisetas da Adidas e da Nike, mas para ele essas são marcas esportivas “gerais”, enquanto que Asics e Mizuno são especializadas em corrida.

Interessante notar que diferentemente dos tênis (segmento que Asics e Mizuno se destacam) a Nike é uma referência para vestuário de corrida. O Entrevistado 11 já praticava diversos esportes antes de correr. Ele afirma que Nike e Adidas já faziam parte do seu vestuário: “Sempre gostei de bastante coisa da Adidas, da Nike. O meu estilo de se vestir é mais esportista e tal, mas Asics e Mizuno entraram na minha vida mais quando eu comecei a correr.”. Nesse sentido, o fato da Nike não ser considerada como detentora dos melhores tênis de corrida, possibilitou que Asics e Mizuno encontrassem um nicho que vêm crescendo significativamente no Brasil.

4.4.4 Itens de mensuração

Mesmo os corredores mais iniciantes possuem interesse em saber a cada treino: o tempo, a distância percorrida, as calorias queimadas e em alguns casos a frequência cardíaca. Diversos produtos buscam satisfazer esse desejo: relógios com GPS, chips que vão no tênis, frequencímetros, cronômetros. O Entrevistado 12 revela que um grande objeto de desejo de corredores é o relógio com GPS. Ele conta que já foi perguntado algumas vezes sobre o seu relógio no local que pratica corrida. O Entrevistado 7 gosta bastante de correr com um cronômetro, pois assim ele sabe qual tempo faz cada volta.

A Entrevistada 1 comprou pela internet o chip “Nike+” para monitorar seus treinos. Depois de adquirir o chip, notou que precisava do tênis da Nike para utilizar com o chip. Comprou também o tênis, mas ainda não sincronizou o chip com seu Iphone.

O Entrevistado 5 utiliza o aplicativo do Iphone “Nike Running” pra contabilizar “direitinho” seus esforços. Ele ainda ressalta as funcionalidades do aplicativo: “Contar pros amigos, aquela coisa toda, que eu consigo 3km hoje e estava em São Leopoldo e fiz o trajeto tal.”.

A Entrevistada 10 diz que precisa correr com o Iphone por causa do aplicativo que mensura seu esforço. Ela está pensando em adquirir um relógio da Nike com GPS o que dispensaria o uso do aplicativo, mas como ela precisa de música pra correr precisaria de um mp3: “Se for usar aquele relógio, tem que ter um Ipod pra escutar música, que o relógio não toca música.”.

Mesmo com o uso desses aparelhos, com o interesse de medir a frequência cardíaca, adquiriu também o frequencímetro. Esse é um item que também não pode faltar pra Entrevistada 6 nas suas corridas. Como pode ser visualizado na mensagem enviada ao pesquisador, que segue abaixo, o Entrevistado 2 tem o interesse de adquirir no curto prazo um frequencímetro:

Figura 26 – Interesse em adquirir frequencímetro



Fonte: elaborado pelo autor

4.5 FUTURO EM RELAÇÃO À CORRIDA

Todos os entrevistados têm o interesse de continuar praticando corrida no futuro. O Entrevistado 2 e a Entrevistada 4 fazem questão de ressaltar que é um esporte que não prioriza a competição, e portanto, o desejo deles é manter o estilo de vida saudável. Ir além dos limites físicos em busca de maior desempenho é considerado risco de se lesionar e não poder mais correr por determinado tempo.

O Entrevistado 8 acredita que só estará correndo no futuro se continuar correndo hoje. Ele ressalta que com o passar dos anos vai ficando mais difícil, pois, o corpo vai perdendo a capacidade de se “adaptar”. O Entrevistado 7 mesmo sendo jovem, acha que não tem como postergar uma rotina de treinos regulares: “Eu não quero chegar aos 30, sendo um cara medíocre fisicamente.”.

A Entrevistada 1 já imaginou seu futuro em relação à corrida quando fosse idosa. A corrida será uma forma dela se manter independente: “Não quero ser sedentária, que as pessoas precisem cuidar de mim.”. A Entrevistada 9 também tem vontade de estar correndo com o marido quando chegar na terceira idade. Já a Entrevistada 10, faz questão de declarar a vontade de incentivar os filhos (que ainda não possui) a praticar corrida.

O Entrevistado 12 conta que um dos exemplos que busca seguir é de seu sogro. Ele passou por uma cirurgia de transplante de fígado aos 67 anos, se recuperou e voltou a correr. O fato de estar correndo com essa idade já é admirável, mas o fato de ter se recuperado de um procedimento médico invasivo com essa idade é motivo de grande orgulho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto no capítulo anterior, devem ser feitas algumas constatações sobre o que foi encontrado no estudo. A primeira é que só é possível ter conhecimento dos reais impactos que a prática de uma atividade traz, através do contato com pessoas que a experienciam “na pele”. Essa proximidade facilita o entendimento do porquê uma atividade como a corrida pode ser considerada fonte de significado para a vida das pessoas e uma “força poderosa” da sociedade, conforme trazido por Schouten e McAlexander (1995).

Dallari (2009) coloca que, embora a corrida tenha sido “democratizada” recentemente e tenha se consolidado como esporte “fashion” há apenas uma década, os significados atuais relacionados à prática de corrida ainda resguardam a celebração dos tempos antigos e heroicos. O sentimento de superação e a vontade de ir mais longe são motivos de orgulho para os entrevistados.

Esse sentimento também é criado pelas limitações impostas no início do desenvolvimento da atividade. Foi necessário vencer a preguiça, a falta de fôlego, a vontade de desistir, as lesões e o excesso de peso para correr. As dificuldades reforçam a imagem (percebida antes de começar a correr) de um esporte que traz sofrimento com sua prática. Essa percepção só é modificada com a maior frequência de treinos, momento em que se começa a notar os resultados proporcionados pela corrida.

Apesar de haver conhecimento disponível a cerca dos diversos benefícios (físicos, emocionais e sociais) trazidos pela corrida, conforme trazido por Silva (2009) e Lima (2007), não se imaginava que esses representariam mudanças tão radicais de comportamentos dos entrevistados. Alguns buscavam na corrida apenas a solução para problemas de saúde, em especial o excesso de peso, situação grave em Porto Alegre, onde mais da metade dos adultos estão acima do peso ideal, segundo dados da VIGITEL (2011). Outros entrevistados começaram a utilizar a corrida como válvula de escape para problemas pessoais.

A corrida adquire, então, o caráter de ser o contrapeso das tensões existentes no dia a dia que as próprias pessoas criam, conforme trazido por Elias (1992). Elas são resultado dos males da sociedade moderna: falta de tempo para se cuidar, excesso de trabalho, estresse no trânsito, falta de exercício e alimentação

inadequada. Por consequência, esses fatores contribuem para aumento do índice das principais causas de óbito no Brasil, derrame e infarto do miocárdio, segundo dados do Globo Repórter (2012).

Comparando o que foi encontrado no estudo com os motivos para começar a correr numa matéria vinculada pela Runners World (2012), verificou-se que nem todos àqueles apontados pela revista são conhecidos ou importantes para os corredores. Controlar a acne, proteger a vista, melhorar o desempenho sexual, ter ossos mais fortes, diminuir sinais de envelhecimento, ajudar a parar de fumar, não ter limitação do clima e prevenir câncer não são benefícios citados por nenhum entrevistado. Caberia acrescentar a essa lista impactos nem sempre tão perceptíveis, tais como: maior felicidade, mudança de alimentação, melhora do humor e dos relacionamentos interpessoais.

De maneira geral, as pessoas que começaram a correr são mais felizes do que eram antes de encontrar a corrida em suas vidas. Não só isso, mas também encontraram uma forma de lidar com suas frustrações. Diversos casos foram relatados em que a corrida foi extremamente importante para dar a “volta por cima”: problemas com bebida alcoólica, depressão, morte de algum ente querido, tratamento de câncer, excesso de peso, processo de separação da esposa, perda de gravidez e transtorno de ansiedade.

A corrida ajudou a enxergar que era possível superar esses problemas, assim como é necessário se superar no momento da corrida para ir mais longe. O acesso a essas informações se deve principalmente pela inspiração na técnica ZMET, que permitiu trazer à tona aspectos subjetivos e íntimos dos entrevistados, o que contribuiu significativamente para o estudo.

Antes da coleta de dados já se imaginava que a corrida impactava a vida das pessoas de alguma forma, conforme trazido no referencial teórico, principalmente referente ao consumo materiais esportivos. No entanto, não havia na literatura alguma indicação de que a corrida pudesse causar uma mudança tão radical no modo de viver.

Na visão dos entrevistados, os impactos, consequentes da realização da corrida, para o dia a dia são evidentes: mais disposição, melhor relacionamento com pessoas próximas, menos estresse, maior capacidade de lidar com os problemas cotidianos, vontade de melhorar a qualidade da sua alimentação, maior autoestima e valorização do próprio corpo. Essas transformações acabam transparecendo para

outras pessoas que convivem com os entrevistados e modificando o modo como elas os percebem. Em especial, deve ser ressaltado que começa a existir certa admiração pelo fato de cumprirem uma rotina de treinos frequentes.

Se tratando dos itens de consumo dos corredores constatou-se que os tênis, as provas, itens de vestuário e mensuração são os principais produtos e serviços adquiridos por causa da corrida. Conseqüentemente, tipo de pisada, calendário de provas, camisetas tecnológicas, medição do “pace” e dos batimentos cardíacos começam a fazer parte do cotidiano dos entrevistados. Mais do que apenas produtos e serviços, esses itens contribuem para a criação das mudanças ocasionadas pela corrida. Medir a distância percorrida com um frequencímetro serve para auxiliar o corredor a ver seu progresso. Participar de uma prova faz com que o corredor se esforce para ter o melhor desempenho possível. Comprar o tênis com amortecimento especial significa conseguir ir mais longe.

Há a percepção de que diante da melhora de qualidade de vida das pessoas que começaram a correr, elas não se importam (tanto) em adquirir produtos de valor elevado relacionados à corrida. Pelo contrário, afirmam que gostariam de ter mais dinheiro para poder comprar tudo que gostariam.

O sentimento de superação somado as outras emoções ligadas à corrida fazem com que as pessoas tenham o desejo de estar correndo no futuro. O que pode impedir que isso aconteça são as lesões, decorrentes da prática. Um entrevistado que estava impedido de praticar corrida em função de uma torção no tornozelo afirmou que se encontrava numa “caverna escura”.

Para finalizar, a corrida pode ser comparada a uma forma de terapia. A terapia tem como característica um resultado que deve ser benéfico para seu paciente. A corrida se mostrou benéfica para todos os entrevistados, nas mais diversas circunstâncias pessoais. É através dela que as pessoas voltam a acreditar que é possível modificar o rumo de suas vidas a seu favor.

5.1 LIMITAÇÕES DO MÉTODO ADOTADO

O tipo de pesquisa, bem como os instrumentos adotados para sua execução, apresentam a limitação de impossibilidade de inferência dos dados coletados para a população, visto que foram escolhidos instrumentos qualitativos que permitissem maior aprofundamento no entendimento dos sentimentos envolvidos com a corrida de rua. A inspiração na técnica ZMET foi de grande auxílio para facilitar o surgimento de metáforas e para alcance do objetivo do estudo. Em um caso específico as imagens coletadas não foram de grande valia para os resultados, apesar da entrevista ter proporcionado dados relevantes.

O método utilizado exigiu alto envolvimento dos informantes e maior tempo para a coleta de dados. Apesar da grande parte dos participantes estar engajada para participar do estudo, algumas entrevistas tiveram que ser canceladas ou remarçadas. Foi fundamental contatar mais pessoas do que realmente era necessário para a pesquisa e para a saturação do conteúdo.

Outra limitação é a flexibilidade para o recrutamento dos participantes da pesquisa, já que não é possível estender o conteúdo das entrevistas para todos os perfis de corredores porto alegrenses. Ainda pode ser levada em conta a interferência do pesquisador sobre a análise dos dados, por ele também estar inserido no meio de corredores. A fim de minimizar essa limitação, foram tomados os devidos cuidados em relação aos procedimentos utilizados para coleta e análise de dados.

REFERÊNCIAS

ABIR. Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas. **BNA Brasil Relatório 2011**: Consumo de todas as bebidas comerciais 2005-2010. Disponível em: <pt.scribd.com/doc/76685634/Relatorio-ABIR-201> Acesso em: 01 de maio de 2012.

ALBRECHT, Cristian Freire. **Além da Carne Assada sobre Brasas: os elementos da experiência de consumo do churrasco**. 2010. 152 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BASTOS, Flávia da Cunha; PEDRO, Mário Antônio Dawid; PALHARES, Juliana Meirelles. **Corrida de rua: análise da produção científica em universidades paulistas**. Revista Mineira de Educação Física, Vicososa, MG, v.17, n.2, p.76-87, jul. 2009.

BELK, Russel W. Are we what we own? In: BENSON, A. **I shop, therefore I am: compulsive buying and the search for the self**. Northvale: Jason Aronson, 2000.

BELK, Russel W. **Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing**. Cheltenham, UK. Edward Elgar, 2006.

BITTENCOURT, Fernando Gonçalves. **Esboço sobre algumas implicações do futebol e da copa do mundo para o Brasil**: identidade e ritos de autoridade. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Campinas, v. 30, n.3, p. 173 – 189, maio. 2009.

BLACKWELL, Roger D.; ENGEL, James F.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

BRASIL. Ministério da Saúde. **VIGITEL 2011** - Vigilância de Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/MinSaude/apresentao-i-vigitel-2011>> Acesso em: 30 de abril de 2012.

CAILLAT, M. **Sport et civilization**: histoire et critique d'un phénomène social de masse. Paris: L'Harmattan, 1996. 120 p.

COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO. **Jogos Panamericanos**. Disponível em: <http://www.cob.org.br/brasil_jogos/home.asp> Acesso em: 24 de abril de 2012.

CORPA. **Calendário 2012 atualizado**. Disponível em: <<http://www.corpa.esp.br/3101Calend%C3%A1rio%202012.pdf>> Acesso em: 25 de out. de 2012.

CORPORE. **Estatísticas**. Disponível em: <http://www.corpore.org.br/cor_corpore_estatisticas.asp> Acesso em: 29 de nov. de 2012.

COSTA, Filipe C.; SCALETSKY, Celso Carnos; FISCHER, Gustavo Daudt. **Design de experiência e corrida de rua: um estudo sobre a construção de experiências de consumo**. In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Blücher e Universidade Anhembi Morumbi, 2010. Disponível em: <<http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/artigos/69348.pdf>> Acesso em: 19 de maio de 2012.

CROWE HORWATH RCS. **Running e a Indústria do Esporte no Brasil**. Março, 2010. Disponível em: <http://www.rcsauditores.com.br/port/analises/esporte/running_marc2010.pdf>. Acesso em 21 de março de 2012.

D'ANGELO, André. **Cultura e consumo: apanhado teórico e reflexões para o ensino e a pesquisa de marketing e administração**. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 27. Atibaia, 2003. **EnANPAD 2003**. Atibaia: ANPAD, 2003. 1 CD-ROM.

DALLARI, Martha Maria. **Corrida de rua: um fenômeno sociocultural contemporâneo**. Dissertação de doutorado. USP – Universidade de São Paulo, 2009.

DELLOITE. **Legados dos Jogos Olímpicos**. Disponível em: <<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Assets/Documents/DeloitteOlympicsMajorEventsReport.pdf>> Acesso em: 24 de abril de 2012.

DELLOITE. **Muito além do futebol**: Visões e práticas do brasileiro sobre esportes. Disponível em: <<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Assets/Documents/Estudos%20e%20pesquisas/PesquisaMuitoAlemFutebol.pdf>> Acesso em: 22 de abril de 2012.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia & Administração**. Campinas: Alínea, 2004.

DUHIGG, Charles. **The power of habit**. Why we do what we do in life and business. Nova York: Random House, 2012. 257 p.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **A busca da excitação**. Lisboa: Difel, 1992. 421 p.

EXAME. **Correr aumenta o desejo sexual, diz estudo**. Julho, 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/saude/noticias/correr-aumenta-o-desejo-sexual-diz-estudo>> Acesso em: 26 de julho de 2012.

EXAME. **Número de academias dobra em três anos no Brasil**. Março, 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/numero-de-academias-dobra-em-tres-anos-no-brasil>> Acesso em: 24 de abril de 2012.

FELICIDADE. In: **DICIONÁRIO Michaelis**. Disponível em: <www.uol.com.br/michaelis>. Acesso em: 28 nov. 2002.

FERREIRA, Vanessa Alves; MAGALHAES, Rosana. **Obesidade e pobreza: o aparente paradoxo.** Um estudo com mulheres da Favela da Rocinha, Rio de Janeiro, Brasil. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 21, n. 6, Dec. 2005.

FIESP. **Brasil Food Trends 2020:** Pesquisa Nacional Fiesp/IBOPE sobre o Perfil do Consumo de Alimentos no Brasil. Disponível em: <<http://www.brazilfoodtrends.com.br>> Acesso em: 26 de abril de 2012.

FLICK, Uwe (coord.). **Análise de Dados Qualitativos.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOLHA.COM. **Corrida de rua, 2º esporte mais popular do Brasil, movimentará R\$ 3 bilhões ao ano.** Setembro, 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/798420-corrída-de-rua-2-esporte-mais-popular-do-brasil-movimenta-r-3-bi-ao-ano.shtml>> Acesso em: 27 de março de 2012.

G1.COM. **Confira dicas para reduzir o risco de hipertensão.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2012/04/confira-dicas-para-reduzir-o-risco-de-hipertensao.html>> Acesso em: 26 de abril de 2012.

GAZETA DO POVO. **Curitiba é a 5.ª grande cidade mais arborizada do Brasil.** Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=1258917&tit=Curitiba-e-a-5-grande-cidade-mais-arborizada-do-Brasil>> Acesso em: 16 out., 2012.

GLOBO REPÓRTER. **Doenças cardiovasculares são a principal causa de morte no mundo.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2012/04/doencas-cardiovasculares-sao-principal-cao-de-morte-no-mundo.html>> Acesso em: 16 de maio de 2012.

HIRSCHMAN, Elizabeth C; HOLBROOK, Morris B. **The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feeling and Fun.** Journal of consumer research. v.9, n.2, 1982, p. 137.

IBOPE. **Brasileiros não acreditam que saneamento é prioridade nas eleições municipais.** Disponível em:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortallIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=D82422D3BA91FCBE83257A070041AB06> Acesso em: 25 de maio de 2012.

KOEHLER, Tiago Heinen. **“Stoked”**: Os valores da cultura de consumo surf e sua influência no comportamento de compra. 2006. 76 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEKSRISOMPONG, Chantip. **Brand congruity and purchase intentions of runners**. 2010. 202 f. Dissertação (Doutorado em Filosofia) - North Carolina State University, 2010.

LIMA, Renata Pereira. **A fantasia de atleta no imaginário de corredores amadores**: Análise do papel das marcas esportivas na construção da imagem de participantes de grupos de corrida. 2007. 114 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. Tradução Nilvado Montingelli Jr. e Alfredo Alves de Farias. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MCCRACKEN, G. **Culture and consumption: new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities**. Bloomington: Indiana Press University, 1988.

NIADA, Aurea Cristina Magalhães. **Hierarquia de metas do consumidor de tênis de corrida para diferentes níveis de autoconexão com a marca**. 2011. 183 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

NOAKES, T. **Lore of running**. 3 edição. Champaign: Leisure Press, 1991. 804 p.

OLIVEIRA, Saulo Neves de. **Lazer Sérió e Envelhecimento: loucos por corrida**. 2010. 102 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. **Definição de saúde**. Disponível em: <<http://www.who.int/about/definition/en/print.html>> Acesso em: 01 de maio de 2012.

ROSSI, Carlos Alberto Vargas; HOR-MEYLL, Luis Fernando. **Explorando novas trilhas na pesquisa do consumidor**. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 25., Campinas 2001. EnANPAD 2001. Campinas: ANPAD, 2001. CD-ROM.

RUNNERS WORLD. **Dê uma pausa**. São Paulo: Abril, n.44, jun. 2012. 33 p.

RUNNERS WORLD. **Eu corro**. São Paulo: Abril, n.42, abr. 2012. 94 p.

RUNNERS WORLD. **Me dê motivos**. São Paulo: Abril, n.48, out. 2012. 68 p.

RUNNERS WORLD. **O corredor hi-tech**. São Paulo: Abril, n.45, jul. 2012. 49 p.

RUNNERS WORLD. **Pé no chão**. São Paulo: Abril, n.44, jun. 2012. 67 p.

RUNNERS WORLD. **Vem correr**. São Paulo: Abril, n.41, mar. 2012. 42 p.

SALGADO, José Santos, CHACON-MIKAHIL, Mara Patrícia. **Corrida de rua: análise do crescimento do número de provas e de praticantes**. CONEXÕES, Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, Campinas, v. 4, n. 1, 2006.

SANTOS, Ângela Maria Medeiros Martins et al. **Esportes no Brasil: situação atual e propostas para desenvolvimento**. Banco Nacional de Desenvolvimento. 2005.

SCHOUTEN, John W.; McALEXANDER, James H. **Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers.** Disponível em: <<http://classes.bus.oregonstate.edu/winter-07/ba492/Subcultures%20of%20Consumption.pdf>> Acesso em: 25 de março de 2012.

SEGALEN, M. **Les Enfants d'Achille et de Nike** – Une ethnologie de la course à pied ordinaire, Tradução livre, Paris, Éditions Métailié, 1994.

SILVA, Mario Serio Andrade. **Corra:** Guia completo de corrida, treino e qualidade de vida. São Paulo: Editora Academia de Inteligência, 2009.

SIMON, Stacy. **Psychological Factors Associated with T-Shirts and Runners.** 1995. 183 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Temple University Philadelphia, 1995.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CARDIOLOGIA. **Cartilha do coração.** Disponível em: <<http://prevencao.cardiol.br/BIBLIOTECA/cartilha.asp#>> Acesso em: 26 de abril de 2012.

TERRA.COM.BR. **Policiais de Londres acima do peso poderão ter cortes no salário.** Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/noticias/0,,OI5666990-EI8142,00-Policiais+de+Londres+acima+do+peso+poderao+ter+cortes+no+salario.html>> Acesso em: 15 de maio de 2012.

TUBINO, Manoel. **O que é esporte.** São Paulo: Brasiliense, 1993.

VIGITEL, B. **Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico.** 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/MinSaude/vigitel-2011-i-diabetes>> Acesso em: 15 de maio de 2012.

WEINECK, J. **Biologia do Esporte.** São Paulo: Manole, 1991.

WOODRUFF, Robert B; GARDIAL, S. F. **Know your costumer. New approaches to understanding costumer value satisfaction.** USA: Blackwell Business, 1996.

YALOURIS, N. **Os Jogos Olímpicos na Grécia Antiga:** Olímpia antiga e os Jogos Olímpicos (Superv.). Tradução Luiz Alberto Machado Cabral. 1ª edição. São Paulo: Odysseus Editora, 2004. 334 p.

ZALTMAN, Gerald. **How Customers Think:** Essential Insights into the Mind of the Market: A summary of the original text. Audio-Tech Business Book Summaries; volume 12; fev 2003.

ZERO HORA.COM. **Hábito de correr torna-se um estilo de vida.** Fevereiro, 2012. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/donna/noticia/2012/02/habito-de-correr-torna-se-um-estilo-de-vida-3653934.html>> Acesso em: 20 de março de 2012.

APÊNDICE A – INSTRUÇÕES AOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

Como a corrida de rua mudou sua vida?

Durante a próxima semana tire fotos ou busque qualquer tipo de figura (gravuras, fotos, desenhos ou outro tipo de imagem) que possa representar **como a prática da corrida de rua mudou a sua vida**, nos mais diversos aspectos. Para a coleta de imagens **(de 6 a 10)** busque lembrar de **sentimentos, pensamentos e outras sensações** envolvidas na prática da corrida de rua. Se necessário, anote como se sentiu no processo de coleta de imagens.

Importante: você pode trazer qualquer tipo de imagem, menos imagens de pessoas correndo. Use a criatividade para expressar o que o assunto representa para você.

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

1. Estilo de vida e contexto

- a. Origem: cidade, família, infância e juventude, lembranças marcantes.
- b. Ocupação: o que faz, tipo de empresa, sentimento em relação ao trabalho, atividades realizadas.
- c. Residência: com quem mora, onde mora.
- d. Lazer: o que faz com tempo livre, atividades e hobbies, descrever final de semana típico, o que gostaria de fazer mais e não faz.
- e. Atividades físicas e saúde: cuidados com alimentação, hobbies associados, histórico de atividades físicas, lembranças marcantes.
- f. Demográficas: idade, estado civil, classe social.

2. ZMET - Como a corrida de rua mudou sua vida?

- a. [Narração] Por que você escolheu cada uma dessas fotos? O que cada uma representa?
- b. [Imagens sensoriais] Imagine que você está dentro desta imagem: o que você sente? Que cheiro está sentindo? Se estivesse tocando uma música, qual seria? O que você vê? Que sensação física você tem (tato)?
- c. [Imagem mais representativa] Para você, qual dessas imagens é a mais importante entre todas que você trouxe? O que ela representa?
- d. [Imagens faltantes] Você tinha alguma imagem em mente que não conseguiu encontrar? Como ela seria? Por quê ela era importante? O que representa?
- e. [Vinheta] Pense em todas as imagens que você trouxe e no que elas representam. Tente montar um filme com todas elas representando o que você pensa sobre o tema.

3. Perfil corredor

- a. Antes de começar a correr, como você encarava a prática de corrida?
- b. O que te motivou a começar a correr? Quais (quem) foram as influências?

- c. Houve limitações/barreiras para começar a correr? Quais foram?
- d. A corrida modificou o modo como você acha que as pessoas te percebem? De que forma?
- e. Há algo que te impede de correr, hoje? O quê?
- f. Há algo que te favorece de correr, hoje? O quê?
- g. Como foi tua última corrida? Com que frequência tu corre?
- h. Qual a melhor corrida que você já deu? E qual foi a pior?
- i. Tu tem algum objetivo em relação à corrida? Qual seria? Por que ele é importante na sua vida?
- j. Costuma praticar o esporte individualmente ou coletivamente? Se coletivamente, explorar participação de provas e grupos de corrida: quais já participou, e quais pretende participar. Como se sentiu/sente?
- k. Participação de provas e grupos de corrida: quais já participou, e quais pretende participar. Como se sentiu/sente?
- l. Como tu te vê no futuro em relação à corrida?

4. Corrida e Consumo

- a. Como você relaciona corrida e consumo?
- b. Quais são os itens indispensáveis na tua corrida?
- c. O que tu começou a comprar especialmente por causa da corrida?
- d. O que tu deixou de comprar especialmente por causa da corrida?
- e. Que outros hábitos de consumo tu achas que foram modificados por causa da corrida? (deixar espontâneo e depois estimular: roupas, alimentos, eventos, acessórios, entretenimento p. ex. canais de tv e revistas, influência em relação a outros hobbies p. ex. deixar de sair na noite, treinamento, outros esportes, etc.)
- f. Diante disso que a gente conversou, poderia me mostrar os objetos relacionados à corrida que tu tens em casa? (tirar foto)
- g. Tem uma marca em especial que tu vincules mais à corrida? Qual? Como essa influencia a tua prática de corrida?

5. Perguntas de fechamento

- a. Existe alguma questão que você teria perguntado sobre o tema e que eu talvez tenha deixado de fora?

b. Gostaria de acrescentar alguma coisa?

APÊNDICE C – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM, SOM DE VOZ, NOME E DADOS BIOGRÁFICOS

Eu, abaixo assinado e identificado, autorizo o uso de minha imagem, som da minha voz, nome e dados biográficos por mim revelados em depoimento pessoal concedido, além de todo e qualquer material multimídia nos quais participei, que venha a ser planejadas, criadas e/ou produzidas pelo Marco Bampi Stapassoli, brasileiro, detentor da célula de identidade número 1068491446, CPF: 019164950-36, residente de Porto Alegre-RS no endereço Rua Dr. Tauphick Saadi, 121/605, formando do curso de Administração pela UFRGS 2012-02, destinadas a produção do trabalho de conclusão do curso de Administração, sobre os comportamentos de corredores em Porto Alegre.

_____ (cidade), ____ de _____ de 2012.

Assinatura

Nome:
RG Nº:
CPF Nº:
Telefone para contato:
Nome do Representante Legal (se menor):

ANEXO A – FIGURAS SOLICITADAS NO APÊNDICE A

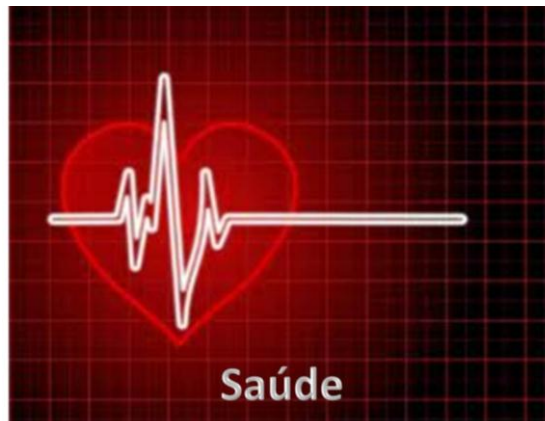
Figura 27 – Imagem 1 do Entrevistado 1



Vida, movimento

Fonte: Entrevistado 1

Figura 28 – Imagem 2 do Entrevistado 1



Saúde

Fonte: Entrevistado 1

Figura 29 – Imagem 3 do Entrevistado 1



Felicidade

Fonte: Entrevistado 1

Figura 30 – Imagem 4 do Entrevistado 1



Amor

Fonte: Entrevistado 1

Figura 31 – Imagem 5 do Entrevistado 1



Profundidade

Fonte: Entrevistado 1

Figura 32 – Imagem 6 do Entrevistado 1



Liberdade

Fonte: Entrevistado 1

Figura 33 – Imagem 7 do Entrevistado 1



Fonte: Entrevistado 1

Figura 34 – Imagem 8 do Entrevistado 1



Fonte: Entrevistado 1

Figura 35 – Imagem 9 do Entrevistado 1



Fonte: Entrevistado 1

Figura 36 – Imagem 1 do Entrevistado 2



Fonte: Entrevistado 2

Figura 37 – Imagem 2 do Entrevistado 1



Fonte: Entrevistado 2

Figura 38 – Imagem 3 do Entrevistado 1



Fonte: Entrevistado 2

Figura 39 – Imagem 4 do Entrevistado 2



Fonte: Entrevistado 2

Figura 40 – Imagem 5 do Entrevistado 2



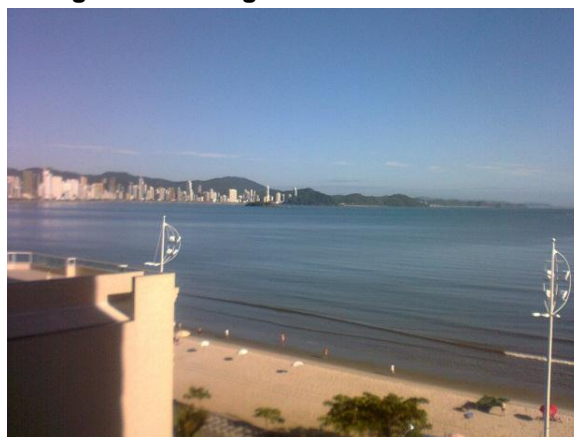
Fonte: Entrevistado 2

Figura 41 – Imagem 6 do Entrevistado 2



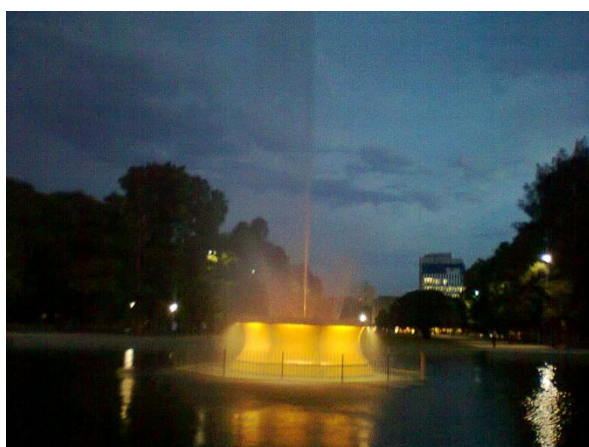
Fonte: Entrevistado 2

Figura 42 – Imagem 1 do Entrevistado 3



Fonte: Entrevistado 3

Figura 43 – Imagem 2 do Entrevistado 3



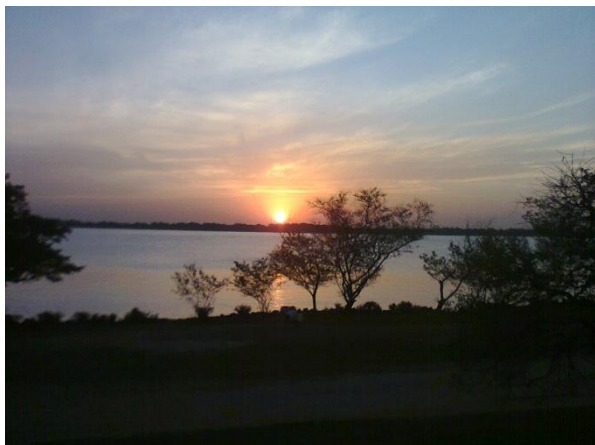
Fonte: Entrevistado 3

Figura 44 – Imagem 3 do Entrevistado 3



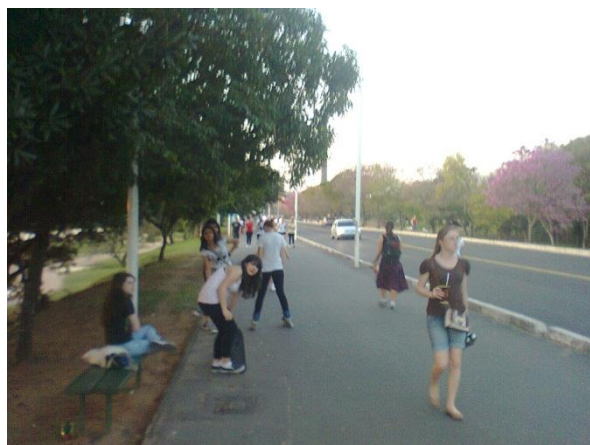
Fonte: Entrevistado 3

Figura 45 – Imagem 4 do Entrevistado 3



Fonte: Entrevistado 3

Figura 46 – Imagem 5 do Entrevistado 3



Fonte: Entrevistado 3

Figura 47 – Imagem 1 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 48 – Imagem 2 do Entrevistado 4



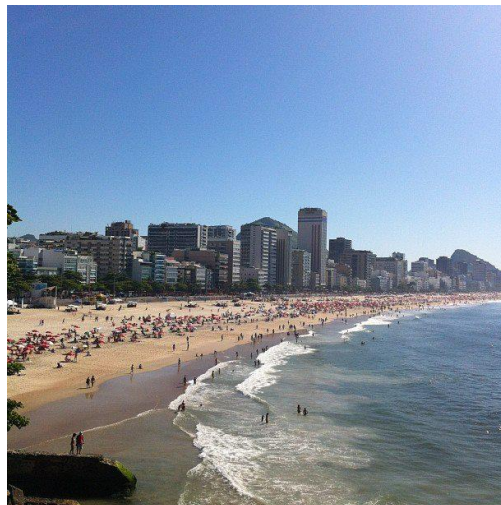
Fonte: Entrevistado 4

Figura 49 – Imagem 3 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 50 – Imagem 4 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 51 – Imagem 5 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 52 – Imagem 6 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 53 – Imagem 7 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 54 – Imagem 8 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 55 – Imagem 9 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 56 – Imagem 10 do Entrevistado 4



Fonte: Entrevistado 4

Figura 57 – Imagem 1 do Entrevistado 5



Fonte: Entrevistado 5

Figura 58 – Imagem 2 do Entrevistado 5



Fonte: Entrevistado 5

Figura 59 – Imagem 3 do Entrevistado 5



Fonte: Entrevistado 5

Figura 60 – Imagem 4 do Entrevistado 5



Fonte: Entrevistado 5

Figura 61 – Imagem 5 do Entrevistado 5



Fonte: Entrevistado 5

Figura 62 – Imagem 1 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 63 – Imagem 2 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 64 – Imagem 3 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 65 – Imagem 4 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 66 – Imagem 5 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 67 – Imagem 6 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 68 – Imagem 7 do Entrevistado 6



Fonte: Entrevistado 6

Figura 69 – Imagem 1 do Entrevistado 7

Fonte: Entrevistado 7

Figura 70 – Imagem 2 do Entrevistado 7

Fonte: Entrevistado 7

Figura 71 – Imagem 3 do Entrevistado 7

Fonte: Entrevistado 7

Figura 72 – Imagem 4 do Entrevistado 7

Fonte: Entrevistado 7

Figura 73 – Imagem 5 do Entrevistado 7

Fonte: Entrevistado 7

Figura 74 – Imagem 6 do Entrevistado 7

Fonte: Entrevistado 7

Figura 75 – Imagem 7 do Entrevistado 7



Fonte: Entrevistado 7

Figura 76 – Imagem 8 do Entrevistado 7



Fonte: Entrevistado 7

Figura 77 – Imagem 9 do Entrevistado 7



Fonte: Entrevistado 7

Figura 78 – Imagem 1 do Entrevistado 8



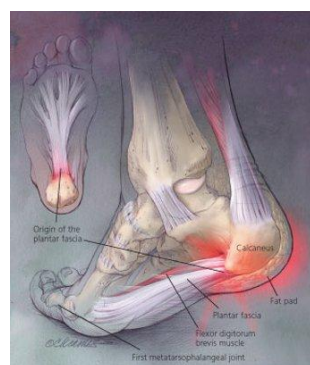
Fonte: Entrevistado 8

Figura 79 – Imagem 2 do Entrevistado 8



Fonte: Entrevistado 8

Figura 80 – Imagem 3 do Entrevistado 8



Fonte: Entrevistado 8

Figura 81 – Imagem 4 do Entrevistado 8



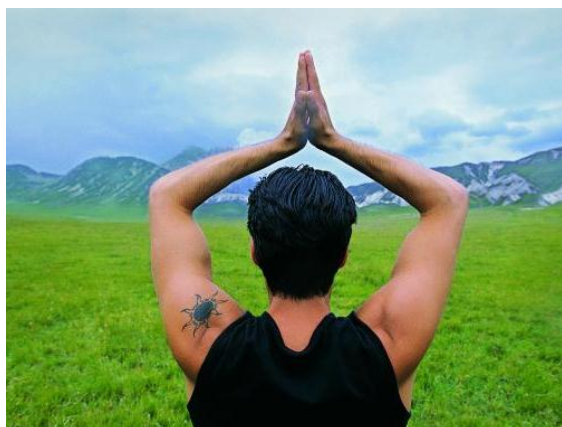
Fonte: Entrevistado 8

Figura 82 – Imagem 5 do Entrevistado 8



Fonte: Entrevistado 8

Figura 83 – Imagem 6 do Entrevistado 8



Fonte: Entrevistado 8

Figura 84 – Imagem 7 do Entrevistado 8



Fonte: Entrevistado 8

Figura 85 – Imagem 1 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 86 – Imagem 2 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 87 – Imagem 3 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 88 – Imagem 4 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 89 – Imagem 5 do Entrevistado 9



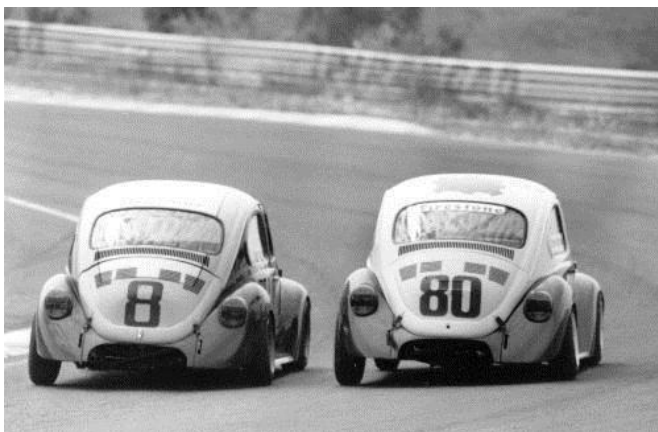
Fonte: Entrevistado 9

Figura 90 – Imagem 6 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 91 – Imagem 7 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 92 – Imagem 8 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 93 – Imagem 9 do Entrevistado 9



Fonte: Entrevistado 9

Figura 94 – Imagem 1 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 95 – Imagem 2 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 96 – Imagem 3 do Entrevistado 10



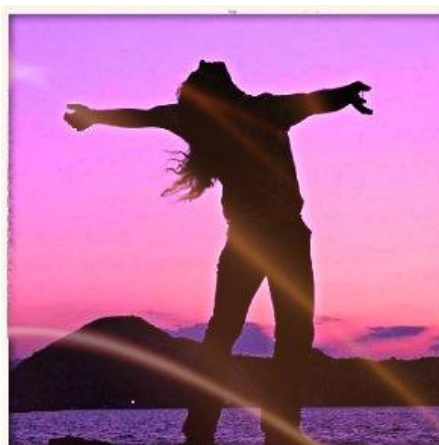
Fonte: Entrevistado 10

Figura 97 – Imagem 4 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 98 – Imagem 5 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 99 – Imagem 6 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 100 – Imagem 7 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 101 – Imagem 8 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 102 – Imagem 9 do Entrevistado 10



Fonte: Entrevistado 10

Figura 103 – Imagem 1 do Entrevistado 11



Fonte: Entrevistado 11

Figura 104 – Imagem 2 do Entrevistado 11



Fonte: Entrevistado 11

Figura 105 – Imagem 3 do Entrevistado 11



Fonte: Entrevistado 11

Figura 106 – Imagem 4 do Entrevistado 11



Fonte: Entrevistado 11

Figura 107 – Imagem 5 do Entrevistado 11



Fonte: Entrevistado 11

Figura 108 – Imagem 1 do Entrevistado 12



Fonte: Entrevistado 12

Figura 109 – Imagem 2 do Entrevistado 12



Fonte: Entrevistado 12

Figura 110 – Imagem 3 do Entrevistado 12



Fonte: Entrevistado 12

Figura 111 – Imagem 4 do Entrevistado 12



Fonte: Entrevistado 12

Figura 112 – Imagem 5 do Entrevistado 12



Fonte: Entrevistado 12

Figura 113 – Imagem 6 do Entrevistado 12



Fonte: Entrevistado 12