



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração

AMANDA MONTEIRO DE GÓIS

**A INTERAÇÃO ENTRE AS SUBCULTURAS DE CONSUMO:
APRENDIZAGEM E MUDANÇAS DE VALORES PESSOAIS.**

Brasília – DF
2016

AMANDA MONTEIRO DE GÓIS

**A INTERAÇÃO ENTRE AS SUBCULTURAS DE CONSUMO:
APRENDIZAGEM E MUDANÇAS DE VALORES PESSOAIS.**

Projeto de monografia apresentado ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Doutor Diego Mota Vieira

Professora Co-orientadora: Mestra Olinda Maria Gomes Lesses

Brasília – DF

2016

AMANDA MONTEIRO DE GÓIS

**A INTERAÇÃO ENTRE AS SUBCULTURAS DE CONSUMO:
APRENDIZAGEM E MUDANÇAS DE VALORES PESSOAIS.**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da
aluna

Amanda Monteiro de Góis

Diego Mota Vieira
Professor-Orientador

Olinda Maria Gomes
Professora-Coorientadora

Fernanda Boto Paz
Aragão
Professor-Examinador

Luiz Medeiros de
Araújo Neto
Professor-Examinador

Roque Magno de
Oliveira
Professor-Examinador

Brasília, 04 de fevereiro de 2016

AGRADECIMENTOS

Na finalização deste ciclo que me trouxe tanta sabedoria, gostaria de fazer um agradecimento à vida. A vida que me fez nascer numa família tão peculiar e cheia de amor, a qual possibilitou a conquista em me graduar na Universidade pela qual tenho tanto apreço. A vida que colocou pessoas muito especiais em meu caminho, as quais sempre me deram e dão suporte em tudo que preciso, seja nos momentos de dificuldade ou nas maiores alegrias. Este trabalho é composto por partes de cada uma delas, sejam eles meus familiares, amigos, professores, entrevistados e até pessoas que passaram no meu caminho apenas para dar uma simples contribuição durante esses anos de Universidade de Brasília. Em falar nela, não posso deixar de agradecê-la. Apesar da grande vontade de concluir essa graduação para explorar outros mundos, essa arquitetura com cara de modernismo brasiliense vai me deixar uma imensa saudade.

RESUMO

Devido a complexidade de análise do comportamento do consumidor da atualidade, com suas decisões de consumo influenciadas por fatores como cultura, emoções, crenças e hábitos diários, é importante avaliar a influências dos valores pessoais em grupos de consumo de interesse em comum. As categorizações básicas dos estudos para traçar o perfil de comportamento dos consumidores já não atendem as expectativas necessárias para classificar padrões de consumo, pois não conseguem esclarecer atitudes e decisões subjetivas do indivíduo. Dentro deste contexto, é possível avaliar a existência de similaridade dos valores pessoais entre duas subculturas de consumo considerando seus processos de interação e aprendizado.

O que direciona o objeto de estudo dessa pesquisa, que tem como tema a análise da interação e aprendizagem entre duas subculturas de consumo, no que tange aos valores pessoais que constituem os indivíduos de cada uma delas. Para isso, foram eleitos dois subgrupos de consumo do esporte: a subcultura A, formada por indivíduos que praticam corrida, e a subcultura B, formada por indivíduos que praticam o ciclismo, ambas compostas por atletas residentes no Distrito Federal. O trabalho possui abordagem metodológica de natureza qualitativa sob a luz da teoria de Valores Pessoais de Schwartz, derivada do sistema de valores de Rokeach. Quanto aos fins ele é classificado como descritivo, utilizando entrevistas semiestruturadas em profundidade para a coleta de dados. Os resultados indicam que os membros das subculturas não são totalmente. e influenciados pelos mesmos valores pessoais e que a interação entre os grupos é restrita de forma sutil ao ambiente da prática esportiva.

PALAVRAS-CHAVE: Subcultura de consumo, valores pessoais, Consumo no esporte, interação de subculturas.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
1.1	Formulação do problema	9
1.2	Objetivo Geral	9
1.3	Objetivos Específicos	10
1.4	Justificativa.....	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1	Comportamento do consumidor	11
2.2	A relação entre cultura e consumo.....	12
2.3	Subculturas de Consumo	14
2.4	Valores Pessoais	16
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	19
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	19
3.2	Caracterização do lócus de estudo	20
3.3	Sujeitos da Pesquisa.....	21
3.4	Instrumentos e procedimentos de coleta dos dados da pesquisa.....	23
3.5	Procedimentos de análise dos dados	24
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	25
4.1	Subcultura de consumo dos corredores.....	25
4.1.1	Hábitos dos corredores	25
4.1.2	Valores pessoais dos corredores	26
4.1.3	Comportamento dos corredores	29
4.2	Subcultura de consumo dos ciclistas	31
4.2.1	Hábitos dos ciclistas.....	31
4.2.2	Valores dos ciclistas.....	33
4.2.3	Comportamento dos ciclistas	34
4.3	Interação entre as subculturas de consumo.....	36
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	39

REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICES.....	44
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	44
APÊNDICE B – IMAGENS COLETADAS	49
ANEXOS	52
ANEXO A – FIGURA 2 - BLOCO DE ANÁLISE DOS HÁBITOS DOS CORREDORES	53
ANEXO C – FIGURA 4 - BLOCO DE ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DOS CORREDORES.....	56
ANEXO D – FIGURA 5 - BLOCO DE ANÁLISE DOS HÁBITOS DOS CICLISTAS ..	58
ANEXO E – FIGURA 6 - BLOCO DE ANÁLISE DOS VALORES DOS CICLISTAS .	59
ANEXO F – FIGURA 7 - BLOCO DE ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DOS CICLISTAS.....	60

1 INTRODUÇÃO

Os consumidores, principal fonte de combustível do Marketing, carregam em suas decisões de consumo características como cultura, emoções, crenças e hábitos que determinam, ou ao menos, possuem grande influência sobre seu comportamento. Dentre esses aspectos, temos os valores pessoais de cada indivíduo, os quais compõem parte do direcionamento adotado no processo de compra de determinados grupos.

O comportamento de consumo deixou de ser um processo simples nas últimas décadas, e por isso, para avaliar o processo, tornou-se fundamental identificar e compreender os fatores culturais que embasam as decisões do consumidor. Esses aspectos necessitam ser compreendidos e considerados na formulação das estratégias de Marketing, para que assim se obtenha sucesso nas relações entre cliente e mercado, onde se satisfaçam as necessidades e desejos dos consumidores no ato de aquisição de produtos.

Durante esse processo, é importante avaliar quais fatores pessoais e culturais ocasionam a motivação de compra, principalmente em grupos de indivíduos de interesses comuns, avaliando quais forças do meio terão mais influência sobre os mesmos.

As categorizações básicas dos estudos para traçar o perfil de comportamento dos consumidores já não atendem as expectativas necessárias para classificar padrões de consumo, pois não conseguem esclarecer atitudes e decisões subjetivas do indivíduo. Quando ocorre a identificação dos fatores que formam esse conjunto e a assimilação do seu impacto no comportamento de compra, é possível constatar a sua participação em uma Cultura de Consumo, e subsequentemente, em uma Subcultura de Consumo, quando avaliados diferentes círculos de consumidores (KOEHLER, 2006).

Uma cultura de consumo consiste em um subgrupo distinto da sociedade que se autosseleciona com base em ideias, pensamentos e a uma classe particular de produto, marca ou atividade de consumo. Portanto, quando se realiza uma imersão de conhecimento sobre os valores e as características de uma Cultura de Consumo, inicia-se uma importante etapa para a compreensão do comportamento

de consumo dos indivíduos que dela fazem parte (SCHOUTEN & MCALEXANDER, 1995, KOEHLER, 2006).

Dentro deste contexto, é possível avaliar a existência de similaridade dos valores pessoais entre duas subculturas de consumo considerando sua interação e aprendizado. O que direciona o objeto de estudo dessa dissertação.

1.1 Formulação do problema

O presente trabalho tem como tema o processo de interação e aprendizagem entre duas subculturas de consumo, no que tange aos valores pessoais que constituem os indivíduos de cada uma delas. Para isso, foram eleitos dois subgrupos de consumo do esporte: a subcultura A, formada por indivíduos que praticam corrida, e a subcultura B, formada por indivíduos que praticam o ciclismo. Ambas compostas por indivíduos residentes no Distrito Federal.

Uma cultura de consumo pode ser responsável por grande parte da formação do direcionamento de compra dos indivíduos que a compõem, e conseqüentemente, pela composição de aspectos culturais e valores dos mesmos.

Desta forma, o estudo em questão visa responder o seguinte questionamento: *“Como a interação entre duas subculturas de consumo afeta o processo de aprendizagem e mudanças de valores pessoais dos indivíduos inseridos em seu meio?”*.

1.2 Objetivo Geral

Descrever o processo de interação e aprendizagem entre duas subculturas de consumo compreendendo como os valores pessoais influenciam os indivíduos dentro do processo.

1.3 Objetivos Específicos

- Identificar como se estruturam os valores pessoais presentes em uma subcultura de consumo.
- Descrever o processo de aquisição e compartilhamento de valores em uma subcultura.
- Descrever os espaços de interação e aprendizagem entre duas subculturas de consumo.
- Verificar a existência de interação entre duas subculturas de consumo.

1.4 Justificativa

Foram comprovadas evidências de que a personalidade influencia o consumo dos indivíduos, desta forma a análise desses valores no consumo tem importância científica e gerencial (MONTEIRO et. al, 2008). Assim, pode ser utilizada como uma ferramenta para a construção de estratégias que acompanham as novas tendências do mercado para as subculturas apresentadas e para o estudo das forças que devem integrar as estratégias traçadas.

A consequência desse estudo é contribuir para a lacuna existente na literatura sobre o tema subculturas de consumo, a qual ainda é muito grande no Brasil (SERPA; AVILA, 2006), atestando se existe interação e aprendizado entre duas subculturas de consumo do esporte em relação aos seus valores pessoais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O capítulo a seguir apresenta conceitos de importância fundamental para o entendimento do objeto de pesquisa abordado nesse estudo.

2.1 Comportamento do consumidor

De acordo com Solomon (2011) o comportamento do consumidor se define como o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos. Compreende-se necessidade como um motivo biológico básico e desejo como o modo que a sociedade foi direcionada para satisfazer tal necessidade. Ou seja, a necessidade é previamente existente.

Já a Associação Americana de Marketing define o comportamento do consumidor como uma interação dinâmica entre aspectos afetivos e cognitivos, comportamento e ambiente, através dos quais os indivíduos realizam negociações durante o decorrer das suas vidas. Desta forma, é possível afirmar que existe certo dinamismo nesse processo, pois há uma grande influência de interações e trocas culturais que ocorrem devido às mudanças sociais nos quais os indivíduos estão inseridos. Com a existência desse dinamismo, as empresas precisam de inovação em ciclos cada vez mais curtos e contínuos, para que as estratégias de satisfação das necessidades e desejos dos consumidores sejam atendidas através de novos produtos, novas versões, novos conceitos e novas marcas (PETER & OLSON, 2005).

Essa visão é reforçada por Boone & Kurtz (2006), ao levantar os principais influenciadores do comportamento do consumidor apontados nos fatores descritos a seguir:

a) Fatores sociais: são aqueles representados pelo conjunto de valores, atitudes e condutas que delimitam as normas de comportamento. Eles exercem influência sob os membros dos grupos e sob aqueles que ainda desejam fazer parte

dos mesmos. Outros fatores desse agrupamento que afetam o comportamento de compra são as disparidades de status entre os indivíduos de um grupo e a conduta esperada. Logo, no campo de fatores sociais, o marketing deve compreender quatro aspectos: influência do grupo sob um membro, ponto de vista dos formadores de opinião, referências do grupo e classe social.

b) Fatores culturais: são aqueles representados pelos valores, preferências, crenças e predileções de gerações anteriores. Eles são responsáveis por implementar um padrão para quais formas os indivíduos irão satisfazer suas necessidades. Logo, no campo de fatores culturais, o marketing deve compreender, analisar e adaptar suas estratégias à cultura, considerando as particularidades de cada região.

c) Fatores familiares: são os fatores de maior importância, pois possuem condutas e regras próprias que variam de acordo com cada família. A estrutura familiar vem sofrendo mudanças muito significativas com o passar do tempo. Antigamente, o homem era visto como o provedor de recursos e como principal decisor no processo de compra, porém, com a ascensão da mulher no mercado de trabalho, a realidade das famílias mudou bastante, modificando assim o papel do decisor. Além disso, as crianças e adolescentes passaram a obter uma crescente participação nas decisões de compra. Logo, no campo de fatores familiares, o marketing deve analisar a família através das regras implementadas no ambiente familiar, nas decisões sintonizadas e no peso de influência dos decisores.

Após a exposição dos conceitos de comportamento do consumidor e cultura é possível notar que a cultura exerce uma grande influência no onde o indivíduo está inserido, afetando diretamente seu comportamento de consumo. Isso constrói uma relação direta entre os conceitos, a qual será abordada no tópico a seguir.

2.2 A relação entre cultura e consumo

A cultura pode ser idealizada como a personalidade da sociedade. Nela, estão inclusas tanto as ideias abstratas, como valores e ética, quanto objetos materiais e serviços, como automóveis, alimentos, roupas, arte e esportes, produzidos por uma

sociedade. A cultura é formada pelo acúmulo de significados, normas, rituais e tradições que são compartilhados por indivíduos dentro de um contexto social (SOLOMON, 2011).

De acordo com Solomon (2011), as escolhas de um consumidor não podem ser compreendidas se o contexto cultural em que foram realizadas não for levada em consideração, pois a cultura é uma espécie de lente pela qual as pessoas enxergam os produtos. Os efeitos da cultura são de extrema importância, pois a cultura do consumidor é quem determina as prioridades que o indivíduo confere a atividades e produtos e que define o sucesso ou fracasso de produtos e serviços específico. Um produto que oferece benefícios baseados nos valores de uma cultura específica possui muito mais chances de deslanchar no mercado para aquele segmento.

A relação entre o comportamento do consumidor e a cultura é uma via de mão dupla. De um lado, os produtos e serviços que se sintonizam com a prioridade de uma cultura em um certo momento possui muito mais chances de serem aceitos pelos consumidores. Por outro lado, o estudo de novos projetos e inovações no design de produtos que uma cultura produz com sucesso em um momento no tempo proporciona um panorama dos ideais culturais dominantes naquele período (SOLOMON, 2011).

A cultura pode ser compreendida de acordo com um aspecto geral (macrocultura) ou então mais específico (subculturas). A macrocultura se refere a valores e símbolos que se aplicam a maioria da sociedade. A subcultura se refere a valores e símbolos de um grupo específico, como grupos religiosos, étnicos ou outra subdivisão do todo, como por exemplo, os praticantes de esportes, que são apontados no estudo referido. (BLACKWELL; ENGEL; MINIARD, 2000, KOEHLER, 2006).

Na sociedade, todo complexo cultural é formado por diversas subculturas. Nestes grupos, seus membros possuem maior facilidade de socialização e se identificam com outros membros (KOTLER, 2000). As subculturas são segmentos que se destacam em um todo, sendo possível distingui-las através do formato e estrutura da sua matriz cultural e através dos valores que as compõem. Em resumo, as subculturas se definem como um grupo de indivíduos inseridos em uma macrocultura, por possuírem características desta cultura dominante, que

apresentam características exclusivas de um grupo segmentado com interesses comuns (KOEHLER. 2006).

2.3 Subculturas de Consumo

Schouten e McAlexander (1995), afirmam que as mais poderosas forças organizadas são as atividades e relacionamentos interpessoais associados, nos quais as pessoas empreendem seus esforços para assim compartilharem seus objetivos em comum. Os autores consideram fatores específicos que caracterizam as subculturas de consumo:

- Identificação;
- Estrutura hierárquica social;
- Ethos único;
- Conjunto de crenças e valores comuns;
- Jargões, rituais e modos de expressão simbólica próprios.

Os autores conceituam a subcultura de consumo como um subgrupo distinto da sociedade, onde os indivíduos se identificam com certos objetos, comportamentos, atividades de consumo, e através disso formam grupos de interesse comum, logo, as subculturas são culturas de grupos no interior de uma sociedade maior. As subculturas surgem, geralmente, em virtude dos movimentos espontâneos de uma cultura para formar culturas menores dentro de uma dominante.

De acordo com Eztel (2001), a presença das subculturas existe em toda sociedade e quando o comportamento dos indivíduos desses grupos começa a se traduzir em desejos de consumo, é possível dar início a segmentações de mercado por se tratarem de um novo público-alvo.

Solomon (2012) complementa um pouco mais a linha de raciocínio, apontando que todo consumidor pertence a várias subculturas dentro de uma sociedade, formando relações sistêmicas que compartilham valores e ideologias. Considerando este fator, compreende-se que as mutações culturais responsáveis pela formação de subculturas instigam a prospecção de novas oportunidades de

negócio, ou até mesmo, embarreiram o mercado, por isso seu estudo é muito importante para que a área de marketing possa criar estratégias segmentadas (EZTEL, 2001).

De acordo com Hooley e Saunders (2001), uma subcultura passa a ter importância para fins de mercado quando sua participação é relativamente duradoura e não temporária, considerando ainda que a subcultura tenha uma influência básica importante sobre as atitudes e comportamentos finais das pessoas que a compõem.

Cortés (2008) traz uma definição diferenciada e define subcultura como aspecto visual ou comportamento que distinga grupos diferentes.

Para que uma subcultura seja criada, de acordo com Hogg, Horne e Carmichael (1999), é necessário que um determinado grupo expresse uma necessidade de rompimento com a cultura dominante. Ainda de acordo com os autores, uma subcultura se desenvolve por três razões principais: resposta à uma adversidade, forma de referência compartilhada ou interação que promove barreiras e causa um distanciamento social entre grupos. As subculturas de consumo se caracterizam através de um segmento de identidade coletiva proveniente de uma cultura matriz que dispõe de características e variáveis culturais similares como valores, discurso, crenças, comportamento, vestimentas e palavreados próprios (KOEHLER, 2006).

Fazendo uso do objeto dessa pesquisa, conseguimos exemplificar essa dinâmica: na cultura dos consumidores esportistas teremos divisões de subculturas de consumo. O grupo em um todo possui valores pessoais condescendentes com o comportamento de um consumidor do esporte, entretanto, os valores não são necessariamente os mesmos ou possuem a mesma relevância para cada indivíduo. Na análise a ser realizada, dois grupos serão avaliados: Primeiramente a análise será realizada com a subcultura A, de indivíduos compostos por corredores. Em segundo, serão analisados os indivíduos da subcultura B, composta por ciclistas.

Em relação aos valores pessoais, as subculturas do estudo em questão serão avaliadas de acordo com os dez valores pessoais propostos como relevantes para Schwartz, os quais serão expostos no tópico seguinte desse estudo.

2.4 Valores Pessoais

Um valor representa “uma crença duradoura de que um modo específico de conduta ou estado definitivo de existência é pessoal ou socialmente preferível a um modo inverso ou oposto de conduta ou estado definitivo de existência” (Rokeach, 1973). Quando são internalizados pelo indivíduo, formam uma espécie de sistema onde cada valor é ordenado em prioridades em relação aos outros valores. A este fenômeno dá-se o nome de sistema de valores, o qual “organiza e aciona a entrada de informações das pessoas, regulam seus comportamentos, atitudes e geração de novas informações, bem como determinam suas preferências” (MEUCCI et. al, 2002).

Para Rokeach (1973), é importante enaltecer a diferença entre os conceitos valor e atitude. O mesmo atribui três diferenças entre os dois termos: Primeiramente, ele defende que o valor transcende objetos específicos e fatos, visto que as atitudes são diretamente ligadas aos dois. Em segundo plano, caracteriza o valor como um critério orientador de avaliações, justificativas de comportamento, preferências e comparações. Assim, afirma que todos os seres humanos possuem os mesmos valores pessoais, entretanto, o peso atribuído a cada um deles depende da escala de prioridades do indivíduo.

A estabilidade do sistema de valores pode ser contestada, visto que mudanças sociais e individuais ocorrem. Um estudo sobre a mudança do sistema de valores foi realizado por Brangule-Vlagsma (2002), ampliando a abordagem de segmentação de consumidores feita por Kamakura e Mazzon em 1991, a partir desse objeto foram encontrados resultados que demonstram que os valores pessoais são estáveis em grupo, mas o sistema de valores do indivíduo pertencente a esse grupo varia ao longo do tempo. Essa variação é oriunda das forças endógenas ao indivíduo resultantes de sua experiência e aprendizado e que atuam na formação dos seus valores, e das forças exógenas, tais como forças culturais, tecnológicas, choques econômicos, catástrofes e guerras, as quais podem afetar e mudar o sistema de valores de um ou mais segmentos da população.

Rokeach (1973) confere aos valores pessoais duas classificações: valores instrumentais (crenças que as pessoas possuem de que devem se comportar de maneira corajosa, responsável, honesta) e terminais (crenças na salvação, paz no

mundo e igualdade como estados finais de existência). Através dessa diferenciação entre valores instrumentais e terminais, da conceituação de um sistema de valores, pode-se dizer que os indivíduos possuem dois tipos de sistemas de valores, um instrumental e um terminal (ROKEACH, 1973).

Ainda sobre a teoria de valores, Schwartz e Bilsky (1987) realizaram estudos mais profundos e demonstraram a própria conceituação de valores: “valores são crenças sobre estados finais ou comportamentos desejados que transcendam situações específicas, guiam a seleção e avaliação de comportamentos e eventos e são ordenados pela sua importância”. Conceito similar ao de Rokeach, entretanto, os autores afirmaram que os valores pessoais são representações cognitivas de três tipos de necessidades humanas universais: necessidades biológicas, necessidade de interação social para coordenação interpessoal, e demandas sociais para o bem-estar e sobrevivência de um grupo.

Das três necessidades humanas apontadas por Schwartz e Bilsky, apresenta-se a derivação dos dez tipos motivacionais de valores: poder, conquista, hedonismo, estimulação, autodireção, universalismo, benevolência, conformismo, tradição e segurança (SCHWARTZ, 1994).

As pesquisas pioneiras de Rokeach (1968,1973) foram a base para a aplicação da teoria de valores à área de marketing. Posteriormente, Schwartz (1992) propôs uma teoria para mensuração de valores pessoais, baseada no aspecto motivacional dos valores, resultando em dez tipos motivacionais. Os valores formam um conjunto de motivações relacionadas, de acordo com a estrutura abaixo:

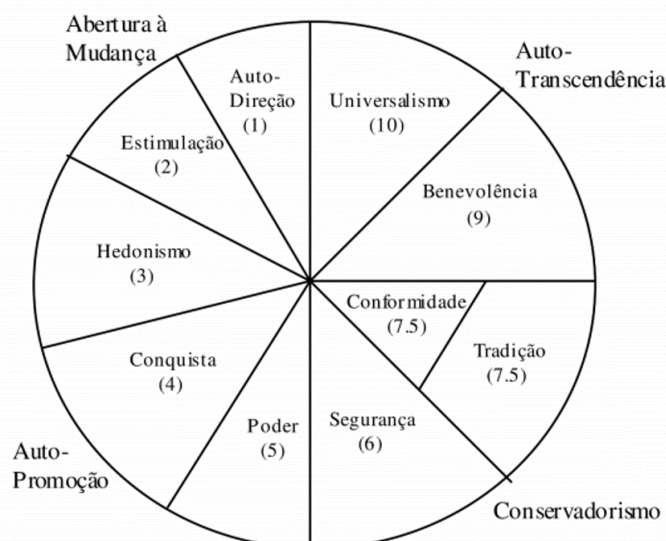


Figura 1 – Modelo teórico da estrutura da relação entre os 10 tipos motivacionais de valores

Fonte: Schwartz (1992)

Os componentes estruturais da teoria de valores explicam relação existente entre os dez valores, fazendo uma análise da dinâmica entre os mesmos, percebe-se que a busca de qualquer valor tem consequências conflitantes ou congruentes com a procura de outros (SCHWARTZ, 2001). Dessa forma, quanto maior a proximidade de dois valores em cada direção ao redor do círculo, maior a similaridade das suas motivações ocultas. Por outro lado, quanto maior a distância de dois valores ao redor do círculo, mais opostas serão suas motivações. Na tabela abaixo serão explicitados cada um dos dez valores, com o objetivo de apresentar as características específicas que possuem, conforme Schwartz (1992), Schwartz et al. (2001) e Schwartz (1996).

Quadro 1 – Definição dos 10 tipos motivacionais de valores e exemplo

Valores	Definição	Exemplo
Poder	Status social e prestígio. Controle e domínio sobre pessoas e recursos. Poder social, autoridade, riqueza.	Gosta de estar no comando e dizer às outras pessoas o que fazer. Gosta que as pessoas façam o que diz.
Conquista	Sucesso pessoal através da demonstração de competências, de acordo com os padrões sociais. Sucesso, capacidade, influência, ambição.	Ser bem-sucedido é muito importante para ele. Gosta de se destacar e impressionar as outras pessoas.
Hedonismo	Prazer e senso de gratificação por si mesmo. Prazer, aproveitar a vida.	Realmente quer aproveitar a vida. Desfrutar bons momentos é muito importante para ele.
Estimulação	Excitação, novidades e desafios na vida. Ousadia, uma vida "variada", excitante.	Procura por aventuras e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida excitante.
Autodireção	Pensamento independente e escolha de ação, criação, exploração. Criatividade, liberdade, independência, curiosidade, escolha de seus objetivos.	Acha importante estar interessado nas coisas. É curioso e procura entender de tudo.
Universalismo	Entender, apreciar, tolerar e proteger o bem-estar de todos e da natureza. Mente-aberta, sabedoria, justiça social, igualdade.	Considera importante que cada pessoa no mundo deva ser tratada com igualdade. Deseja justiça para todos, mesmo para quem não conhece.
Benevolência	Preservação e melhora do bem-estar das pessoas com quem se está em frequente contato pessoal. Esperança, honestidade, perdão, lealdade, responsabilidade.	Quer sempre ajudar as pessoas que lhe estão próximas. Considera importante cuidar das pessoas que conhece e gosta.
Tradição	Respeito, comprometimento e aceitação dos costumes e ideias que a cultura tradicional e religião estabelecem. Humildade, devoção, respeito pela tradição.	Considera importante fazer as coisas da maneira que aprendeu com a sua família. Quer seguir os costumes e as tradições.
Conformidade	Contenção de ações, inclinações e impulsos que possam aborrecer ou ferir os outros e violar expectativas e normas sociais. Polidez, obediência.	Acredita que as pessoas devem fazer o que a elas é dito. Acredita que as pessoas devem seguir regras todo o tempo, mesmo quando ninguém as está observando.
Segurança	Segurança, harmonia e estabilidade da sociedade, das relações e de si mesmo. Segurança familiar, ordem social, senso de pertencimento.	A segurança de seu país é muito importante. Quer que seu país esteja seguro de seus inimigos.

Fonte: Souza (2012).

Os dez tipos motivacionais de valores propostos por Schwartz serão utilizados como modelo conceitual desse estudo, sendo o centro da análise qualitativa dessa pesquisa.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

O capítulo seguinte visa descrever o método que operacionalizará este estudo.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Visto que o objeto desse estudo pretende analisar o processo de entre duas subculturas de consumidores do esporte para compreender o processo de aprendizagem e mudança dos valores pessoais dos mesmos, foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa. A pesquisa de natureza qualitativa é um instrumento ideal para trabalhos que necessitam interpretar as realidades sociais (BAUER, 2003), que estão inseridos no ambiente dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes (MINAYO, 2010).

O presente trabalho apresenta uma ambiguidade em relação a sua classificação no que tange ao objetivo da pesquisa, posicionando-se como uma pesquisa exploratória e descritiva. De acordo com Malhotra (2001), a pesquisa exploratória tem como objetivo prover critérios e compreensão e apresenta determinadas características: as informações são definidas ao acaso e o processo de pesquisa é flexível e não-estruturado. Geralmente é aplicado em amostras pequenas e não-representativas. Apresentando conclusões experimentais e, na maioria dos casos, um resultado já apresentado por outras pesquisas exploratórias ou conclusivas (OLIVEIRA, 2011).

De acordo com Gil (2008), as pesquisas descritivas possuem como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. Este tipo de estudo possui como principal objetivo o processo de descrever características de determinada população ou fenômeno ou, o estabelecimento de relações entre variáveis, o que se aplica ao objeto de estudo deste trabalho.

Geralmente usam-se técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário e a observação sistêmica.

A pesquisa realizada para o trabalho em questão ocorreu através de um processo de coleta dos dados realizado por meio de entrevistas em profundidade com roteiro semiestruturado, construído com base na literatura consultada.

3.2 Caracterização do lócus de estudo

De acordo com Engel, Blackwell e Miniard (2000), os valores pessoais são associações de crenças dentro de um grupo que são absorvidas individualmente por cada membro do mesmo. As normas são as crenças mantidas consensualmente pelo grupo com intuito de regulamentar o comportamento dos indivíduos. Neste contexto, temos a macrocultura, que compreende os valores e símbolos que se aplicam a toda a sociedade ou à maioria de seus cidadãos.

Um consumidor pode ser influenciado tanto pela macrocultura quanto pela microcultura ou subculturas, esta última representando os valores e símbolos de um grupo restrito como étnico, religioso ou outra subdivisão do grupo (ENGEL, BLACKWELL E MINIARD, 2000). Para a escolha do lócus dessa pesquisa foi necessário idealizar uma macrocultura que trouxesse a possibilidade de analisar as subculturas que a compõem, por isso o lócus do estudo referido é composto por consumidores da cultura do esporte.

De acordo com Solomon (2011), o comportamento do consumidor pode ser definido como o estudo dos processos que compõem determinados comportamentos do indivíduo ou do grupo quando os mesmos selecionam, compram, usam ou dispõem de produtos ou serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos. Essas informações obtidas nos estudos sobre os consumidores são de grande importância para as organizações, pois as mesmas possuem um importante papel no auxílio de definição de mercado de atuação e identificação de oportunidades e ameaças para uma empresa, além de garantir apelo de mercado e alertar sobre a necessidade de inovações no produto direcionado ao público estudado.

Os consumidores esportistas foram considerados a cultura principal de consumo avaliada nesse estudo. Este segmento de mercado vem acompanhado de uma gama de significados, não considerando somente a lógica de valor de uso ou de troca, mas sim uma forma do consumidor externar individualmente sua personalidade, ou então de demonstrar que faz parte de um grupo (SAUERBRONN, AYROSA, 2004).

O esporte não é tido somente como uma grande fonte de poder econômico e consumo em massa, ele é visto como um importante componente da sociedade no em relação as perspectivas sociais de lazer, saúde, integração, identidade de grupos e até mesmo de identidade nacional (SAUERBRONN, AYROSA, 2004).

A compreensão do comportamento do consumidor de artigos esportivos é altamente benéfica para a ascensão e desenvolvimento dessa indústria. A demanda das gerações por um estilo de vida saudável aliada a incessante busca pela melhor aparência física e o papel social do esporte como formador de grupos incentiva a cada dia que passa a busca pela prática do esporte (CARVALHO, 2005).

Considerando esse contexto, foram selecionados consumidores de duas subculturas que estão inseridas nesse meio com o fim de entender como os valores pessoais se comportam em cada subcultura de forma coletiva e individual e como se dá a interação entre ambas. As subculturas escolhidas foram as de corredores e de ciclistas, as quais serão descritas no tópico a seguir.

3.3 Sujeitos da Pesquisa

A população desse estudo consiste em indivíduos que fazem parte da macrocultura do esporte residentes na cidade de Brasília, que estão alocados em subculturas do esporte, com faixa etária diversificada (a partir de 18 anos) e diferentes classes econômicas. Primeiramente a análise foi realizada com a subcultura A, composta por indivíduos que praticam a corrida como esporte.

A corrida, um esporte bastante tradicional, continua atraindo muitos participantes, ainda mais com a alta exposição que a corrida de rua está recebendo da mídia. Em sua maioria, os praticantes do esporte não o procuram por modismo ou pela busca imediata de um corpo perfeito, na verdade, seu comportamento

apresenta a consciência em manter-se ativo e manter a saúde em dia (ALBUQUERQUE, 2007).

De acordo com Coelho (1997), os corredores possuem uma grande preocupação com os fatores saúde e qualidade de vida, buscando na corrida uma maneira de combater os sintomas causados, por exemplo, pelo estresse do trabalho e envelhecimento.

Em segundo lugar, foram analisados os indivíduos da subcultura B, composta por pessoas que praticam o ciclismo como esporte. A bicicleta vem ganhando visibilidade nos últimos anos, recebendo tanto destaque no cenário mundial que a Organização Mundial da Saúde incluiu em suas metas a promoção do seu uso (XAVIER; GIUSTINA; CARMINATTI, 2010). A valorização da bike vem ocorrendo por diversos fatores, tais como: crescimento da frota de veículos e aumento progressivo da poluição causada pela emissão de gases no trânsito (PEZZUTO, 2002), crescimento da consciência do bem estar e busca por atividades esportistas mais aprazíveis e interativas ((XAVIER; GIUSTINA; CARMINATTI, 2010; PEZZUTO, 2002).

Houve um grande crescimento do consumo de bicicletas do tipo mountain-bike, o que fez com que o pedal se tornasse mais popular e acessível, visto que o esporte contempla a diversidade dos seus praticantes (XAVIER; GIUSTINA; CARMINATTI, 2010). Outro fator em ascensão do esporte foi o surgimento de grupo de pedalada, que surgiram de movimentos espontâneos de praticantes do esporte para juntar membros com o mesmo interesse para a prática coletiva do esporte. De acordo com Pereira e Mota (2010), em uma observação desses grupos nas redes sociais, foi possível concluir que o grupo possui uma dinâmica de encontro em locais e horários pré-estabelecidos para realizarem um percurso de bicicleta, em geral, são grupos democráticos e acessíveis, abertos a qualquer pessoa, bastando que o indivíduo tenha uma bicicleta em posse. Os encontros costumam ser divulgados em uma rede de contatos e é comum que existam líderes para a organização dos grupos e eventos.

O objetivo foi a realização de nove entrevistas em profundidade com membros das duas subculturas. A abordagem dos entrevistados se deu através da marcação de encontros com pessoas conhecidas ou indicadas por conhecidos que fazem parte das subculturas para falar sobre a pesquisa através de uma entrevista semiestruturada em profundidade.

3.4 Instrumentos e procedimentos de coleta dos dados da pesquisa

A pesquisa qualitativa está inserida em um ambiente em contato direto com a fonte de dados, o que promove o contato direto e prolongado do pesquisador com o ambiente e o contexto que está sendo analisado por meio do trabalho intensivo de campo. A coleta de dados resulta necessariamente em dados descritivos, dessa forma, permitindo a obtenção de dados contundentes em relação a descrição dos sujeitos, contexto inserido, acontecimentos e documentos (OLIVEIRA, 2011).

O principal embasamento teórico da pesquisa consiste na Teoria de Valores Pessoais de Rokeach, que caracteriza o valor como um critério orientador de avaliações, justificativas de comportamento, preferências e comparações (ROKEACH, 1973. Para tal, foi utilizada para coleta de dados a entrevista individual em profundidade.

Os autores Cerro & Bervian (2002), apontam a entrevista como uma ferramenta chave o procedimento de coleta de dados. A dinâmica consiste em uma conversa realizada face a face pelo pesquisador junto ao entrevistado, orientada por um método para a realização de indagações baseadas no estudo realizado. Para pesquisas sociais, é uma técnica muito indicada, pois conseguem extrair informações subjetivas dos indivíduos analisados (GIL, 1999).

Existem três tipos principais de entrevistas: entrevistas estruturadas ou padronizadas, não estruturadas ou despadronizadas, semiestruturadas ou semipadronizadas. O último tipo costuma ser o mais utilizado, sendo orientado por um roteiro de perguntas para direcionar o pesquisador (LAVILLE & DIONNE, 1999).

A entrevista em profundidade foi construída de forma semiestruturada com seus questionamentos embasados nos 10 valores de Rokeach, dessa forma seria possível identificar, ou não, a presença dos valores deste modelo nos atletas e atestar a existência entre a similaridade dos valores entre as subculturas, verificando a existência de aprendizagem e interação entre as mesmas.

As entrevistas semiestruturadas são realizadas com base em um roteiro de perguntas abertas previamente escrito de acordo com as informações que se deseja

obter do entrevistado, de acordo com o referencial teórico, objetivos e hipóteses da pesquisa. O grande diferencial desse tipo de entrevista é que a forma de realizar as perguntas e a ordem dos questionamentos são feitos de acordo com a percepção do pesquisador em relação as características de cada indivíduo (LAVILLE & DIONNE, 1999; OLIVEIRA, 2011).

Esse procedimento foi escolhido por proporcionar uma certa liberdade para abordar o tema junto aos entrevistados e ao mesmo tempo manter a diretriz das indagações realizadas para o estudo.

O primeiro bloco da entrevista consistiu em uma dinâmica de perguntas e respostas. O roteiro das entrevistas possuía a mesma estrutura de questionamentos para as duas subculturas, o qual se encontra disponível no anexo I deste trabalho.

A partir deste discurso e do conjunto de respostas foi possível identificar algumas variáveis importantes para a análise do objeto de estudo apresentado.

3.5 Procedimentos de análise dos dados

A análise dos dados foi realizada a partir da aplicação dos 10 valores pessoais propostos por Schwartz com apoio teórico da Teoria de Valores Pessoais de Rokeach e a partir dos dados levantados nas entrevistas em profundidade, a qual obteve seu roteiro também direcionado pelos valores de Schwartz. As entrevistas em profundidade foram realizadas com a população supracitada no tópico anterior. A análise dos dados coletados foi feita a partir da transcrição das entrevistas realizadas, através de um quadro resumo no Microsoft Excel, com a montagem de um bloco comparativo de todas as respostas dos entrevistados, segmentado por subculturas. A partir desse quadro, foi realizada a análise das respostas apontando os principais pontos de cada uma delas buscando extrair as variáveis presentes no conteúdo com base nos objetivos traçados para o estudo em questão e na literatura consultada. A maior dificuldade encontrada no processo de entrevistas foi conseguir conciliar a agenda dos entrevistados. Por diversas vezes ocorreram remarcações ou desistências, isso prejudicou o procedimento de coleta por reduzir bruscamente o tempo de apuração do conteúdo e por acabar reduzindo o número de entrevistas planejadas em função da indisponibilidade de algumas pessoas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesse capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa em detrimento dos quatro objetivos elencados para o presente estudo, utilizando como embasamento teórico a revisão de literatura discutida no capítulo 2 e a análise das informações coletadas durante as entrevistas.

4.1 Subcultura de consumo dos corredores

Os sujeitos da subcultura da corrida foram compostos por cinco pessoas, de diferentes faixas etárias, mesma classe social, diferentes ocupações e escolaridade, em maioria, similar.

4.1.1 Hábitos dos corredores

Para a realização da análise dos hábitos da subcultura de corredores, foi feita uma seleção de um bloco específico de perguntas realizadas aos entrevistados, conforme demonstrado na figura 2, no anexo desse documento. Para a escolha deste bloco foram levadas em consideração as categorias que indicam a construção de hábitos do indivíduo da subcultura em questão, as mesmas foram levantadas a partir da análise central de cada questionamento, são elas: estilo de vida, ambiente, aptidões esportivas, benefícios do esporte, frequência de participações em competições, hábitos diários e hábitos do esporte.

Com isso, foi possível perceber que determinados comportamentos são recorrentes nos hábitos dos corredores, ao passo que outros são restritos a cada indivíduo. A análise está disposta no quadro seguinte:

Quadro 2 – Análise dos hábitos da subcultura de corredores

Categoria	Resultado	Valores de Rokeach	Exemplo
Estilo de vida	Saudável; Busca qualidade de vida;	Conquista e Hedonismo	Saudável, se alimenta bem, pratica exercícios físicos constantemente e tem um sono tranquilo, dorme bem. Faz coisas de certa forma, qualitativas. O hábito é saudável tanto na parte física quanto mental, considera ter uma boa qualidade de vida (entrevistado D).
Ambiente	Busca por lugares mais próximos da residência;	Não se aplica aos valores de Rokeach.	No Parque da Cidade ou perto de casa, no Lago Sul (entrevistado E).
Aptidões esportivas	Maioria pratica esportes em paralelo; Apenas um entrevistado não pratica outros esportes.	Autodireção e estimulação.	Futebol, natação (2 anos), academia. A corrida e a natação são os prediletos, a preferência entre os dois é equilibrada (entrevistado D).
Mudanças	Aumento da disposição; Ânimo; Saúde; Equilíbrio emocional; Auto-estima; Mudança física.	Autodireção, conquista e hedonismo.	Respiração melhor, harmonia no corpo e disposição. O corpo entra em um estado de espírito automático de funcionamento. Para a saúde, é uma mudança radical (entrevistado A)
Frequência em participações de competições	Participações altas, moderadas e baixas.	Estimulação e Hedonismo.	Várias, desde o 2º mês que começou a correr. Em média 20 corridas (entrevistado B).
Hábitos diários	Rotina impacta o esporte; Rotina adaptada para que o esporte seja feito;	Conquista e Hedonismo	Ultimamente tem sido difícil, mas normalmente, consegue malhar três vezes por semana, correr três vezes por semana e jogar tênis uma vez. Na verdade, esse é o ideal. O que acontece normalmente são três vezes academia e duas vezes a corrida durante a semana, quando consegue também corre aos fins de semana. O trabalho sobrepõe o esporte. Não possui grau de disciplina suficiente para organizar seus horários de trabalho e esporte (entrevistado C).
Hábitos do esporte	Gosta de ouvir música, em maioria; Prefere correr sozinho por causa do ritmo e dos horários; Gosta de correr acompanhado, mas não é a melhor maneira; Correr é um momento de reflexão ou relaxamento;	Autodireção, hedonismo e estimulação.	Existem momentos. Tem horas que prefere sozinho. Correr acompanhado é difícil por causa do ritmo, tem um amigo específico que é legal correr porque possui o mesmo ritmo. Em geral, é melhor correr sozinho porque você faz seu próprio ritmo (entrevistado B).

Fonte: Autor da pesquisa

4.1.2 Valores pessoais dos corredores

A análise que embasa a formação dos valores pessoais dos corredores segue o mesmo princípio da análise anterior, que também será seguida no próximo item analítico apresentado. Este bloco, em especial, tem maior relevância para o estudo realizado, pois, através dos resultados obtidos será possível dar início a observação incisiva sobre os dois primeiros objetivos traçados nesta pesquisa:

- Identificar como se estruturam os valores pessoais presentes em uma subcultura de consumo.

- Descrever o processo de aquisição e compartilhamento de valores em uma subcultura.

Para a realização da análise dos valores pessoais da subcultura de corredores, foi feita uma seleção de um bloco específico de perguntas realizadas aos entrevistados, conforme demonstrado na figura 3, no anexo desse documento. Para a escolha deste bloco foram levadas em consideração as categorias que indicam a construção de valores do indivíduo da subcultura em questão, as mesmas foram levantadas a partir da análise central de cada questionamento realizado durante as entrevistas, são elas: sentido da vida, representação de felicidade, auto realização, trabalho voluntário, conceituação de valores pessoais e a composição do eu em relação aos valores pessoais.

Após a construção de um quadro analítico levando em consideração as categorias citadas, é possível identificar a presença de valores recorrentes segundo a teoria de Rokeach ao abordar o tema. Os valores presentes são: poder, universalismo, conquista, hedonismo e benevolência.

Em se tratando do conceito de valores pessoais para os indivíduos, é possível notar que mesmo explicitando diferentes conceituações, o fim da definição é sempre similar. Os entrevistados acreditam que os valores pessoais existem para o fim de delimitar as relações interpessoais, direcionar suas ações e formar o caráter do ser. Admitindo que os valores são absorvidos de forma conjunta através do meio onde vivem, da criação recebida e de sua índole. Ao analisar o quadro seguinte, é possível obter uma melhor compreensão da organização desse pensamento:

Quadro 3 – Análise dos valores pessoais da subcultura de corredores

Categoria	Resultado	Valores de Rokeach	Exemplo
Sentido da vida	<p>Busca por sucesso; Ser um destaque; Viver a vida levemente; Tomar a vivência agradável; Deixar um legado positivo para herdeiros; Fazer o seu melhor para si e para o mundo; Busca por sucesso próprio e dos próximos; Contribuir para o bem do mundo; Ser feliz.</p>	<p>Poder, conquista, hedonismo, benevolência, universalismo.</p>	<p>Volta aos valores pessoais, a vida acaba tendo um objetivo que começa pela sobrevivência, quase uma pirâmide de Maslow. Busca fazer com que essa sobrevivência ocorra da forma mais agradável possível. É necessário trabalhar para sobreviver, então que o trabalho seja o mais prazeroso possível. Para todas as coisas que são feitas na vida, em tese obrigatórias ou convenções, faz o possível para que sejam agradáveis. A corrida é mais ou menos uma coisa como essa. Ela surgiu como uma necessidade, por precisar fazer um exercício físico, e acabou trazendo resultados positivos e que busca que seja o mais agradável (participando de provas ou comprando equipamentos para o estímulo). Busca levar a vida desta forma, para que ela seja mais leve. O sentido da sua vida mudou após o nascimento da sua filha neste ano, uma pessoa para quem dedica todo seu foco e energia para deixar um legado positivo, material e não-material. Hoje seu objetivo de vida é entregar a filha bem para o mundo (entrevistado B)</p>
Representação de felicidade	<p>Estar bem e cercado de pessoas boas; Ver sua filha crescer bem; Fazer o bem; Ser uma pessoa querida; Ajudar as pessoas; Ser uma pessoa melhor.</p>	<p>Universalismo, benevolência, conquista, hedonismo e poder.</p>	<p>Sensação de dever cumprido, sensação de fazer o bem, fazer o que é justo, ser querido pelas pessoas. Atingir seus objetivos, ajudar pessoas a atingirem seus objetivos. Conseguir ser uma pessoa melhor e ajudar alguém a ser melhor. Felicidade é eternamente ligada a uma sensação de melhoria. Dar o seu melhor para o mundo dentro daquilo que o ser humano tem capacidade. Um processo de auto-descoberta e melhoria (entrevistado C).</p>
Autorealização	<p>Traçar objetivos e alcança-los; Ser bem sucedido; Ser reconhecido; Ser feliz; Ajudar as pessoas; Ser produtivo; Construir uma estrutura de relacionamentos sólidos, ter um bom trabalho e saúde.</p>	<p>Poder, conquista, hedonismo, benevolência, universalismo.</p>	<p>Pegar um objetivo, firmar esse objetivo e chegar lá. Você não pode mudar seu objetivo o tempo inteiro, por mais que encontre dificuldades no caminho. Se você quer deve correr atrás, mesmo que demore. Auto-realização é conquistar o que você sempre quis, senão você não vai se sentir realizado, será sempre frustrado (entrevistado A).</p>
Trabalho Voluntário	<p>Gostaria de fazer mais por achar a sensação gratificante e por achar necessário; Sente um abalo psicológico por contato com realidades ruins; Acomodação, não busca essas ações, porém, participa ao ser acionado; Predisposição a trabalhos voluntários; Presença de senso de distribuição de recursos e igualdade social; Contribuição positiva para o mundo; Senso de solidariedade apurado.</p>	<p>Benevolência e universalismo.</p>	<p>Sim. Atualmente não, mas já participou. Acha que isso deve ser feito. Se tem muito mais recursos do que outras pessoas precisa fazer por outras, nesses últimos tempos estava lendo que está no topo da pirâmide econômica e ficou embasbacado, pois não fazia ideia que estava no terço superior da pirâmide. Achou isso assustador. Então, o mínimo que pode fazer é contribuir, o que entra na seara do humanismo. O entrevistado recentemente vendeu seu carro para usar outros métodos de transporte e indica que esse ato faz parte do mesmo processo. A questão não é por deixar de ter carro ajudou alguém, mas no momento em que se sentiu prisioneiro de um status decidiu vendê-lo. Quando você começa a querer ter coisas para que aquilo diga quem você é. Você não é o que você tem (entrevistado C)</p>
Valores pessoais - conceito	<p>Responsável pelo direcionamento de ações e formação do ser; Delimitador de relações;</p>	<p>Tradição, universalismo e benevolência.</p>	<p>Um conjunto de atributos que as pessoas herdaram, na maioria das vezes, por influência familiar e cultural, e outros que são consolidados durante a sua vida dependendo do meio em que você vive, do trabalho que você está, da classe social em que você está inserido. Isso vai moldando os seus valores. O principal é a base que você recebe, a herança recebida dos pais corresponde a mais de 50% da formação de seus valores (entrevistado D).</p>
Valores pessoais - composição do eu	<p>Justiça; Respeito; Ética; Bondade; Honestidade; Humanismo; Responsabilidade; Generosidade; Determinação.</p>	<p>Tradição, universalismo e benevolência.</p>	<p>Humanismo - acreditar nas pessoas, no aqui e agora, na capacidade de tentar ajudar as pessoas com os meios e ferramentas que temos, tentar fazer com que liberdade não ultrapase a liberdade de outro. É espiritual, acredita nas pessoas. "Faz o que te sentes vontade mas não perturbe aquilo que excita o seu vizinho". Não tentar impor os seus valores nas outras pessoas (Entrevistado C).</p>

Fonte: Autor da pesquisa

Durante a entrevista, os indivíduos foram indagados a respeito de qual seriam os valores pessoais que os compunham, exceto por um participante, as respostas chegaram a uma similaridade considerável. As palavras elencadas como

valores pessoais para a formação do ser foram: justiça, respeito, ética, bondade, humanismo, honestidade, responsabilidade, generosidade e determinação.

4.1.3 Comportamento dos corredores

A análise do comportamento da subcultura dos corredores seguiu o mesmo princípio das avaliações anteriores. Para a escolha deste bloco foram levadas em consideração as categorias que indicam a construção de hábitos do indivíduo da subcultura em questão, as mesmas foram levantadas a partir da análise central de cada questionamento, são elas: estímulo, frequência de competições, experiências, círculo de amizades, participação familiar, aquisição de produtos, métodos de compra, acompanhamento, auto percepção, aspectos de influência no consumo e percepção do ambiente.

Durante a realização da análise foi possível observar que neste bloco a relação dos valores de Rokeach se aplicou praticamente as categorias relacionadas a características pessoais do indivíduo, deixando uma lacuna em relação as categorias relacionadas ao estudo do comportamento de consumo. Os valores relacionados ao comportamento pessoal foram: hedonismo, estimulação, autodireção, segurança, universalismo e conquista.

Na construção do quadro analítico foi possível notar a diversidade de opiniões entre os entrevistados, principalmente no que tange aos aspectos de influência no consumo, auto percepção, métodos de compra e acompanhamento do esporte em grupos de corrida e redes sociais. O quadro a seguir expõe os pontos supracitados:

Quadro 4 – Análise do comportamento da subcultura de corredores

Categoria	Resultado	Valores de Rokeach	Exemplo
Estímulo	Passível de incentivo; Determinação; Individualidade; Necessidade do eu; Busca por saúde; Independência; Objetividade.	Hedonismo, estimulação e autodireção.	O clube de corrida do trabalho. Criou gosto por ver que a corrida apresentava resultado em equilíbrio emocional, descarregava bem, que era um momento em que estava sozinho e pensando. E mudança física. Quando você começa a ver resultado, isso sobe na escala de prioridade da vida (entrevistado B).
Mudanças	Saúde; Disposição; Aparência física; Conhecimento; Renovação de princípios.	Conquista, hedonismo e autodireção.	Disposição, ânimo, auto estima. Quando fica uma semana parado se sente enfadado e com vontade de praticar algum esporte (entrevistado D).
Frequência de competições	Baixas, médias e altas quantidades de participações.	Estimulação e hedonismo.	Várias, desde o 2º mês que começou a correr. Em média 20 corridas (entrevistado B).
Experiências	Objetivo cumprido; Contemplação da natureza; Satisfação; companheirismo; Cooperação; Desafio.	Conquista, hedonismo; Estimulação; Universalismo.	Meia maratona do Rio, a primeira vez. O dia estava lindo, o visual era maravilhoso e a sensação de conquista de vitória é indescritível. Por mais que a segunda tenha sido realizada em um tempo menor, a primeira foi mais marcante (entrevistado B).
Círculo de amigos	Independente do esporte.	Segurança.	Cerca de três amigos. Os amigos não são provenientes da corrida, mas acredita que os corredores em geral são uma espécie de irmandade. As pessoas são cercadas de cumplicidade e apoiam umas as outras. Percebeu isso durante a prova do Rio, quando havia um homem correndo a maratona e que não aguentava mais e os outros corredores o carregaram para a finalização do percurso não o deixando desistir, sendo que nem o conheciam. Não fez amigos correndo, mas acredita no espírito de companheirismo entre os atletas (entrevistado C).
Participação familiar	Participação existente e contínua; Não existe participação; Participação esporádica.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não, é a ovelha negra do esporte em sua família (entrevistado C). Sim, a mãe acompanha, no ritmo dela. Aproximação familiar desde quando era criança, mas agora tem um ritmo mais calmo. A corrida é algo que os une, pois viram um programa de família, depois da corrida costumam ir ao clube e almoçar juntos (entrevistado A).
Aquisição de produtos	Baixo consumo; Aquisição esporádica; Quando ativa, o consumo é constante.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Consome normalmente, mas como é um esporte muito barato ele não exige equipamentos muito caros. O que é muito caro é comprado poucas vezes (relógio com GPS, por exemplo). Gasta em média R\$1.500,00 por ano. Não consome com frequência. (entrevistado B).
Métodos de compra	Preferência pro compra em loja física; Preferência por compra fora do Brasil; Preferência por compra online; Preferência por compra em lojas físicas especializadas.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Tem comprado muito online. A maior parte do que comprou foi fora, mas com o dólar tão alto acredita que não terá o mesmo comportamento. Mesmo assim acredita que ainda valha a pena em alguns casos, em um tênis que pagou R\$450 reais fora deveria ter pago uma média de R\$900,00 no Brasil. Compra muito no mercado livre (entrevistado C).
Acompanhamento	Não faz parte de grupos; Não realiza acompanhamento em redes sociais; Participa de grupo de corrida; Participação não frequente; Acompanha poucas páginas em redes sociais; Quando ativa, já participou de grupos de corrida; Participação frequente; Grande interesse em informações sobre o esporte.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Ainda não faz parte, mas tem interesse. Acha que a motivação do grupo é bacana e interessante para o incentivo. Quando você possui foco numa causa se cercar de pessoas que tem o mesmo objetivo que você é excelente (entrevistado A).
Auto percepção	Está satisfeito, mas se cobra muito em relação a percepção da sociedade; Está satisfeito; Parcialmente, acredita que sua meta nunca será atingida pois não é mais possível; Atualmente não.	Conquista e conformidade.	Atualmente não, mas era. Está malhando muito para voltar ao seu corpo antigo por ter tido bebê recentemente (entrevistado E).
Aspectos de influência no consumo	Não se apega aos impactos socioambientais; Considera a qualidade, preço e acessibilidade da compra; Muito engajado na questão socioambiental; Leva em consideração a cadeia produtiva que trouxe o produto até a prateleira; Considera os fatores sociambientais, mas não é um impeditivo para a compra. O maior apego é a marca; Considera os fatores sociambientais, mas não é o primeiro fator que considera; Compra conforme necessidade.	Universalismo e poder.	Sendo bem franco, não possui a mínima preocupação em relação a responsabilidade social das empresas e os impactos ambientais causados. É uma coisa que sabe que deveria se preocupar mas não o atinge. Quando compra considera em primeiro lugar é qualidade, segundo é o preço e terceiro é a acessibilidade da compra (entrevistado B).
Percepção do ambiente	Brasília é um lugar propício para a corrida, mas pode melhorar.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Sim, você pode acordar a qualquer hora e vai ter alguém correndo. Brasília se reinventou nos últimos anos, está com muitas pessoas praticando esporte e com uma aura mais jovem. Brasília está com um espírito esportivo muito forte. As ciclovias deveriam melhorar, a infra-estrutura é ruim. Mesmo com essas condições, a população continua praticando esportes, pois isso é uma questão muito mais pessoal do que social (entrevistado A).

Fonte: Autor da pesquisa

4.2 Subcultura de consumo dos ciclistas

Os sujeitos da subcultura do ciclismo foram compostos por quatro pessoas, em sua maioria do sexo masculino, de diferentes faixas etárias, diferentes classes sociais, diferentes ocupações e escolaridade diversificada.

4.2.1 Hábitos dos ciclistas

Para a realização da análise dos hábitos da subcultura de ciclistas, foi feita uma seleção de um bloco específico de perguntas realizadas aos entrevistados, conforme demonstrado na figura 5, no anexo desse documento. Para a escolha deste bloco foram levadas em consideração as categorias que indicam a construção de hábitos do indivíduo da subcultura em questão, as mesmas foram levantadas a partir da análise central de cada questionamento, são elas: estilo de vida, ambiente, aptidões esportivas, benefícios do esporte, frequência de participações em competições, hábitos diários e hábitos do esporte.

Com isso, foi possível perceber que determinados comportamentos são recorrentes nos hábitos dos ciclistas, ao passo que outros são restritos a cada indivíduo, o que também se constatou durante a observação da subcultura dos corredores. Mas, ao comparar as duas subculturas, é possível enxergar que o público de ciclistas possui um comportamento mais conservador e regular. A análise está disposta no quadro seguinte:

Quadro 5 – Análise dos hábitos da subcultura de ciclistas

Categoria	Resultado	Valores de Rokeach	Exemplo
Estilo de vida	Saudável; Tranquilo; Ativo; Normal.	Hedonismo	Não gosta de ficar parado, se considera um cara ativo, com hábitos relativamente saudáveis apesar de dormir pouco, gostar de tomar cerveja e sair. Acha que possui um estilo de vida equilibrado entre diversão e esporte (entrevistado G).
Ambiente	Trilhas, asfalto e perto de casa; Busca por novos lugares, aventura e viagens; Trilhas; Parques.	Estimulação e Hedonismo.	Em trilhas e rua, quando na rua aos arredores de casa, na UnB e no eixão (entrevistado F).
Aptidões esportivas	Presença de inclinação a outros esportes, mais e menos intenso.	Autodireção e estimulação.	Pratica esportes radicais desde de jovem, quando morava em Santos. Praticou surf, caça submarina, jogou volei, basquete, karatê. Também é um corredor (entrevistado F).
Mudanças	Saúde; Companheirismo; Conviência saudável; Realização pessoal; Vivência; Amizades; Adrenalina; Empenho e foco para a realização de objetivos.	Autodireção e estimulação.	Conheceu muita gente, muitos amigos, muitos lugares no DF, no Brasil e no mundo. É uma fonte de realização pessoal, é sensacional. Você passa a ver o mundo diferente, você passa a fazer parte da paisagem, é uma sensação muito boa (entrevistado H).
Frequência em participações de competições	Alta e média.	Estimulação e Autodireção	Algumas, desde o início das atividades no esporte. Começou pela prova de 70 km em Brasília, correu o X-terra que teve em Brasília, participou do Atacama Challenge, no deserto do Atacama e algumas provinhas de Mountain Bike tradicionais como o Pedal na Serra (entrevistado G).
Hábitos diários	Rotina equilibrada; Rotina impactada por estudos e trabalho, porém, flexível.	Autodireção, hedonismo e estimulação.	Acorda e vai trabalhar, prefere entrar mais cedo pra sair mais cedo. Quando está sol sai mais cedo e vai pra AABBB nadar, ou então vai para casa pegar a bicicleta e pedala na ciclovia da UnB. Nos fins de semana a atividade é intensa e direta, faz trilha e asfalto (entrevistado F).
Hábitos do esporte	Gosta de pedalar acompanhado; Gosta de pedalar sozinho por causa da sua rotina; Pedalar sozinho é arriscado, por isso é melhor em grupo.	Autodireção, conformidade e estimulação.	Sozinho. Não acha que é seguro, mas hoje já aprendeu a gostar de pedalar sozinho, por causa dos horários que não se encaixam. No início achava ruim, mas agora acha bom por seu um momento consigo mesmo. Você precisa aprender a pedalar sozinho e a pedalar na rua, isso não é fácil (entrevistado G).

Fonte: Autor da pesquisa

4.2.2 Valores dos ciclistas

Para a realização da análise dos valores pessoais da subcultura de ciclistas, foi feita uma seleção de um bloco específico de perguntas realizadas aos entrevistados, conforme demonstrado na figura 6, no anexo desse documento. Para a escolha deste bloco foram levadas em consideração as categorias que indicam a construção de valores do indivíduo da subcultura em questão, as mesmas foram levantadas a partir da análise central de cada questionamento realizado durante as entrevistas, são elas: sentido da vida, representação de felicidade, auto realização, trabalho voluntário, conceituação de valores pessoais e a composição do eu em relação aos valores pessoais.

Após a construção de um quadro analítico levando em consideração as categorias citadas, é possível identificar a presença de valores recorrentes segundo a teoria de Rokeach ao abordar o tema. Os valores presentes são: poder, universalismo, conquista, hedonismo, benevolência, autodireção e tradição.

Em se tratando do conceito de valores pessoais para os indivíduos, é possível notar que mesmo explicitando diferentes conceituações, o fim da definição não é totalmente similar, como na subcultura anterior. Percebe-se que nas análises realizadas os indivíduos demonstraram, ao falar sobre valores pessoais, uma maior preocupação com o eu do que com coletivo. O que se contradiz a característica muito forte de formação de grupo e da solidariedade percebida entre os integrantes da subcultura. Ao analisar o quadro seguinte, é possível obter uma melhor compreensão da organização desse pensamento:

Quadro 6 – Análise dos valores da subcultura de ciclistas

Categoria	Resultado	Valores de Rokeach	Exemplo
Sentido da vida	Deixar a vida seguir; Traçar objetivos e alcançá-los; Ser feliz; Buscar o que é bom pra si.	Universalismo, autodireção, hedonismo e conquista.	Viva e deixe viver (entrevistado F).
Representação de felicidade	Estar vivo; Alcançar seus objetivos; Gostar do que faz; Estar bem consigo.	Conquista, hedonismo.	A felicidade tem que ser vivida, é preciso gostar do que faz e fazer com amor. Acredita que é preciso aproveitar as oportunidades da vida (entrevistado H).
Autorealização	Ser bom para sua família; Traçar objetivos e alcançá-los; Ser reconhecido; Estar bem e ver seus entes queridos bem.	Benevolência, universalismo, conquista, poder, hedonismo.	É um conceito muito próximo de felicidade. Se você conseguir definir aqueles objetivos para buscar sua realização e conseguir alcançá-los. Ter metas e objetivos, é muito parecido (entrevistado G).
Trabalho Voluntário	Acomodação, não busca essas ações, principalmente quando fixas, pois o atrapalham na prática do esporte; Predisposição para trabalhos voluntários; Contribuição positiva para o mundo; senso de solidariedade apurado.	Benevolência e universalismo.	Sim, cartinha do papai noel e a um bom tempo atrás participou de uma ação para doar peças de bicicletas para crianças carentes. Considera importante porque você compartilha algo que você não está utilizando para outros, na pior das hipóteses aquela bicicleta servirá como uma brincadeira, meio de transporte, forma de sustento. Esse tipo de ação é importante (entrevistado G).
Valores pessoais - conceito	Direcionamento de ações; formação do ser; delimitação de relações;	Tradição.	São a base de toda a estrutura que forma o indivíduo. Através dos valores pessoais você age como os outros, com você e procura seus objetivos (entrevistado I).
Valores pessoais - composição do eu	Lealdade, honestidade, compulsião, reciprocidade e justiça.	Tradição, universalismo, benevolência.	Acredita muito na lealdade, honestidade e na justiça. É muito importante aplicar os três valores as pessoas que estão ao nosso redor.

Fonte: Autor da pesquisa

4.2.3 Comportamento dos ciclistas

Para a escolha deste bloco foram levadas em consideração as categorias que indicam a construção de hábitos do indivíduo da subcultura em questão, as mesmas foram levantadas a partir da análise central de cada questionamento, são elas: estímulo, frequência de competições, experiências, círculo de amizades, participação familiar, aquisição de produtos, métodos de compra, acompanhamento, auto percepção, aspectos de influência no consumo e percepção do ambiente.

Foi possível observar a mesma deficiência em relação aos valores de Rokeach quando aplicados as categorias relacionadas as características ao estudo do comportamento de consumo, deixando uma lacuna. Os valores relacionados ao

comportamento pessoal foram: hedonismo, estimulação, autodireção, segurança, universalismo, benevolência e conquista.

Na construção do quadro analítico foi possível notar a uma maior cumplicidade entre as opiniões das entrevistas do que na análise realizada sobre os corredores, principalmente no que tange aos aspectos de influência no consumo, auto percepção e acompanhamento do esporte em grupos de corrida e redes sociais. O quadro a seguir expõe os pontos supracitados:

Quadro 7 – Análise do comportamento da subcultura de ciclistas

Categoria	Resultado	Valores de Rokeach	Exemplo
Estímulo	Passível de incentivo; Determinação; Iniciação em grupo de ciclismo; Busca por saúde; Paixão pelo esporte; Incentivo da família;	Hedonismo, estimulação, autodireção e benevolência.	O filho demonstrou interesse em participar do grupo de corrida Rebas do Cerrado, como ainda era muito novo, não quis deixá-lo sozinho e resolveu acompanhá-lo. Isso foi há 10 anos atrás. (entrevistado F).
Mudanças	Saúde; Companheirismo; Convivência saudável; Realização pessoal; Vivência; Amizades; Adrenalina; Empenho e foco para a realização de objetivos.	Autodireção e estimulação.	Conheceu muita gente, muitos amigos, muitos lugares no DF, no Brasil e no mundo. É uma fonte de realização pessoal, é sensacional. Você passa a ver o mundo diferente, você passa a fazer parte da paisagem, é uma sensação muito boa (entrevistado H).
Frequência de competições	Alta e média.	Estimulação e Autodireção	Algumas, desde o início das atividades no esporte. Começou pela prova de 70 km em Brasília, fez o X-terra que teve em Brasília, participou do Atacama Challenge, no deserto do Atacama e algumas provinhas de Mountain Bike tradicionais como o Pedal na Serra (entrevistado G).
Experiências	Objetivo cumprido; contemplação; desafios; aventura; apoio da família; viagem internacional; satisfação; diversão; conheceu pessoas novas e teve contato com outras culturas.	Conquista, Hedonismo; Estimulação; Universalismo.	Com certeza o Atacama Challenge, porque foi no deserto do Atacama, o que foi uma experiência muito diferente. Foram três dias de competição em três etapas em um lugar muito diferente. Foi bem difícil, na primeira etapa considera que realizou o pedal mais difícil da sua vida, por causa da altitude e do clima. Foi especial porque conseguiu levar sua família, mãe e irmã, e elas ajudaram durante a competição dando suporte. Foi sensacional e super diferente. Recomenda muito.(entrevistado G).
Círculo de amigos	Independente do esporte; Possui muitos conhecidos, mas não amigos; Rede de amigos proveniente do esporte.	Segurança.	Não muito. A maioria dos amigos próximos são familiares, pessoas da quadra aonde mora e do seu trabalho. Dos amigos antigos tem um pessoal que está começando a pedalar agora. Dos amigos que fazem trilhas juntos, o relacionamento é estreito aos encontros de ciclismo e só (entrevistado F).
Participação familiar	Participação existente e contínua; Não existe participação; Participação esporádica.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Sim, o filho participa das atividade com frequência. Todo final de semana saem juntos para pedalar. O filho é um grande companheiro (entrevistado F).
Aquisição de produtos	Consumo frequente com altos gastos; Moderadamente, acha muito dispendioso; Consumo frequente.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Sim, gasta muito dinheiro com bicicleta, pois é um esporte muito caro. Quando vê uma roupa interessante relacionada a bicicleta da preferência a este tipo de roupa. E agora que começou a correr e a nadar acaba comprando algumas coisas também. Está sempre procurando comprar alguma coisa relacionada ao esporte (entrevistado F).

Métodos de compra	Preferência por compra em loja física; Preferência por compra online; Preferência por compra por e-commerce, a pesquisa é mais fácil.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Pela internet, porque é melhor pesquisar pela internet do que sair atrás dos produtos (entrevistado I).
Acompanhamento	Faz parte de grupos; Acompanha promoções e realiza acompanhamento em redes sociais; Não faz parte de grupos;	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Está sempre de olho nas promoções e acompanha vários grupos (entrevistado F).
Auto percepção	Sim; Está parcialmente atisfeito, mas pode melhorar.	Conquista.	Não, diz que a gente nunca é. Sempre tem algo para melhorar. O esporte trouxe bastante satisfação na melhoria do corpo. (entrevistado F).
Aspectos de influência no consumo	Muito engajado na questão socioambiental; Leva em consideração o descarte da empresa; compra por necessidade; Preço e qualidade; Considera os fatores socioambientais, mas não é um impeditivo para a compra. O maior apego é o preço, qualidade e identidade da marca	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Hoje, a primeira coisa é preço. Em segundo, qualidade. Para alguns produtos, tipo roupa, a identificação com a marca. A comunicação da marca é importante, gosta de usar marcas que reflitam coisas que o representam. Acha a responsabilidade socioambiental importante, mas não sabe até que ponto isso afeta sua decisão de compra (entrevistado G).
Percepção do ambiente	Não é uma cidade excelente para pedalar, mas tem melhorado muito. O espaço destinado ao ciclismo não é respeitado; A cidade não atende a demanda; Acha boa, pois tem várias trilhas próximas; O investimento tem sido bom, mas pode melhorar.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	O investimento tem sido bom, mas pode melhorar. (entrevistado I).

Fonte: Autor da pesquisa

4.3 Interação entre as subculturas de consumo

A partir da observação dos quadros 8 e 9, logo abaixo, e com base no histórico das análises realizadas nos tópicos anteriores, é possível indicar que a existência de aprendizado e a relação entre valores pessoais entre as duas subculturas é inexistente. Os valores estão presentes em todos, porém, variam de acordo com a prioridade, exatamente como apontados por Rokeach (1973) em seu Sistema de Valores. A única interação que pode ser ressaltada, e mesmo assim, com uma relevância mediana, se dá através do compartilhamento de alguns espaços onde os indivíduos realizam suas atividades, como ruas, ciclovias e parques. A interação não é suficiente para promover um processo de aprendizagem entre as subculturas.

Quadro 8 – Análise da interação corredores

Entrevistado:	CORREDORES				
	A	B	C	D	E
Como é sua relação com os ciclistas/corredores? De que forma você interage com este público?	Tem familiares que são ciclistas e tentam incentiva-lo ao esporte, mas como andar de bicicleta nunca foi uma prática da sua vida quando criança não obteve interesse. Acha que o ciclismo é de como meio de transporte é muito viável e acha importante respeitar o ciclista, promovendo uma conscientização do cidadão. Acha que a relação entre os ciclista, carros e pedestres deveria ser mais harmoniosa, acredita que isso ocorrerá com o decorrer do tempo. Para dividir o espaço com o ciclista precisa de um pouco mais de aprendizado, mas enxerga que entre corredores e ciclistas há uma relação harmoniosa de respeito por estarem praticando esportes.	Conhece ciclistas por causa do grupo que faz parte, mas não possui nenhum amigo que pratica o esporte.	Tem alguns amigos ciclistas e até já pedalou com eles.	Tem conhecidos ciclistas. Percebe que quando corre na pista de ciclistas, pois o asfalto é melhor para a corrida, os esportistas ficam incomodados, porém, ninguém nunca se manifestou e acha que a relação é tranquila.	Possui amigos que fazem parte de grupos de ciclistas, mas não há interação no momento do esporte.
Você costuma combinar participar ou organizar eventos com ciclistas/corredores?	Não houve resposta, a pergunta não estava no roteiro.	Não.	Não, mas lhe interessa. Porém coloca na conta do comodismo o fato de nunca ter feito nada, assim como os ativistas de sofá (pessoas que ficam indignadas no facebook mas não vão as ruas pedir seus direitos ou lutar pelas suas causas).	Pergunta não realizada por ser considerada irrelevante para a pesquisa.	Pergunta não realizada por ser considerada irrelevante para a pesquisa.
Possui amigos que praticam esse esporte?	Não houve resposta, a pergunta não estava no roteiro.	Não.	Sim.	Pergunta não realizada por ser considerada irrelevante para a pesquisa.	Pergunta não realizada por ser considerada irrelevante para a pesquisa.

Quadro 9 – Análise da interação ciclistas

Entrevistado:	CICLISTAS			
	F	G	H	I
Como é sua relação com os ciclistas/corredores? De que forma você interage com este público?	A relação é tranquila.	Eles são um dos pontos por quais não costuma peladalar dentro dos parques, para manter uma boa relação com essa galera. Se você é uma atleta que está correndo a 15 km/h e passa um ciclista a 40 km/h isso gera conflito. Como começou a correr, entende e respeito isso. Mesmo não dividindo espaço, os respeitam e admira.	Acha que tem proximidade pelo fato de quem faz trilhar praticar a corrida como uma fonte de preparo físico.	Sim, porque partilham o mesmo espaço praticamente. Nunca teve nenhuma desavença, mas acredita que deveria existir um espaço reservado para os corredores e ciclistas, porque dividir o mesmo espaço gera riscos.
Você costuma combinar participar ou organizar eventos com ciclistas/corredores?	Do ciclicismo sim, organiza viagens e é sempre organizado e patrocinado pelo próprio grupo.	No sítio da família faz duas vezes por ano a trilha do salto, o pai montou uma trilha e entregou para o Rebas do Cerrado. Hoje em dia o sítio é próximo de várias trilhas e muitas pessoas passam por lá. Considera que esta foi uma grande contribuição para o esporte.	Não.	Não.
Possui amigos que praticam esse esporte?	Sim.	Sim.	Sim, conhecidos.	Sim.

As percepções entre as subculturas apresentam-se antagonicamente em alguns aspectos, assunto que será discutido nas conclusões do estudo no próximo capítulo.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O objetivo deste trabalho foi descrever o processo de interação e aprendizagem entre duas subculturas de consumo compreendendo como os valores pessoais influenciam os indivíduos dentro do processo. Como resultado, foi possível notar que a existência da interação entre as subculturas é muito baixa, se restringindo somente a ocasional divisão de espaços durante a prática de esportes. Em virtude das análises realizadas sob os dados coletados através das entrevistas realizadas com membros das duas subculturas, alguns resultados que enaltecem a descoberta e explicitam o comportamento antagônico das duas subculturas merecem ser destacados:

1. Primeiramente, é possível perceber uma grande diferença na profundidade das respostas dadas. Os corredores foram mais detalhistas e profundos em suas respostas do que os ciclistas, exercendo uma maior colaboração com a pesquisa.
2. As relações interpessoais entre os membros da sua própria subcultura: no ciclismo, mesmo que a convivência se restrinja, em maior parte, ao momento da prática do esporte, existe um nível mais sólido de relações entre os participantes.
3. Aproveitando o contexto do item anterior, é possível identificar que a prática do ciclismo é feita, em sua maioria, numa relação coletiva. Ao passo que os corredores sintam mais comodidade em correr sozinhos devido a diferença entre o ritmo de corrida dos indivíduos de seu subgrupo.
4. As definições do conceito de valores pessoais foram muito diferentes nas subculturas. À luz dos valores pessoais de Rokeach, a concepção de valores pessoais dos corredores é muito voltada para o bem estar coletivo e exercício do bem na sociedade, ao passo que para os ciclistas a concepção é mais voltada para o eu, em uma visão individual.
5. No ciclismo, a iniciação do esporte é muito comum por meio de grupos de ciclismo, o que proporciona uma valorização de companheirismo e coletividade entre os membros. Coincidentemente, a maioria dos ciclistas entrevistados

iniciou o esporte através do mesmo grupo, o Rebas do Cerrado, que foi citado diversas vezes nas entrevistas.

6. Os corredores definem a corrida como um esporte barato e de poucos apetrechos, por isso não consomem produtos com muita frequência. No ciclismo, seus participantes sinalizam que o esporte é muito caro e seu gasto é muito alto. O consumo é constante, o que reflete no acompanhamento frequente de promoções e produtos para a prática do esporte.
7. Por último, é possível perceber que o despertar da corrida ocorre geralmente pela busca de uma melhor qualidade de vida e de saúde, visto como um momento de introspecção aonde o indivíduo geralmente realiza reflexões sobre sua vida e entra em contato com o “eu”. No ciclismo, existe uma maior aderência a partir do momento em que aquele indivíduo sofre influência de uma pessoa próxima, buscando um momento de recreação e divertimento, onde sofre cargas de adrenalina e é acometido pela sensação de liberdade.

Durante a coleta realizada para a revisão de literatura e construção do referencial teórico, foi possível notar que existem poucos estudos no Brasil voltados para a questão das subculturas de consumo, ocasionando até mesmo uma deficiência no modelo teórico utilizado para análise das variáveis do estudo.

Assim, fica como sugestão a realização de trabalhos que se aprofundem na temática para suprimento das lacunas existentes.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, R., **Comportamento do Consumidor de materiais esportivos para a prática da corrida de rua na região metropolitana de Belo Horizonte.** Dissertação de Mestrado. FPL, 2007.

BARBOSA, L., **Marketing Etnográfico**, ERA Executivo, Vol. 2, nº2, MAIO / JUL 2003.

BAUER, Martin W.; GASKELL, Geroge (ED.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** 2 ed. Petrópolis, Rj: Vozes, 2003.

BEARDEN, William O. **Handbook of marketing scales.** 2nd ed. Thousand Oaks :Sage, c1999 xiv, 537 p: il

BILSKY, Wolfgang. **A Estrutura de Valores: sua estabilidade para além de instrumentos, teorias, idade e culturas.** RAM – Revista de Administração Mackenzie. V. 10, N. 3. São Paulo, SP. Maio / Junho, 2009.

BILSKY, Wolfgang; SCHWARTZ, Shalom H. **Values and personality.** European Journal of Personality. V. 8. 163-181, 1994.

BRANGULE-VLAGSMA, K., PIETERS, R.G.M, WEDEL, M., **The dynamics of value segments: modeling framework and empirical illustration.** International Journal of Research in Marketing, 19 (2002) 267-285.

, W. A., MAZZON, J. A. **Value segmentation: a model for the measurement of values and values-systems.** Journal of Consumer Research, v.18, n.3, p.208-218, 1991.

KOTLER, Philip; LEVY, Sidney J. **Broadening the concept of marketing.** Journal of Marketing. Vol. 33, No. 1 (Jan., 1969), pp. 10-15

LÖNNQVIST, Jan-Erik et al.; **The moderating effect of conformism values on the relations between other personal values, social norms, moral obligation, and single altruistic behaviours.** British Journal of Social Psychology. 48, 2009. 525-546

MAGALHÃES, Juliano M; DAMACENA, Cláudio. **RSC e a sua Influência Sobre a Intenção de Compra dos Consumidores.** In: XXX Encontro da ANPAD, 2006, Salvador. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

MEUCCI, W., ESPINOZA, F., SILVA, M., **Análise da Estrutura de Valores Pessoais: um Estudo Exploratório**. UFRGS, 2002.

MONTEIRO, P., VEIGA, R., GOSLING, M., GONÇALVES, M., **Personalidade e consumo ecologicamente consciente**, *FACES R. Adm.* · Belo Horizonte · v. 7 · n. 2 · p. 30-49 · abr./jun. 2008.

MRTVI, Valdete de Oliveira. **Percepção do Consumidor Sobre Ações Corporativas Vinculadas ao Conceito de Responsabilidade Social: Um Estudo no Setor de Cosméticos**. In: XXVII Encontro da ANPAD, 2003, Atibaia. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **METODOLOGIA CIENTÍFICA: um manual para a realização de pesquisas em administração**. UFG, 2011.

PINTO, Diego Costa. **Valores e motivação baseada na identidade : a influência da identidade no consumo responsável**. Dissertação de Mestrado. UFRGS, 2011.

ROKEACH, Milton. **The Nature of Human Values**. Free Press, New York, NY, 1973.

SAUERBRONN, João F. R.; AYROSA, Eduardo A. T. **Valores de Consumo: explorando a prática e o consumo de esportes**. *RIMAR - Revista Interdisciplinar de Marketing*, v.3, n.1, p. 5-21, Jan./Jun. 2004

SCHOUTEN, John W., & McAlexander, James H. (1995) **Subcultures of Consumption: Na Ethnography of the New Bikers**. *Journal of Consumer Research*, v.22, 43-60.

SCHWARTZ, Shalom H. **Are there universal aspects in the structure and contents of human values?**, *Journal of Social Issues*, Vol. 50 n. 4, p. 19-45, 1994.

SCHWARTZ, Shalom H. et al.; **Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement**, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, v. 32, p. 519-542, 2001.

SCHWARTZ, Shalom H.; Bilsky, Wolfgang. **Toward a universal psychological structure of human values**. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 53, p. 550-562, 1987.

SERPA, Daniela A. F.; AVILA, Marcos G. **Efeitos da Responsabilidade Social Corporativa na Percepção do Consumidor sobre Preço e Valor: Um Estudo Experimental**. In: XXX Encontro da ANPAD, 2006, Salvador. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

SOLOMON, Michael R. (2002) **O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. Porto Alegre: Bookman.

SOLOMON, Michael R. (2011) **O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. Porto Alegre: Bookman.

APÊNDICES

Apêndice A – Roteiro de Entrevista

CONTEXTUALIZAÇÃO PARA O ENTREVISTADO

(Enviada por e-mail)

Olá, xxx!

Primeiramente, gostaria de agradecer a sua disposição e boa vontade em participar dessa pesquisa.

Estou finalizando minha graduação em Administração pela Universidade de Brasília neste ano de 2015 e sua colaboração está sendo essencial para a realização da pesquisa científica que embasará o meu trabalho de conclusão de curso.

Para que você entenda um pouco sobre o que estou estudando, segue uma breve contextualização abaixo:

Tema da pesquisa: A interação entre as subculturas de consumo: aprendizagem e mudanças de valores pessoais.

A pesquisa tem o objetivo de demonstrar como a interação entre duas subculturas de consumo colabora para a mudança dos valores pessoais de cada indivíduo e para a sinergia de aprendizado entre as mesmas.

Para tal, adotaremos duas subculturas que se encaixam em um perfil de consumo voltado a prática de esportes: a subcultura A, que representa os corredores e a subcultura B, que representa os ciclistas.

Com a pesquisa, espera-se:

1. Identificar como se estruturam os valores pessoais presentes em uma subcultura de consumo e como eles afetam o comportamento de consumo de cada uma delas.
2. Descrever o processo de aquisição e compartilhamento de valores em uma subcultura.
3. Descrever os espaços de interação e aprendizagem entres as subculturas A e B.

Sua participação consiste em responder algumas perguntinhas que me ajudarão a identificar variáveis e respostas para alguns questionamentos levantados em meu estudo. Essas perguntas serão realizadas por meio de uma entrevista científica que tomará cerca de 30 minutinhos do seu tempo. A entrevista será gravada e transcrita, para fins didáticos.

Para finalizar, peço somente mais um favor: **Preciso que você escolha duas imagens que representem a sua relação com o esporte que você pratica e traga para o nosso encontro. Você pode me enviar por e-mail, whatsapp ou até trazê-la impressa.**

Agradeço imensamente sua colaboração!

Amanda Monteiro de Góis

ROTEIROS

Subcultura A – Corredores:

Método: Entrevista científica

O entrevistador deverá conduzir uma entrevista estruturada para extrair do entrevistado os elementos procurados em sua pesquisa.

As perguntas não são diretas, o entrevistador deve escolher alguns assuntos que direcionem o entrevistado a falar sobre as variáveis estabelecidas no estudo (foi utilizado como base principal a tabela de valores pessoais de Rokeach).

Bloco 1

- Dados do entrevistado:

Nome:

Idade:

Sexo:

Profissão:

Escolaridade:

Classe social:

○ Perguntas:

1. Se você fosse definir seu estilo de vida, como você o descreveria?
2. Como e quando você começou a correr?
 - a. Quais foram os incentivos para iniciar neste esporte? Você teve a influência de alguma pessoa?
 - b. Aonde você costuma correr?
3. Você pratica ou já praticou algum esporte diferente da corrida?
4. Quais as mudanças que esporte trouxe na sua vida?
5. O que passa na sua cabeça durante a corrida? O que você sente?
6. Como você define valores pessoais?
 - a. Quais são os valores que te compõem?
7. Você já participou de competições?
 - a. Quantas?
 - b. Qual foi a mais interessante? Poderia contar sobre essa experiência?
8. Dos seus amigos, quantos deles são corredores? Você já fez muitos amigos nesse meio?
9. Sua família participa das atividades com você? Como?
10. Qual o sentido da vida?
11. O que é felicidade para você?
12. Você pode me falar um pouco sobre os seus hábitos diários?
 - a. Como você encaixa o esporte na sua vida?
13. Para você, o que é auto realização?
14. Você consome muitos produtos voltados ao seu esporte? Dê exemplos.
15. Onde você costuma comprar os produtos? Lojas físicas ou e-commerces?
16. Você acompanha/faz parte de algum grupo de corredores em redes sociais? Se sim, qual tipo de informação mais lhe interessa?
17. Qual foi o último produto que você comprou associado a corrida?
18. Você prefere praticar o esporte sozinho ou em grupo?
19. Você é feliz com o seu corpo?
20. Você participa ou já participou de alguma ação social? Por quê?
21. Quando você vai fazer compras, o que você leva em consideração para escolher os produtos?
22. Você acredita que em sua cidade promove-se espaços adequados para a prática do seu esporte? Explique.
23. Como é sua relação com os ciclistas? De que forma você interage com este público?
 - a) Você costuma combinar participar ou organizar eventos com ciclistas?
 - b) Possui amigos que praticam esse esporte?

Bloco 2

Solicitar previamente ao entrevistado que traga imagens/fotos que representem a relação que o mesmo possui com a corrida.

O entrevistado deve expor ao entrevistador o motivo de ter escolhido aquelas imagens.

Orientação ao entrevistado: Traga duas ou três imagens que traduzam sua relação com a corrida. Explique.

Subcultura B – Ciclistas:

Método: Entrevista científica

O entrevistador deverá conduzir uma entrevista estruturada para extrair do entrevistado os elementos procurados em sua pesquisa.

As perguntas não são diretas, o entrevistador deve escolher alguns assuntos que direcionem o entrevistado a falar sobre as variáveis estabelecidas no estudo (foi utilizado como base principal a tabela de valores pessoais de Rokeach).

Bloco 1

- Dados do entrevistado:

Nome:

Idade:

Sexo:

Profissão:

Escolaridade:

Classe social:

- Perguntas:

24. Se você fosse definir seu estilo de vida, como você o descreveria?

25. Como e quando você começou a pedalar?

- a. Quais foram os incentivos para iniciar neste esporte? Você teve a influência de alguma pessoa?
- b. Aonde você costuma pedalar?

26. Você pratica ou já praticou algum esporte diferente do ciclismo?

27. Quais as mudanças que esporte trouxe na sua vida?

28. O que passa na sua cabeça durante a prática do esporte? O que você sente?

29. Como você define valores pessoais?

- a. Quais são os valores que te compõem?

30. Você já participou de competições?

- a. Quantas?

- b. Qual foi a mais interessante? Poderia contar sobre essa experiência?
31. Dos seus amigos, quantos deles são ciclistas? Você já fez muitos amigos nesse meio?
 32. Sua família participa das atividades com você? Como?
 33. Qual o sentido da vida?
 34. O que é felicidade para você?
 35. Você pode me falar um pouco sobre os seus hábitos diários?
 - a. Como você encaixa o esporte na sua vida?
 36. Para você, o que é auto realização?
 37. Você consome muitos produtos voltados ao seu esporte? Dê exemplos.
 38. Onde você costuma comprar os produtos? Lojas físicas ou e-commerces?
 39. Você acompanha/faz parte de algum grupo de corredores em redes sociais? Se sim, qual tipo de informação mais lhe interessa?
 40. Qual foi o último produto que você comprou associado ao ciclismo?
 41. Você prefere praticar o esporte sozinho ou em grupo?
 42. Você é feliz com o seu corpo?
 43. Você participa ou já participou de alguma ação social? Por quê?
 44. Quando você vai fazer compras, o que você leva em consideração para escolher os produtos?
 45. Você acredita que em sua cidade promove-se espaços adequados para a prática do seu esporte? Explique.
 46. Como é sua relação com os corredores? De que forma você interage com este público?
 - c) Você costuma combinar participar ou organizar eventos com corredores?
 - d) Possui amigos que praticam esse esporte?

Bloco 2

Solicitar previamente ao entrevistado que traga imagens/fotos que representem a relação que o mesmo possui com o ciclismo.

O entrevistado deve expor ao entrevistador o motivo de ter escolhido aquelas imagens.

Orientação ao entrevistado: Traga duas ou três imagens que traduzam sua relação com o ciclismo. Explique.

Apêndice B – Imagens coletadas



Imagem escolhida pelos entrevistados B e C, respectivamente, para ilustrar a relação com a corrida. A foto foi tirada na corrida que mais marcante para os dois amigos corredores, que ocorreu na meia-maratona do Rio de Janeiro.



Imagens escolhidas pelo entrevistado D para ilustrar sua relação com a corrida, as legendas para as duas fotos, fornecidas pelo mesmo são:

Foto 1: Eu e meu pai na primeira corrida juntos. Momento muito feliz e gratificante por poder fazer o mesmo esporte que ele e compartilhar esse momento juntos.

Foto 2: Uma multidão de pessoas correndo atrás dos seus objetivos e todas torcendo umas pelas outras.

As Frases mais usadas por quem Pedala



Imagens selecionadas pelo entrevistado F para demonstrar a descontração das publicações feitas pelos grupos de ciclistas nas redes sociais e que, segundo o entrevistado, demonstram características de sua subcultura.



Outra imagem selecionada pelo entrevistado F, em um momento de pausa durante um dia de pedalada com o grupo de ciclismo Rebas do Cerrado.

ANEXOS

ANEXO A – figura 2 - Bloco de análise dos hábitos dos corredores

Entrevistado:	A	B	C	D	E
Se você fosse definir seu estilo de vida, como você o descreveria?	Pergunta não estava no roteiro	Trabalhar para caramba, sem abrir mão das três outras coisas: Lazer, família, amigos. Tenta buscar equilíbrio para fazer tudo que precisa e que gosta na medida correta.	Pergunta não realizada pelo entrevistador.	Saudável, se alimenta bem, pratica exercícios físicos constantemente e tem um sono tranquilo, dorme bem. Faz coisas de certa forma, qualitativas. O hábito é saudável tanto na parte física quanto mental, considera ter uma boa qualidade de vida.	Uma pessoa saudável, preocupada com o bem estar, qualidade de vida.
Variáveis percebidas para estilo de vida	-	Trabalho intenso; busca por equilíbrio.	-	Rotina equilibrada; saudável; Trabalho em ritmo normal.	Rotina equilibrada; saudável; Trabalho em ritmo normal.
Valor encontrado	-	Conquista e Hedonismo	-	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Aonde você costuma correr?	Não houve resposta.	Atualmente no condomínio onde mora, as vezes no Parque da Cidade, geralmente aos sábados. Ritmo está menos intenso.	Costumava correr perto de casa ou no Parque Olhos d'água. Depois começou a correr na L2 e na UNB e agora corre no separador central do Eixinho.	Perto de casa, no Guará. Nas redondezas existe um circuito próprio para a prática do esporte.	No Parque da Cidade ou perto de casa, no Lago Sul.
Variáveis percebidas para ambiente	-	Praticidade; comodidade;	Praticidade; comodidade;	Praticidade; comodidade;	Praticidade; comodidade;
Valor encontrado	-	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você pratica ou já praticou algum esporte diferente da corrida?	Natação durante 10 anos	Já jogou futebol, sem muito compromisso, empolgação, entusiasmo ou habitualidade.	Sim, pratica tênis, seu esporte preferido. A corrida não é um amor, mas conseguiu virar um prazer.	Futebol, natação (2 anos), academia. A corrida e a natação são os prediletos, a preferência entre os dois é equilibrada.	Sim, vários. Ginástica localizada, spinning, musculação e crossfit.
Variáveis percebidas para aptidões	Inclinação para outros esportes.	Não possui inclinação para outros esportes.	Inclinação para outros esportes.	Inclinação para outros esportes.	Inclinação para outros esportes.
Valor encontrado	Autodireção e estimulação.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Autodireção e estimulação.	Autodireção e estimulação.	Autodireção e estimulação.
Quais as mudanças que esporte trouxe na sua vida?	Respiração melhor, harmonia no corpo e disposição. O corpo entra em um estado de espírito automático de funcionamento. Para a saúde, é uma mudança radical.	Equilíbrio emocional, saúde e mudança física.	O início do esporte coincidiu com o momento em que começou a cuidar da alimentação e começou a começar a cuidar mais do corpo em geral. Foi ao nutricionista, buscou entender um pouco mais sobre suplementação alimentar para esportes e sobre equipamentos para a corrida. A corrida foi um <i>boom</i> catalisador de um momento de mudança na atenção à saúde.	Disposição, ânimo, auto-estima. Quando fica uma semana parado se sente enfadado e com vontade de praticar algum esporte.	Saúde e disposição.
Variáveis percebidas para benefícios	Saúde; Disposição; Aparência física.	Saúde; Disposição; Aparência física.	Saúde; Disposição; Aparência física; Conhecimento; Renovação de princípios.	Saúde; Disposição; Aparência física.	Saúde; Disposição;
Valor encontrado	Conquista e Hedonismo	Conquista e Hedonismo	Autodireção, conquista e hedonismo	Conquista e Hedonismo	Conquista e Hedonismo
Você já participou de competições?	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, várias.
Quantas?	Algumas	Várias, desde o 2º mês que começou a correr. Em média 20 corridas.	Provas de rua e três meias-maratonas (Duas no Rio e uma em Brasília)	Algumas	Várias.
Variáveis percebidas para frequência de competições	Baixa.	Alta.	Média.	Baixa.	Alta.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Estimulação e hedonismo.	-	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Estimulação e hedonismo.
Você pode me falar um pouco sobre os seus hábitos diários?	Concluindo o terceiro ano e está vivendo numa rotina, acorda 5:30 e toma seu café da manhã (considera essencial), toma banho, veste o uniforme e vai para a escola. Assim que termina a escola vai para a academia faz o treino e corre, as vezes vai para casa e outras estuda. No fim de semana sai as vezes. O esporte por agora está meio de lado, por causa da rotina de final de ano e estudos.	Rotina intensa de trabalho, costuma correr três vezes por semana depois do trabalho perto de casa e quando pode no Parque aos finais de semana. Quando você começa a ver resultado, isso sobe na escala de prioridade da vida. Fazendo gancho com estilo de vida, cada vez mais na hora de montar o dia a corrida foi colocada como importante para preencher as atividades. A rotina de trabalho é muito pesada, precisa dar atenção em casa, ainda mais agora com um bebê, e mesmo assim encaixa a corrida na rotina.	Ultimamente tem sido difícil, mas normalmente, consegue malhar três vezes por semana, correr três vezes por semana e jogar tênis uma vez. Na verdade, esse é o ideal. O que acontece normalmente são três vezes academia e duas vezes a corrida durante a semana, quando consegue também corre aos fins de semana. O trabalho sobrepõe o esporte. Não possui grau de disciplina suficiente para organizar seus horários de trabalho e esporte.	Dorme aproximadamente 7 horas, acorda, toma café, banho, vai para o trabalho, almoça em casa praticamente todos os dias, volta para o trabalho e depois vai para a academia - as vezes corre lá. Se não estiver com vontade de academia apenas corre. No fim de semana corre as vezes, mas separa esse tempo para ficar com a família, mesmo assim, não é um impeditivo praticar esportes por ser fim de semana.	Só passou a funcionar quando tratou o esporte como prioridade, o esporte é remédio, é necessário fazer para sentir-se bem. Então, para que isso aconteça é necessário priorizar e abrir mão de outras atividades (happy hour, por exemplo) porque precisa ir para academia, ou então acordar mais cedo para ir ao treino. Não abre mão.
Como você encaixa o esporte na sua vida?					
Variáveis percebidas para hábitos	Rotina impactada por estudos; esporte não é prioridade.	Rotina impactada por trabalho; Esporte é prioridade.	Rotina impactada por trabalho; Esporte não é prioridade.	Rotina equilibrada;	Rotina impactada por trabalho; Esporte é prioridade.
Valor encontrado	-	Conquista e Hedonismo	-	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você prefere praticar o esporte sozinho ou em grupo?	Em grupo, por mais que você não converse, é mais revigorante correr com alguém do lado pois você tem incentivo, quando está chegando no final e está desgastado olha para o lado e tem um amigo correndo do seu lado você ganha uma energia a mais.	Existem momentos. Tem horas que prefere sozinho. Correr acompanhado é difícil por causa do ritmo, tem um amigo específico que é legal correr porque possui o mesmo ritmo. Em geral, é melhor correr sozinho porque você faz seu próprio ritmo.	Há uma componente técnica neste aspecto, pois como não consegue correr sem música, não costuma va correr acompanhado. Mas aprendeu com seu amigo que quando se corre com uma pessoa não necessariamente você precisa conversar. Corrida longa prefere definitivamente correr com outras pessoas, até porque é um estímulo. Se a pessoa é melhor do que você ela te puxa a correr mais. Para treinos normais é indiferente.	Prefere praticar sozinho, apesar de o momento em que o mais marcou ter sido coletivo. Fica mais a vontade correndo sozinho pelo fato de não ter o compromisso fixo.	Sozinha. Porque é o seu momento de não pensar em nada, se ficar falando com alguém esse momento é atrapalhado.

ANEXO B – figura 3 - Bloco de análise dos valores dos corredores

Entrevistado:	A	B	C	D	E
Se você fosse definir seu estilo de vida, como você o descreveria?	Pergunta não estava no roteiro	Trabalhar para caramba, sem abrir mão das três outras coisas: Lazer, família, amigos. Tenta buscar equilíbrio para fazer tudo que precisa e que gosta na medida correta.	Pergunta não realizada pelo entrevistador.	Saudável, se alimenta bem, pratica exercícios físicos constantemente e tem um sono tranquilo, dorme bem. Faz coisas de certa forma, qualitativas. O hábito é saudável tanto na parte física quanto mental, considera ter uma boa qualidade de vida.	Uma pessoa saudável, preocupada com o bem estar, qualidade de vida.
Categorias percebidas para estilo de vida	-	Trabalho intenso; busca por equilíbrio.	-	Rotina equilibrada; saudável; Trabalho em ritmo normal.	Rotina equilibrada; saudável; Trabalho em ritmo normal.
Valor encontrado	-	Conquista e Hedonismo	-	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Qual o sentido da vida?	Se destacar aonde quer que você esteja (trabalho, família, social), fazer uma coisa que gosta e se destacar. Ser especial, não ser qualquer um, é algo muito valorizado e que quer buscar na vida.	Volta aos valores pessoais, a vida acaba tendo um objetivo que começa pela sobrevivência, quase uma pirâmide de Maslow. Busca fazer com que essa sobrevivência ocorra da forma mais agradável possível. É necessário trabalhar para sobreviver, então que o trabalho seja o mais prazeroso possível. Para todas as coisas que são feitas na vida, em tese obrigatórias ou convenções, faz o possível para que sejam agradáveis. A corrida é mais ou menos uma coisa como essa. Ela surgiu como uma necessidade, por precisar fazer um exercício físico, e acabou trazendo resultados positivos e que busca que seja o mais agradável (participando de provas ou comprando equipamentos para o estímulo). Busca levar a vida desta forma, para que ela seja mais leve. O sentido da sua vida mudou após o nascimento da sua filha neste ano, uma pessoa para quem dedica todo seu foco e energia para deixar um legado positivo, material e não-material. Hoje seu objetivo de vida é entregar a filha bem para o mundo.	Ser o melhor que pode ser. Para si e para as pessoas.	É a sua realização como pessoa, alcançar todos os objetivos que tem propostos para si e ajudar as pessoas (família e pessoas ao redor). Deseja ter sua realização e contribuir para um mundo melhor.	Ser feliz e plena.
Categorias percebidas para sentido da vida	Busca por sucesso; destaque;	Viver a vida levemente; Tornar a vivência agradável; Deixar um legado positivo para a filha.	Fazer o seu melhor.	Busca por sucesso próprio e dos próximos; Contribuir para o bem do mundo.	Ser feliz.
Valor encontrado	Poder, conquista e hedonismo.	Benevolência e hedonismo.	Conquista, benevolência, universalismo e hedonismo.	Poder, conquista, universalismo e benevolência.	Hedonismo.
O que é felicidade para você?	Estar cercado de pessoas que fazem bem, pois isso traz uma felicidade natural e uma energia natural que te carrega. Quando você está cercado de coisas ruins, isso acaba te deixando mal e não tem como você ser feliz, você precisa parar e pensar o que você está fazendo ali. Assim que você percebe que você está num lugar bom com pessoas boas você percebe que alcançou sua felicidade, é uma coisa simples.	Ver sua filha crescer bem.	Sensação de dever cumprido, sensação de fazer o bem, fazer o que é justo, ser querido pelas pessoas. Atingir seus objetivos, ajudar pessoas a atingirem seus objetivos. Conseguir ser uma pessoa melhor e ajudar alguém a ser melhor. Felicidade é eternamente ligada a uma sensação de melhoria. Dar o seu melhor para o mundo dentro daquilo que o ser humano tem capacidade. Um processo de auto-descoberta e melhoria.	Estar bem consigo mesmo, em todos os sentidos, físico, mental, profissional.	Ter uma estrutura familiar legal, amigos que possa contar, um trabalho bom com um ambiente legal.
Categorias percebidas para felicidade	Estar bem e cercado de pessoas boas.	Ver sua filha crescer bem.	Fazer o bem; Ser uma pessoa querida; Ajudar as pessoas; Ser uma pessoa melhor.	Estar bem consigo.	Construir uma estrutura de relacionamentos sólidos e ter um bom trabalho.
Valor encontrado	Universalismo.	Conquista e benevolência.	Universalismo, benevolência, hedonismo.	Hedonismo e conquista.	Conquista, poder e hedonismo.
Para você, o que é auto-realização?	Pegar um objetivo, firmar esse objetivo e chegar lá. Você não pode mudar seu objetivo o tempo inteiro, por mais que encontre dificuldades no caminho. Se você quer deve correr atrás, mesmo que demore. Auto-realização é conquistar o que você sempre quis, senão você não vai se sentir realizado, será sempre frustrado.	Atingir vitórias, conquistas que tenham sua marca. Enxergar vitórias suas e coletivas onde sua marca está impressa e carimbada. Saber que você contribuiu para que aquilo acontecesse, na mesma proporção que não quer ter sua marca em nada negativo. A realização é ver coisas legais acontecendo onde sua marca esteja impressa. Em tudo que é relacionado a sua vida, trabalho e pessoal. Ver sua filha feliz, quando participar de suas vitórias e ver que fez parte da construção disso.	Ser feliz. Se está feliz no trabalho, é provável que todas as outras áreas estão bem. Está ajudando pessoas, está entregando o que precisa, está gerando dinheiro para a empresa.	Pergunta não foi realizada pelo entrevistador.	Estar plena em todos os campos citados: família, amizade, trabalho, qualidade de vida, saúde.
Categorias percebidas para autorealização	Traçar objetivos e alcançá-los; Ter sucesso.	Ter sucesso; ter reconhecimento;	Ser feliz; Ajudar pessoas; Ser produtivo;	-	Construir uma estrutura de relacionamentos sólidos, ter um bom trabalho e saúde.
Valor encontrado	Poder, conquista e hedonismo.	Poder, conquista, hedonismo e benevolência.	Poder, universalismo, benevolência, hedonismo.	-	Conquista, poder e hedonismo.

<p>Você participa ou já participou de alguma ação social? Por quê?</p>	<p>Sim, poderia participar mais. Participa de ações sociais propostas pelo colégio. Se sente muito bem, pois mesmo sendo algo pesado (crianças de 5 anos com câncer, por exemplo) você fica triste, mas percebe que as crianças lidam melhor, pois não deixam de ser crianças e brincam normalmente no momento de ser criança. Se emocionou muito. Gostaria de fazer mais, mas a rotina escolar ainda é muito pesada.</p>	<p>Não fixa, apenas quando é acionado. Não busca esse tipo de ação, é um pouco acomodado em relação a isso.</p>	<p>Sim. Atualmente não, mas já participou. Acha que isso deve ser feito. Se tem muito mais recursos do que outras pessoas precisa fazer por outras, nesses últimos tempos estava lendo que está no topo da pirâmide econômica e ficou embasbacado, pois não fazia ideia que estava no terço superior da pirâmide. Acho isso assustador. Então, o mínimo que pode fazer é contribuir, o que entra na seara do humanismo. O entrevistado recentemente vendeu seu carro para usar outros métodos de transporte e indica que esse ato faz parte do mesmo processo. A questão não é que por deixar de ter carro ajudou alguém, mas no momento em que se sentiu prisioneiro de um status decidiu vendê-lo. Quando você começa a querer ter coisas para que aquilo diga quem você é. Você não é o que você tem.</p>	<p>Sim, já participou e promoveu. Gosta de participar e está sempre envolvido com algo. O incentivo para realizar essas ações vem da resposta dada sobre o sentido da vida, precisa deixar sua parte no mundo. Além de ficar feliz, sabe que está fazendo algo para que o mundo seja melhor. Fica feliz com a atitude de transformar e melhorar algo pelo menos por algum período de tempo o estado de espírito das pessoas.</p>	<p>Sim. É importante se preocupar com os outros. Ajudava uma ONG, vendia cupons do Mc Dia Feliz e faz um trabalho anual em uma creche.</p>
<p>Categorias percebidas para trabalho voluntário</p>	<p>Gostaria de fazer mais; sensação gratificante; abalo psicológico por contato com realidades ruins;</p>	<p>Acomodação, não busca essas ações, porém, participa ao ser acionado.</p>	<p>Predisposição para trabalhos voluntários; Presença de senso de distribuição de recursos e igualdade social.</p>	<p>Predisposição para trabalhos voluntários; Contribuição positiva para o mundo; senso de solidariedade apurado.</p>	<p>Predisposição para trabalhos voluntários; senso de solidariedade apurado.</p>
<p>Valor encontrado</p>	<p>Benevolência e universalismo.</p>	<p>Não se aplica aos valores de Rokeach.</p>	<p>Benevolência e Universalismo.</p>	<p>Benevolência e Universalismo.</p>	<p>Benevolência e Universalismo.</p>
<p>Como você define valores pessoais?</p>	<p>São aqueles que de certa forma impõem um limite para você, se você não possui valores, moral ou algo que te dê direção você é uma pessoa meio perdida. Valores pessoais são necessários para te dar um guia, uma força, uma estruturação pra você se compor como ser humano.</p>	<p>Valores pessoais remetem necessariamente a algumas palavras chave que refletem o que busca para ele: respeito, ética, honestidade. São valores positivos que busca para sua vida e que deseja passar para a filha para que ela também os tenha. Os valores definem o rumo da vida e quem faz parte dela, tanto profissional quanto pessoal. Para fazer parte de seu ciclo é indispensável que haja compatibilidade em relação a estes valores. Busca muito pessoas do bem, pessoas que buscam o bem. A palavra bem é fundamental (uso da expressão buscar o bem sem olhar a quem).</p>	<p>É o que serve de filtro para as suas ações, crivo que mede as decisões conscientemente ou inconscientemente. Em todas as ações, desde a venda de um carro até ajudar uma pessoa. Como numa empresa, é o crivo/filtro da decisão estratégica da sua vida. Ter filhos ou não, etc.</p>	<p>Um conjunto de atributos que as pessoas herdam, na maioria das vezes, por influência familiar e cultural, e outros que são consolidados durante a sua vida dependendo do meio em que você vive, do trabalho que você está, da classe social em que você está inserido. Isso vai moldando os seus valores. O principal é a base que você recebe, a herança recebida dos pais corresponde a mais de 50% da formação de seus valores.</p>	<p>É a forma como vê e como lida com a vida e com as pessoas.</p>
<p>Categorias percebidas para valores pessoais</p>	<p>Direcionamento de ações; formação do ser.</p>	<p>Direcionamento de ações; formação do ser; delimitação de relações;</p>	<p>Direcionamento de ações.</p>	<p>Formação do ser.</p>	<p>Direcionamento de ações; formação do ser; delimitação de relações;</p>
<p>Valor encontrado</p>	<p>Tradição.</p>	<p>Tradição, benevolência e universalismo.</p>	<p>Tradição e benevolência.</p>	<p>Tradição.</p>	<p>Tradição.</p>
<p>Quais são os valores que te compõem?</p>	<p>Justiça é um dos valores que mais preza, é básico e essencial. Uma pessoa injusta, que trapaceia afeta a sociedade como um todo. Justiça é o valor pessoal que mais preza.</p>	<p>Respeito, ética, honestidade e bondade.</p>	<p>Humanismo - acreditar nas pessoas, no aqui e agora, na capacidade de tentar ajudar as pessoas com os meios e ferramentas que temos, tentar fazer com que liberdade não ultrapase a liberdade de outro. É espiritual, acredita nas pessoas. "Faz o que te sentes vontade mas não perturbe aquilo que excita o seu vizinho". Não tentar impor os seus valores nas outras pessoas.</p>	<p>Preza pela ética, família, responsabilidade.</p>	<p>Ética, respeito, generosidade, bondade, determinação.</p>
<p>Categorias percebidas para composição de valores pessoais do eu</p>	<p>Justiça.</p>	<p>Respeito, ética, honestidade e bondade.</p>	<p>Humanismo.</p>	<p>Ética e responsabilidade.</p>	<p>Ética, respeito, generosidade, bondade, determinação.</p>
<p>Valor encontrado</p>	<p>Tradição e universalismo.</p>	<p>Benevolência e Universalismo.</p>	<p>Benevolência e Universalismo.</p>	<p>Tradição.</p>	<p>Tradição, benevolência, universalismo.</p>

ANEXO C – figura 4 - Bloco de análise do comportamento dos corredores

Entrevistado:	A	B	C	D	E
Quais foram os incentivos para iniciar neste esporte? Você teve a influência de alguma pessoa?	Influência da mãe - para participar de competição	O clube de corrida do trabalho. Criei gosto por ver que a corrida apresentava resultado em equilíbrio emocional, descarregava bem, que era um momento em que estava sozinho e pensando. E mudança física. Quando você começa a ver resultado, isso sobe na escala de prioridade da vida.	Busca por saúde, teve a influência de um amigo, o entrevistado B desta pesquisa.	Hábito e manutenção do corpo.	Saúde. Gostou da corrida, sentiu-se bem. Não teve influência de outras pessoas.
Resultados percebidos para estímulo	Passível de incentivo;	Passível de incentivo; determinação; Individualidade; Necessidade do eu; busca por saúde.	Passível de incentivo; busca por saúde.	Objetividade; busca por saúde;	Busca por saúde; independência.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Hedonismo, estimulação e autodireção.	Estimulação.	Hedonismo e autodireção.	Hedonismo e autodireção.
Quais as mudanças que esporte trouxe na sua vida?	Respiração melhor, harmonia no corpo e disposição. O corpo entra em um estado de espírito automático de funcionamento. Para a saúde, é uma mudança radical.	Equilíbrio emocional, saúde e mudança física.	Início do esporte coincidiu com o momento em que começou a cuidar da alimentação e começou a começar a cuidar mais do corpo em geral. Foi ao nutricionista, buscou entender um pouco mais sobre suplementação alimentar para esportes e sobre equipamentos para a corrida. A corrida foi um boom catalisador de um momento de mudança na atenção à saúde.	Disposição, ânimo, auto-estima. Quando fica uma semana parado se sente enfiado e com vontade de praticar algum esporte.	Saúde e disposição.
Variáveis percebidas para mudanças	Saúde; Disposição; Aparência física.	Saúde; Disposição; Aparência física.	Saúde; Disposição; Aparência física; Conhecimento; Renovação de princípios..	Saúde; Disposição; Aparência física.	Saúde; Disposição;
Valor encontrado	Conquista e Hedonismo	Conquista e Hedonismo	Autodireção, conquista e hedonismo	Conquista e Hedonismo	Conquista e Hedonismo
Você já participou de competições?	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, várias.
Quantas?	Algumas	Várias, desde o 2º mês que começou a correr. Em média 20 corridas.	Provas de rua e três meias-maratona (Duas no Rio e uma em Brasília)	Algumas	Várias.
Resultados percebidos para frequência de competições	Baixa.	Alta.	Média.	Baixa.	Alta.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Estimulação e hedonismo.	-	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Estimulação e hedonismo.
Qual foi a mais interessante? Poderia contar sobre essa experiência?	Corrida do Oba, 6 km, conseguiu cumprir a meta de 6 km.	Meia maratona do Rio, a primeira vez. O dia estava lindo, o visual era maravilhoso e a sensação de conquista de vitória é indescritível. Por mais que a segunda tenha sido realizada em um tempo menor, a primeira foi mais marcante.	A primeira meia-maratona do Rio. Marcou porque, primeiramente, é inacreditável. Quando você vê o mapa você acha que não dará conta. Também foi muito boa porque foi feita com um amigo, o tempo foi bom. Ela foi fantástica no final porque foi um objetivo cumprido.	A mais interessante foi de revezamento com um grupo do trabalho, gostou por causa da dinâmica da preparação e da união da equipe, passar pela linha de chegada com todos presentes foi um fato que o marcou.	EcoRun e Brasília multisports (Triatlo) - foi diferente e dinâmica.
Resultados percebidos para experiências	Objetivo cumprido.	Objetivo cumprido; contemplação; satisfação.	Objetivo cumprido; contemplação; satisfação; companheirismo.	Objetivo cumprido; cooperação; companheirismo.	Satisfação; Desafio.
Valor encontrado	Conquista e Hedonismo.	Conquista, hedonismo; Estimulação; Universalismo.	Conquista, hedonismo; Estimulação; Universalismo.	Conquista; Estimulação; Universalismo.	Conquista e estimulação.
Dos seus amigos, quantos deles são corredores? Você já fez muitos amigos nesse meio?	Depende, é variado. Que correm oficialmente são poucos, mas gostaria de trazer amigos para fazer um grupo de corrida.	Muitos amigos o acompanharam, mas quase nenhum se manteve. Um amigo específico foi o que mais se manteve e geralmente o acompanha. Não fez amigos por causa da corrida em si, mas já incentivou algumas pessoas que não perduraram no esporte.	Cerca de três amigos. Os amigos não são provenientes da corrida, mas acredita que os corredores em geral são uma espécie de irmandade. As pessoas são cercadas de cumprimento e apoiam umas as outras. Percebeu isso durante a prova do Rio, havia um homem correndo a maratona completa que não aguentava mais e os outros corredores o carregaram para a finalização do percurso não o deixando desistir, sendo que nem o conhecia. Não fez amigos correndo, mas acredita no espírito de companheirismo entre os atletas.	Não fez muitos amigos correndo, os principais amigos não correm.	Sim, mas não atribui os novos amigos à corrida. Foi uma grande influenciadora de pessoas ao esporte. Em dois de seus trabalhos montou um grupo de corrida.
Resultados percebidos para círculo de amizades	Independente do esporte.	Independente do esporte.	Independente do esporte.	Independente do esporte.	Independente do esporte.
Valor encontrado	Segurança	Segurança	Segurança	Segurança	Segurança
Sua família participa das atividades com você? Como?	Sim, a mãe acompanha, no ritmo dela. Aproximação familiar desde quando era criança, mas agora tem um ritmo mais calmo. A corrida é algo que os une, pois virou uma programação de família, depois da corrida costumam ir ao clube e almoçar juntos.	Não.	Não, é a ovelha negra do esporte em sua família.	Esporadicamente, o pai.	Não.
Resultados percebidos para participação familiar	Participação existente e contínua.	Não existe.	Não existe.	Participação existente e esporádica.	Não existe.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você consome muitos produtos voltados ao seu esporte? Dê exemplos.	Não, nem tanto. Consome suplementos, gatorade e está precisando trocar os tênis.	Consome normalmente, mas como é um esporte muito barato ele não exige equipamentos muito caros. O que é muito caro é comprado poucas vezes (relógio com GPS, por exemplo). Gasta em média R\$1.500,00 por ano. Não consome com frequência.	Consome. Gel de carboidrato para corridas de longa distância. Tem monitor cardíaco mas não o usa corretamente. Por ano deve gastar em média R\$1.800,00.	Não, mais tênis e roupa. Esporadicamente.	Já consumiu mais, quando começou a correr e fazer muitas provas de rua assinava revistas, comprava muitos equipamentos. Hoje em dia compra menos por praticar outros esportes.

Você consome muitos produtos voltados ao seu esporte? Dê exemplos.	Não, nem tanto. Consome suplementos, gatorade e está precisando trocar os tênis.	Consome normalmente, mas como é um esporte muito barato ele não exige equipamentos muito caros. O que é muito caro é comprado poucas vezes (relógio com GPS, por exemplo). Gasta em média R\$1.500,00 por ano. Não consome com frequência.	Consome. Gel de carboidrato para corridas de longas distância. Tem monitor cardíaco mas não o usa corretamente. Por ano deve gastar em média R\$1.800,00.	Não, mais tênis e roupa. Esporadicamente.	Já consumiu mais, quando começou a correr e fazer muitas provas de rua assinava revistas, comprava muitos equipamentos. Hoje em dia compra menos por praticar outros esportes.
Resultados percebidos para aquisição de produtos	Baixo consumo;	Aquisição esporádica; Esporte de baixo custo.	Aquisição esporádica;	Aquisição esporádica;	Quando ativa, o consumo é constante.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Onde você costuma comprar os produtos? Lojas físicas ou e-commerces?	Lojas físicas.	As coisas mais caras compra fora (tênis e relógio), roupas em lojas especializadas.	Tem comprado muito online. A maior parte do que comprou foi fora, mas com o dólar tão alto acredita que não terá o mesmo comportamento. Mesmo assim acredita que ainda valha a pena em alguns casos, em um tênis que pagou R\$450 reais fora deveria ter pago uma média de R\$900,00 no Brasil. Compra muito no mercado livre.	Prefere comprar na loja física, nunca compra pela internet.	Compra mais produtos online.
Resultados percebidos para métodos de compra	Preferência por compra em loja física.	Preferência por compra fora do país. Lojas físicas e especializadas.	Preferência por compra fora do país; Gosta de comprar online.	Preferência por compra em loja física.	Preferência por compra online.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você acompanha/faz parte de algum grupo de corredores em redes sociais? Se sim, qual tipo de informação mais lhe interessa?	Ainda não faz parte, mas tem interesse. Acha que a motivação do grupo é bacana e interessante para o incentivo. Quando você possui foco numa causa se cercar de pessoas que tem o mesmo objetivo que você é excelente.	Sim, faz parte da mesma consultoria de corrida que começou a correr, porém, hoje em dia não possui uma participação tão frequente.	Não, zero.	Nunca fez parte de grupo de corrida, nas redes sociais acompanha com pouca frequência.	Já fez parte de dois grupos de corrida e comprava revistas com dicas de treino. As informações que mais interessam são treinos para aumentar a capacidade de percorrer longas distâncias por causa da sua meta de correr 21 km.
Resultados percebidos para acompanhamento	Não faz parte de grupos; Não realiza acompanhamento em redes sociais.	Participa de grupo de corrida; Participação não frequente. Acompanha poucas páginas em redes sociais.	Não faz parte de grupos; Não realiza acompanhamento em redes sociais.	Não faz parte de grupos; Acompanha poucas páginas em redes sociais.	Quando ativa, já participou de grupos de corrida; Participação frequente; Grande interesse em informações sobre o esporte...
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Autodireção.
Você é feliz com o seu corpo?	Tenta ser mais, às vezes come algo ruim e fica pensando. Acha complicado, porque não uma questão apenas sua, mas sim social. Ele se cobra e acha que as pessoas também cobram muito. Em geral, está bem com o corpo saudável.	Hoje sim, antigamente não era.	Ainda não, mas já está muito mais feliz do que já foi. Não falta muito para atingir a meta, até porque pode chegar a conclusão de que a meta não vai acontecer. Já tem 44 anos e sabe que seu corpo de 18 não vai voltar. Não é que não está contente, mas acha que pode melhorar. Mas não também não ficará muito triste senão melhorar. Ao ser indagado se a opinião das pessoas sobre sua aparência disse que dizer que não se importa é mentira. Já teve vergonha, hoje não mais. Talvez por ser mais velho saiba lidar melhor com a opinião das pessoas. Para opiniões maldosas qualquer pessoa se sente desconfortável. A consequência de aparência física não importa muito.	Sim convicto.	Atualmente não, mas era. Está malhando muito para voltar ao seu corpo antigo por ter tido bebê recentemente.
Resultados percebidos para auto percepção	Está satisfeito, mas se cobra muito em relação a percepção da sociedade.	Sim.	Parcialmente, acredita que sua meta nunca será atingida pois não é mais possível.	Sim.	Atualmente não.
Valor encontrado	Conquista.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Conformidade.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Quando você vai fazer compras, o que você leva em consideração para escolher os produtos?	Custo-benefício, compra o que é necessário. Compra o que está precisando. Pensa pouco no impacto socioambiental, mas não observa o comportamento das empresas. Reconhece que deveria e que as empresas devem assumir essa postura, por causa dos impactos no futuro.	Sendo bem franco, não possui a mínima preocupação em relação a responsabilidade social das empresas e os impactos ambientais causados. É uma coisa que sabe que deveria se preocupar mas não o atinge. Quando compra considera em primeiro lugar é qualidade, segundo é o preço e terceiro é a acessibilidade da compra.	Trabalhou durante 2 anos com rse e aprendeu muito com o comércio justo, sustentabilidade e cadeias produtivas. Por causa deste trabalho se informou e se formou muito sobre o tema. Mesmo hoje não sendo 100% possível, por estar em situação econômica melhor compra às vezes produtos mais caros não por ser melhor, mas sim porque o produto carrega uma coisa que pra ele faz sentido. Às vezes também tenta não ficar preso ao marketing por trás da sustentabilidade, por causa da green washing. Busca comprar produtos que não tem agrotóxicos, que vem de comércio justo, que não usa exploração de pessoas. Um exemplo bem em cima disso é a Nike. As únicas coisas que possui da marca são coisas que ganhou e não conseguiu trocar ou devolver, pois lembra de ver documentários sobre a Nike em que os diretores declaravam pagar preços irrisórios a trabalhadores infantis para ter lucro. A partir disso nunca mais comprou produtos da marca. Hoje em dia escolhe produtos que representam o que acredita, Suco do Bem, por exemplo, que pode ter um bom marketing e não ser tão bom assim. Diretamente, tem escolhido produtos levando em consideração a cadeia produtiva que o trouxe até a prateleira.	Pensa em fatores socioambientais, mas não é um fator decisivo para a compra. Geralmente preza pela qualidade e marca. Mas se a empresa já fez algo grave ele deixa de comprar. Gosta de comprar a marca.	Se preocupa com impactos socioambientais e reduz o consumo em empresas que não estão de acordos com estas normas, mas não é a primeira coisa que pensa quando vai comprar. Vai comprar algo quando está precisando. Não faz pesquisas de preço.
Resultados percebidos para aspectos de influência no consumo	Considera o custo-benefício; Não se apega aos impactos socioambientais.	Não se apega aos impactos socioambientais. Considera a qualidade, preço e acessibilidade da compra.	Muito engajado na questão socioambiental; Leva em consideração a cadeia produtiva que trouxe o produto até a prateleira.	Considera os fatores socioambientais, mas não é um impeditivo para a compra. O maior apego é a marca.	Considera os fatores socioambientais, mas não é o primeiro fator que considera. Compra conforme necessidade.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Universalismo.	Poder e universalismo.	Universalismo.
Você acredita que em sua cidade promove-se espaços adequados para a prática do seu esporte? Explique.	Sim, você pode acordar a qualquer hora e vai ter alguém correndo. Brasília se reinventou nos últimos anos, está com muitas pessoas praticando esporte e com uma aura mais jovem. Brasília está com um espírito esportivo muito forte. As cicloviarias deveriam melhorar, a infra-estrutura é ruim. Mesmo com essas condições, a população continua praticando esportes, pois isso é uma questão muito mais pessoal do que social.	Sim, acredita que tirando cidades de praia é uma das cidades com melhor espaço para correr. O parque da cidade é excelente.	Não acredita. Os únicos espaços bons para correr são o EIXÃO aos domingos e o Parque da Cidade que não é tão grande assim. Acredita que tem melhorado com as cicloviarias, que não são para os corredores, então pode ser perigoso por causa dos ciclistas. Também considera que é perigoso por causa das interrupções por onde passam carros. Objetivamente, acha que tem poucos mas que isso está melhorando. As pessoas estão pedindo cada vez mais aos governos que se faça alguma coisa.	Sim, poderia melhorar, mas acha que são suficientes. Razoável para melhor. A região aonde mora é tranquila.	Sim. Tem ficado cada vez melhor, o governo está se organizando mais para esse tipo de coisa. Mas ainda precisa melhorar.
Resultados percebidos para percepção do ambiente	Brasília é um lugar propício para a corrida.	Brasília é um lugar propício para a corrida.	Não é uma cidade excelente para correr, mas tem melhorado muito.	Brasília é um lugar propício para a corrida, mas pode melhorar.	Brasília é um lugar propício para a corrida, mas pode melhorar.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.

ANEXO D – figura 5 - Bloco de análise dos hábitos dos ciclistas

Entrevistado	F	G	H	I
Se você fosse definir seu estilo de vida, como você o descreveria?	Saudável, tranquilo.	Não gosta de ficar parado, se considera um cara ativo, com hábitos relativamente saudáveis apesar de dormir pouco, gostar de tomar cerveja e sair. Acha que possui um estilo de vida equilibrado entre diversão e esporte.	Normal.	Dinâmico, saudável, equilibrado, é isso. Ativo, bem ativo.
Resultados percebidos para estilo de vida	Saudável, tranquilo.	Saudável, ativo e jovem.	Normal.	Saudável e ativo.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Hedonismo.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Aonde você costuma pedalar?	Em trilhas e rua, quando na rua aos arredores de casa, na UnB e no eixão.	Quando anda de mountain bike faz trilhas, em lugares diversos ao redor do DF todo. Conhece muitos "buracos" que pouca gente sabe mas que por praticar o esporte acaba conhecendo. Quando pedala no asfalto costuma ir para as ruas, no Plano Piloto ou perto de sua casa em Águas Claras. Raramente corre em parques, pois considera arriscado devido a velocidade atingida. Acha que em parques não há estrutura para treinos, neste local coloca a sua vida e a de outras pessoas em risco.	Costuma fazer trilhas nos arredores do DF.	Gosta de fazer trilhas e de pedalar no parque da cidade.
Resultados percebidos para ambiente	Trilhas, asfalto e perto de casa.	Busca por novos lugares; aventura, viagens.	Trilhas.	Trilhas e parque.
Valor encontrado	Estimulação.	Estimulação e hedonismo.	Estimulação.	Estimulação.
Você pratica ou já praticou algum esporte diferente do ciclismo?	Pratica esportes radicais desde de jovem, quando morava em Santos. Praticou surf, caça submarina, jogou volei, basquete, karatê. Também é um corredor.	Sim, nada e corre. As vezes brinca de triatleta. Também gosta muito de remar, as vezes pega caiaques, surf sky, pratica stand-up paddle. Acha muito legal.	Sim, basquete, futebol... Durante o período escolar.	Sim, patins e remo.
Resultados percebidos para aptidões esportivas	Grande inclinação a outros esportes.	Grande inclinação a outros esportes.	Inclinação a outros esportes.	Inclinação a outros esportes.
Valor encontrado	Estimulação e autodireção.	Estimulação e autodireção.	Estimulação e autodireção.	Estimulação e autodireção.
Quais as mudanças que esporte trouxe na sua vida?	Em primeiro lugar saúde, companheirismo - você conhece muita gente bacana, focada, o ambiente do esporte é um ambiente muito saudável. Uma coisa bem legal, principalmente para o seu filho que o acompanha, é que nesse meio se encontra muita gente saudável. Pessoas que bebem pouco, que quase não fumam e que ficam longe de drogas. No Rebas, o pessoal começou a fumar nas trilhas, a coordenação pediu para que parassem ou se retrassem. Traz muita disposição.	Conheceu muita gente, muitos amigos, muitos lugares no DF, no Brasil e no mundo. É uma fonte de realização pessoal, é sensacional. Você passa a ver o mundo diferente, você passa a fazer parte da paisagem, é uma sensação muito boa.	O esporte trouxe a sensação de adrenalina em sua vida.	Trouxe mais concentração, determinação, força de vontade e empenho para alcançar seus objetivos.
Resultados percebidos para mudanças	Saúde; companheirismo; convivência saudável.	Fonte de realização pessoal, vivência; amizades; conhecimento.	Trouxe adrenalina para a vida.	Empenho e foco para realização de objetivos.
Valor encontrado	Tradição, hedonismo.	Autodireção, estimulação, hedonismo e conquista.	Autodireção e estimulação.	Conquista.
Você já participou de competições?	Sim.	Sim.		Sim.
Quantas?	Várias competições, desde o início, tanto para o ciclismo quanto para a corrida.	Algumas, desde o início das atividades no esporte. Começou pela prova de 70 km em Brasília, correu o X-terra que teve em Brasília, participou do Atacama Challenge, no deserto do Atacama e algumas provinhas de Mountain Bike tradicionais como o Pedal na Serra.	Sim (entendeu a pergunta de forma equivocada, falou sobre competições de outros esportes quando era criança).	Uma média de 10 ou 12.
Resultados percebidos para frequência em participações de competições	Alta	Alta	Não se aplica.	Média.
Valor encontrado	Estimulação e autodireção.	Estimulação e autodireção.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você pode me falar um pouco sobre os seus hábitos diários?		Durante a semana trabalha de 8 as 18h, então só consegue pedalar de manhã ou a noite, como está na faculdade, o horário da noite fica um pouco comprometido. Nada as segundas, quartas e sextas e tenta pedalar as terças e quintas pela manhã durante cerca de 1 hora. Quando a noite não está na UnB e está mais tranquilo com sua monografia tenta pedalar durante a noite. Se não sair na sexta, pedala no sábado de manhã e dá uma volta maior com os colegas, a mesma coisa se aplica no domingo. Aproveita as tardes dos fins de semana para remar, estudar ou fazer algo diferente.	Trabalha durante a semana, vive uma rotina normal. Aos fins de semana costuma fazer trilhas com o grupo Rebas do Cerrado acompanhado de sua namorada.	Encaixa antes das suas atividades, costuma pedalar durante a semana antes do trabalho e nos fins de semana.
Como você encaixa o esporte na sua vida?	Acorda e vai trabalhar, prefere entrar mais cedo pra sair mais cedo. Quando está sol sai mais cedo e vai pra AABB nadar, ou então vai para casa pegar a bicicleta e pedala na ciclovia da UnB. Nos fins de semana a atividade é intensa e direta, faz trilha e asfalto.			
Resultados percebidos para hábitos diários	Rotina equilibrada.	Rotina impactada por estudos, porém, flexível.	Rotina equilibrada.	Rotina impactada pelo trabalho, porém, flexível.
Valor encontrado	Autodireção e hedonismo.	Autodireção e estimulação.	Estimulação.	Autodireção.
Você prefere praticar o esporte sozinho ou em grupo?	Em grupo, com seu filho e colegas de pedal.	Sozinho. Não acha que é seguro, mas hoje já aprendeu a gostar de pedalar sozinho, por causa dos horários que não se encaixam. No início achava ruim, mas agora acha bom por seu momento consigo mesmo. Você precisa aprender a pedalar sozinho e a pedalar na rua, isso não é fácil.	Varia muito, mas acredita que praticar o esporte sozinho é muito arriscado, por isso prefere estar acompanhado. Além do perigo do percurso, existe a possibilidade de se perder nos lugares, pois em sua maioria são ambientes do cerrado natural.	Prefere praticar sozinho, gosta de praticar em grupo, mas prefere sozinho por causa da rotina, assim pode sair nos horários que planeja sem depender de outras pessoas.
Resultados percebidos para hábitos do esporte	Gosta de pedalar acompanhado.	Gosta de pedalar sozinho por causa da sua rotina.	Pedalar sozinho é arriscado, por isso é melhor em grupo. Há momentos.	Gosta de pedalar sozinho por causa da sua rotina.
Valor encontrado	Estimulação.	Autodireção.	Conformidade.	Autodireção.

ANEXO E – figura 6 - Bloco de análise dos valores dos ciclistas

Entrevistado	F	G	H	I
Qual o sentido da vida?	Viva e deixe viver.	Realização pessoal, ter objetivos e conseguir conquistá-los. Isso deve te deixar feliz e você deve se sentir satisfeito por ter alcançado aqueles objetivos. Acha que objetivos são essenciais para que se defina um sentido para a vida.	Ser feliz.	Fazer o que te faz bem.
Categorias percebidas para sentido da vida	Deixar a vida seguir.	Traçar objetivos e alcança-los.	Ser feliz.	Buscar o que bom para si.
Valor encontrado	Universalismo, autodireção e hedonismo.	Conquista e hedonismo.	Hedonismo.	Conquista e hedonismo.
O que é felicidade para você?	Acordar cedo e estar no mundo.	Alcançar aquele objetivos que você se propôs a buscar.	A felicidade tem que ser vivida, é preciso gostar do que faz e fazer com amor. Acredita que é preciso aproveitar as oportunidades da vida.	É poder ter a saúde, energia e força para poder seguir.
Categorias percebidas para felicidade	Estar vivo.	Alcançar seus objetivos.	Gostar do que faz; aproveitar as oportunidades da vida.	Estar bem consigo.
Valor encontrado	Hedonismo.	Conquista.	Conquista e hedonismo.	Não se aplica aos valores de Rokeach
Para você, o que é auto realização?	Ser um bom marido e um bom pai.	É um conceito muito próximo de felicidade. Se você conseguir definir aqueles objetivos para buscar sua realização e conseguir alcança-los. Ter metas e objetivos, é muito parecido.	Conseguir alcançar objetivos e sucesso nas coisas que faz. Ser reconhecido.	Estar bem de modo que as pessoas que caminham próximo a si também estejam bem.
Categorias percebidas para autorealização	Se um bom indivíduo para sua família.	Traçar objetivos e alcança-los.	Alcançar seus objetivos. Ser reconhecido.	Estar bem; ver seus entes queridos bem.
Valor encontrado	Benevolência e universalismo.	Conquista e hedonismo.	Conquista, poder e hedonismo.	Conquista e benevolência.
Você participa ou já participou de alguma ação social? Por quê?	Implicitamente não, não lembra o porquê. Anualmente pega cartinhas de papai noel nos correios. Não gosta de se prender, por isso não gosta de trabalhos voluntários que tem um compromisso fixo, isso o atrapalha na prática do esporte.	Sim, cartinha do papai noel e a um bom tempo atrás participou de uma ação para doar peças de bicicletas para crianças carentes. Considera importante porque você compartilha algo que você não está utilizando para outros, na pior das hipóteses aquela bicicleta servirá como uma brincadeira, meio de transporte, forma de sustento. Esse tipo de ação é importante.	Sim, acha muito gratificante e tocante fazer algo pelo próximo.	Sim, porque é necessário partilhar a energia com a sociedade em que vivemos.
Categorias percebidas para trabalho voluntário	Acomodação, não busca essas ações, principalmente quando fixas, pois o atrapalha na prática do esporte. Pega cartinhas do papai noel.	Predisposição para trabalhos voluntários; Contribuição positiva para o mundo; senso de solidariedade apurado.	Predisposição para trabalhos voluntários;	Predisposição para trabalhos voluntários;
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Benevolência e Universalismo.	Benevolência e Universalismo.	Benevolência e Universalismo.
Como você define valores pessoais?	Os valores pessoais se definem como uma questão da família. Além de incentivar sua família a participar de tudo, no pedal criou uma nova família, pois há a formação de um companheirismo enorme no esporte por causa do apoio que as pessoas dão umas as outras nos momentos de dificuldade durante a prática do esporte.	Valores pessoais são definidos de algumas formas: através da educação recebida em casa, do conceitos que a sociedade entrega e de acordo com o meio, com a sociedade que você está inserido.	São os valores que o fazem delimitar suas ações e comportamento perante o meio e outras pessoas.	São a base de toda a estrutura que forma o indivíduo. Através dos valores pessoais você age com os outros, com você e procura seus objetivos.
Categorias percebidas para valores pessoais	Direcionamento de ações; formação do ser.	Direcionamento de ações; formação do ser; delimitação de relações;	Direcionamento de ações.	Formação do ser.
Valor encontrado	Tradição.	Tradição.	Tradição.	Tradição.
Quais são os valores que te compõem?	Complitude como pessoa. Ser um bom pai, um bom marido e um bom colega de pedal.	Acredita muito na lealdade, honestidade e na justiça. É muito importante aplicar os três valores as pessoas que estão ao nosso redor.	Honestidade, ética e justiça.	Honestidade, ética, fazer com os outros o que gostaria que fizessem consigo.
Categorias percebidas para composição de valores pessoais do eu	Complitude.	Lealdade, honestidade e justiça.	Honestidade, ética e justiça.	Honestidade, ética e reciprocidade
Valor encontrado	Tradição e universalismo.	Benevolência e Universalismo.	Benevolência e Universalismo.	Tradição, benevolência, universalismo.

ANEXO F – figura 7 - Bloco de análise do comportamento dos ciclistas

Entrevistado	F	G	H	I
Quais foram os incentivos para iniciar neste esporte? Você teve a influência de alguma pessoa?	O filho demonstrou interesse em participar do grupo de corrida Rebas do Cerrado, como ainda era muito novo, não quis deixa-lo sozinho e resolveu acompanhá-lo. Isso foi há 10 anos atrás.	Desde pequeno anda de bicicleta, mas começou a pedalar fazendo disso um esporte com cerca de uns 14 anos, quando estava na 8ª série do ensino fundamental. Sempre gostou de bicicleta e um dia conversando com um professor da sua escola recebeu um convite para fazer uma trilha com o Rebas do Cerrado (grupo tradicional de ciclistas em Brasília) e se animou. A partir daí começou a explorar corridas de mountain bike para participar, sendo incentivado pela família e recebendo a ajuda dos pais para comprar equipamentos. Assim foi tomando vício pelo esporte e aprendendo a gostar disso.	Há cerca de 1 ano começou a pedalar sério, mas já andava de bike quando criança. Teve influência da namorada para pedalar, pois ela e sua família praticam o esporte com muito afinco no grupo Rebas do Cerrado. Busca pela saúde e por atividade física também foram incentivadores.	Junto com uma amiga que comprou uma bicicleta e a convidou a comprar uma bicicleta também e começaram a pedalar juntas quando tinha aproximadamente uns 16 anos. Entrou no esporte por influência desta amiga.
Resultados percebidos para estímulo	Passível de incentivo; Acompanhar família; Iniciação em grupo de ciclismo.	Passível de incentivo; determinação; Iniciação em grupo de ciclismo.; Paixão pelo esporte; Incentivo da família.	Passível de incentivo; busca por saúde.	Passível de incentivo;
Valor encontrado	Benevolência.	Hedonismo, estimulação e autodireção.	Estimulação.	Estimulação e autodireção.
Quais as mudanças que esporte trouxe na sua vida?	Em primeiro lugar saúde, companheirismo - você conhece muita gente bacana, focada, o ambiente do esporte é um ambiente muito saudável. Uma coisa bem legal, principalmente para o seu filho que o acompanha, é que nesse meio se encontra muita gente saudável. Pessoas que bebem pouco, que quase não fumam e que ficam longe de drogas. No Rebas, o pessoal começou a fumar nas trilhas, a coordenação pediu para que parassem ou se retirassem. Traz muita disposição.	Conheceu muito gente, muitos amigos, muitos lugares no DF, no Brasil e no mundo. É uma fonte de realização pessoal, é sensacional. Você passa a ver o mundo diferente, você passa a fazer parte da paisagem, é uma sensação muito boa.	O esporte trouxe a sensação de adrenalina em sua vida.	Trouxe mais concentração, determinação, força de vontade e empenho para alcançar seus objetivos.
Resultados percebidos para mudanças	Saúde; companheirismo; convivência saudável.	Fonte de realização pessoal, vivência; amizades; conhecimento.	Trouxe adrenalina para a vida.	Empenho e foco para realização de objetivos.
Valor encontrado	Tradição, hedonismo.	Autodireção, estimulação e conquista.	Autodireção e estimulação.	Conquista.
Você já participou de competições?	Sim.	Sim.		Sim.
Quantas?	Várias competições, desde o início, tanto para o ciclismo quanto para a corrida.	Algumas, desde o início das atividades no esporte. Começou pela prova de 70 km em Brasília, correu o X-terra que teve em Brasília, participou do Atacama Challenge, no deserto do Atacama e algumas provinhas de Mountain Bike tradicionais como o Pedal na Serra.	Sim (entendeu a pergunta de forma equivocada, falou sobre competições de outros esportes quando era criança).	Uma média de 10 ou 12.
Resultados percebidos para frequência em participações de competições	Alta	Alta	Não se aplica.	Média.
Valor encontrado	Estimulação e autodireção.	Estimulação e autodireção.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Qual foi a mais interessante? Poderia contar sobre essa experiência?	A que gostou mais foi a meia-maratona das pontes.	Com certeza o Atacama Challenge, porque foi no deserto do Atacama, o que foi uma experiência muito diferente. Foram três dias de competição em três etapas em um lugar muito diferente. Foi bem difícil, na primeira etapa considera que realizou o pedal mais difícil da sua vida, por causa da altitude e do clima. Foi especial porque conseguiu levar sua família, mãe e irmã, e elas ajudaram durante a competição dando suporte. Foi sensacional e super diferente. Recomenda muito.	Resposta equivocada do entrevistado.	Uma competição fora de Brasília, em São Paulo. Pois teve contato com pessoas diferentes, de outros países que não conhecia.
Resultados percebidos para experiências	Diversão.	Objetivo cumprido; contemplação; desafios; aventura; apoio da família; viagem internacional; satisfação.	Não se aplica.	Conheceu pessoas novas e teve contato com outras culturas.
Valor encontrado	Hedonismo.	Conquista, hedonismo; Estimulação; Universalismo.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Estimulação; Universalismo.
Dos seus amigos, quantos deles são ciclistas? Você já fez muitos amigos nesse meio?	Não muito. A maioria dos amigos próximos são familiares, pessoas da quadra onde mora e do seu trabalho. Dos amigos antigos tem um pessoal que está começando a pedalar agora. Dos amigos que fazem trilhas juntos, o relacionamento é estreito aos encontros de ciclismo e só.	Tem muitos amigos que pedalam mas não são a maioria. Tem muitos conhecidos que pedalam, conhece mais gente que pedala do que as pessoas que não praticam o esporte. Mas os amigos de verdade estão fora do pedal.	Mais ou menos, possui mais colegas e conhecidos do que amigos.	Sim, tem alguns amigos ciclistas e já fez amigos neste meio.
Resultados percebidos para círculo de amizades	Independente do esporte.	Possui muitos conhecidos, mas não amigos.	Possui muitos conhecidos, mas não amigos.	Rede de amigos proveniente do esporte.
Valor encontrado	Segurança	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.

Sua família participa das atividades com você? Como?	Sim, o filho participa das atividades com frequência. Todo final de semana saem juntos para pedalar. O filho é um grande companheiro.	O pai também pratica o esporte, começou junto com ele, apesar de andar de bicicleta desde criança, mas foi quando ele descobriu o Rebas que o pai começou a pedalar junto. A mãe e a irmã também pedalam, mas somente no parque. Elas são muito presentes nas competições, torcendo e apoiando, considera essa participação muito legal.	Não.	Não muito.
Resultados percebidos para participação familiar	Participação existente e contínua.	Participação existente e mediana.	Não existe.	Participação esporádica.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você consome muitos produtos voltados ao seu esporte? Dê exemplos.	Sim. Gasta muito com esportes. Trocou sua arma de mergulho recentemente. Para o pedal, como já está praticando há 10 anos, reconhece que gasta bastante com o esporte e que quanto mais você aprende mais você compra. Você investe.	Sim, gasta muito dinheiro com bicicleta, pois é um esporte muito caro. Quando vê uma roupa interessante relacionada a bicicleta da preferência a este tipo de roupa. E agora que começou a correr e a nadar acaba comprando algumas coisas também. Está sempre procurando comprar alguma coisa relacionada ao esporte.	Moderadamente, é um esporte muito caro.	Sim. Acessórios, acessórios para a bike e pessoa.
Resultados percebidos para aquisição de produtos	Consumo frequente com altos gastos.	Consumo frequente com altos gastos.	Moderadamente, acha muito dispendioso.	Consumo frequente.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Onde você costuma comprar os produtos? Lojas físicas ou e-commerces?	Em ambos.	Online e em lojas físicas, tem aumentado muitos as compras online.	Prefere compras em e-commerces, acha mais barato.	Pela internet, porque é melhor pesquisar pela internet do que sair atrás dos produtos.
Resultados percebidos para métodos de compra	Loja física e e-commerce.	Loja física e e-commerce; Aumento da tendência de compra em e-commerces.	Preferência por compra por e-commerce, acha mais em conta.	Preferência por compra por e-commerce, a pesquisa é mais fácil.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você acompanha/faz parte de algum grupo de corredores em redes sociais? Se sim, qual tipo de informação mais lhe interessa?	Está sempre de olho nas promoções e acompanha vários grupos.	Acompanha e faz parte de vários grupos (Rebas do Cerrado e Cachaça Mountain Bike). Em Brasília tem muitos grupos, acompanha muita gente. Tem presença frequente no Cachaça Mountain Bike.	Sim, Rebas do Cerrado. Além de fazer parte, acompanha as notícias do grupo através do Google Plus.	Sim, atualmente acompanha grupos nas redes sociais, mas não está com tempo para fazer parte de um grupo real.
Resultados percebidos para acompanhamento	Faz parte de grupos; Acompanha promoções e realiza acompanhamento em redes sociais.	Faz parte de grupos e realiza acompanhamento em redes sociais.	Faz parte de grupos e realiza acompanhamento em redes sociais.	Não faz parte de grupos; Acompanha páginas em redes sociais.
Você é feliz com o seu corpo?	Não, diz que a gente nunca é. Sempre tem algo para melhorar. O esporte trouxe bastante satisfação na melhoria do corpo.	Sim.	Sim.	Sim.
Resultados percebidos para auto percepção	Está parcialmente atisfeito, mas pode melhorar.	Sim.	Sim.	Sim.
Valor encontrado	Conquista.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Quando você vai fazer compras, o que você leva em consideração para escolher os produtos?	Vê o que está precisando e vê o que pode o atender. Leva sempre em consideração os aspectos socioambientais. Seu MBA ocorreu em reciclagem, por isso é tão interado em relação a temática. O trabalho foi muito focado na responsabilidade de descarte das empresas.	Hoje, a primeira coisa é preço. Em segundo, qualidade. Para alguns produtos, tipo roupa, a identificação com a marca. A comunicação da marca é importante, gosta de usar marcas que reflatam coisas que o representam. Acha a responsabilidade socioambiental importante, mas não sabe até que ponto isso afeta sua decisão de compra.	Certamente preço e qualidade.	Custo-benefício.
Resultados percebidos para aspectos de influência no consumo	Muito engajado na questão socioambiental; Leva em consideração o descarte da empresa; compra por necessidade.	Considera os fatores socioambientais, mas não é um impeditivo para a compra. O maior apego é o preço, qualidade e identidade da marca.	Preço e qualidade.	Preço e qualidade.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.
Você acredita que em sua cidade promove-se espaços adequados para a prática do seu esporte? Explique.	Atualmente, estava bem restrito, mas tem melhorado bastante. Tem que melhorar muito ainda, mas estamos num período muito bom. Todo fim de semana de competição, eventos que envolvem vários grupos. Chama a ciclovia de "cicluto", porque tem gente caminhando, com cachorro, com criança. Houve uma confusão do espaço.	Aprendeu a pedalar no trânsito, na rua, então criou os seus espaços. Para quem está começando não há espaços. Acha que a cidade precisa de um velódromo, sendo bem otimista ou então o espaço que existia antes no autódromo reservado para os ciclistas. Conhece pessoas que não sabem pedalar no trânsito e diminuíram o ritmo com o fechamento do autódromo para treinos de ciclistas.	Sim, existem muitas trilhas ao redor da cidade para serem feitas.	Acredita que tenha melhorado bastante. O investimento nas ciclovias, os espaços ao redor do DF.
Resultados percebidos para percepção do ambiente	Não é uma cidade excelente para pedalar, mas tem melhorado muito. O espaço destinado ao ciclismo não é respeitado.	A cidade não atende a demanda.	Acha boa, pois tem várias trilhas próximas.	O investimento tem sido bom, mas pode melhorar.
Valor encontrado	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.	Não se aplica aos valores de Rokeach.

