

Dimensões da motivação para correr e para participar de eventos de corrida

Dimensions of motivation to run and to attend running events

GRATÃO AO, ROCHA CM. Dimensões da motivação para correr e para participar de eventos de corrida. **R. bras. Ci. e Mov** 2016;24(3):90-102.

Otávio Augusto Gratão¹
Claudio Miranda Rocha¹

¹Universidade de São Paulo

RESUMO: O exercício físico é uma das indicações da “World Health Organization” (WHO) para se ter um estilo de vida saudável. Apesar de ser uma informação de conhecimento da maioria, o sedentarismo ainda atinge um grande número de indivíduos. Dentro deste contexto, a corrida de rua vem se tornando uma alternativa de exercício físico cada vez mais popular para combater o sedentarismo e também como forma de lazer. Assim, este estudo teve como objetivo comparar corredores que têm optado por correr com uma orientação profissional (corredores orientados) e aqueles que correm sem orientação (corredores autônomos) em suas motivações para correr e para participar de eventos de corrida de rua. Os sujeitos foram adultos participantes de uma corrida de rua na cidade de Ribeirão Preto (n = 599). Foram medidas cinco dimensões da motivação: divertimento, competência, aparência, fatores sociais e saúde¹. Os resultados mostraram que os participantes eram bastante motivados nas cinco dimensões. Em termos descritivos, saúde foi considerada a dimensão mais importante tanto para correr como para participar de eventos. Contudo, os motivos de saúde não diferiram quem busca uma orientação para correr e quem corre por conta própria. Entretanto, existem diferenças entre corredores orientados e corredores autônomos nos motivos de “competência” e “fatores sociais” para correr e no motivo “fatores sociais” para participar de eventos. Os corredores orientados tiveram índices maiores de motivação em relação aos corredores autônomos tanto para correr como para participar de eventos de corrida. Do ponto de vista da gestão do esporte, o resultado mais importante do presente estudo foi que corredores orientados apresentaram maiores níveis em relação aos corredores autônomos nas suas motivações de competência e de interações sociais.

Palavras-chave: Corrida; Exercício; Eventos; Gestão Esportiva.

ABSTRACT: Exercise is a recommendation from the “World Health Organization” (WHO) to individuals who desire a healthy lifestyle. Physical inactivity has still affected a large number of individuals and has become a public health problem. Currently, running is becoming an increasingly popular alternative to exercise. This study aimed to compare runners who have chosen to run with a professional orientation (*oriented runners*) and those who have run without orientation (*autonomous runners*) in their motivations to run and to participate in running events. The subjects were adults, participants of a running event in the city of Ribeirão Preto (Brazil). Based on the literature, we gauged motivation considering five dimensions: Enjoyment, competence, appearance, social factors and health¹. The results showed that participants were highly motivated in all five dimensions. Descriptive statistics showed that *health* has been considered the most important dimension to run and to attend running events. However, health motives did not differ autonomous to oriented runners. On the other hand, we found differences between autonomous and oriented runners in the dimensions of *competence* and *social factors* to run; and in the dimension of *social factors* to attend running events. The oriented runners had higher levels of motivation in relation to autonomous runners to run and to participate in running events in all these dimensions of motivation. From the point of view of sport management, the most important result of this study was that oriented runners had higher levels compared to autonomous runners in their competence and social factors motivations.

Key Words: Running; Exercise; Events; Sport management.

Contato: Otávio Augusto Gratão - otavio.gratao@usp.br

Recebido: 29/06/2015
Aceito: 16/05/2016

Introdução

O exercício físico é uma das indicações da “World Health Organization” (WHO) para se ter um estilo de vida saudável. Apesar de ser uma informação de conhecimento da maioria, o sedentarismo ainda atinge um grande número de indivíduos e consequentemente se torna um problema de saúde pública devido às complicações de saúde causadas por esse estilo de vida. É fato que o exercício físico é fator de prevenção, e também auxílio no tratamento, de diversas doenças provenientes do sedentarismo, tais como dislipidemias, doenças metabólicas e doenças cardiorrespiratórias. Desta forma, governos e organizações privadas ligadas à promoção da saúde têm tentando estimular um estilo de vida ativo através do oferecimento de diferentes esportes e exercícios físicos.

Dentre as alternativas de exercício físico, a corrida de rua vem-se tornando uma alternativa cada vez mais popular. Desta forma, a crescente popularidade da corrida como exercício físico se deve a diferentes fatores. Por exemplo, uma prova de corrida de rua tem a capacidade de induzir o exercício físico através do treino preparatório para participar da prova e a participação da prova em si². Outro fator positivo é que a maioria das provas é aberta à população em geral e serve como motivo para estimular os participantes a se manterem comprometidos no treino para atingirem seus objetivos, como a realização de uma prova. Os indivíduos iniciantes se sentem mais estimulados quando a meta é completar a prova ou melhorar o tempo, pois é uma meta alcançável. Isso motiva o corredor e torna ele cada vez mais engajado na prática do exercício físico, pois a prática traz ao corredor a sensação de realização (de metas) e de capacidade. A corrida de rua propicia também uma possibilidade de evolução de metas. Se ao iniciar o objetivo da maioria dos corredores é apenas completar a prova, posteriormente as metas vão mudando, podendo o corredor desejar melhorar o seu tempo de corrida ou até buscar o pódio.

Atualmente, as corridas de rua contam com provas disputadas em circuitos (ruas, avenidas, estradas) com distâncias oficiais variando de 5 a 100 km. Em alguns casos o termo pedestrianismo é usado para a corrida de rua por representar provas com percursos pedestres ao ar livre, com variação de distância e tipo de terreno. As corridas de rua surgiram na Inglaterra no século XVIII depois se expandiram pela Europa e Estados Unidos³. As corridas de rua tiveram dois grandes impulsos para sua popularização. A maratona olímpica, que está presente desde a primeira edição dos Jogos Olímpicos modernos (em Atenas no ano de 1896) e o “jogging boom” na década de 70⁴. Nesta época, surgiram provas onde era permitida a participação popular junto com corredores de elite, cada grupo largando nos respectivos pelotões, a exemplo do que acontece atualmente na corrida de São Silvestre.

As provas de corridas de rua brasileiras seguem um padrão de homologação fornecido pela Confederação Brasileira de Atletismo (CBAt), que objetiva cadastrar as provas para que os resultados possam ser aceitos internacionalmente e servir como seletivas nacionais⁵. Contudo, existem também provas extraoficiais, cujos resultados não são considerados nas seletivas nacionais. Em 1982, foi fundada uma entidade brasileira diretamente ligada a corredores de rua, a CORPORE – Corredores Paulistas Reunidos, que foi criada por entusiastas de corrida de rua, que ainda hoje é uma das maiores instituições de corredores da América Latina⁶.

O crescimento do setor de corrida de rua cria novas oportunidades para profissionais de educação física, gestores de academia, de clubes e gestores de provas de corrida de rua. Um fenômeno que acompanha o crescimento da corrida de rua é o surgimento de empresas de assessoria de corrida⁷. Muitas cidades brasileiras contam hoje com pontos (geralmente em parques, universidades, praças e clubes), onde um grande número de pessoas se encontra para correr sob a orientação de profissionais de educação física ligados a tais empresas de assessoria. As atribuições desse serviço variam desde a elaboração de treinos específicos para cada indivíduo até o comprometimento de motivar os alunos/corredores. Esses são os pontos principais, mas é possível perceber que é ampla a gama de atribuições dos profissionais responsáveis nessa área, já que seus clientes são pessoas que possuem diferentes motivos para estarem ali.

O desafio dos profissionais envolvidos nestas assessorias tem sido identificar e possibilitar que todos atinjam seus objetivos.

Com o crescimento das assessorias, o mercado tem-se tornado competitivo e exigente. Como consequência, aqueles que administram tais assessorias têm sentido a necessidade de estratégias de marketing eficientes para atender as demandas de mercado e se tornar competitivos. Uma das perguntas essenciais do marketing é o que motiva os clientes a consumirem determinado produto. Desta forma, gerentes de assessorias de corrida têm-se perguntado o que motiva corredores a contratarem seus serviços.

Praticantes de corrida de rua podem começar a buscar esses serviços por diversos motivos como: melhoria do condicionamento e desempenho físico, perda de peso, saúde, bem-estar, divertimento ou até mesmo fatores sociais. Porém, acredita-se que motivos tais como necessidade de disciplina, auxílio na montagem do treino, falta de companhia para correr, vontade de fazer parte de um grupo, auxílio na correção técnica, divertimento, integração social e falta de motivação possam ser importantes preditores da intenção de pessoas se associarem a grupos de corrida⁷.

Desta forma, esse estudo teve como objetivo comparar corredores que têm optado por correr com uma orientação profissional (corredores orientados) e aqueles que correm sem orientação (corredores autônomos) em suas motivações para correr e para participar de eventos de corrida de rua.

Revisão de Literatura

Dentro desse contexto, é importante entender as definições de motivação para que se possa investiga-la com mais propriedade. São encontradas na literatura diversas definições para o termo motivação^{8,9,10}. Em geral, pode-se considerar a motivação como às forças que iniciam e/ou desencadeiam, direcionam e sustentam e/ou influenciam a persistência de um comportamento humano^{11,12}. Uma pessoa que não sente ímpeto ou inspiração para agir é caracterizada como desmotivada, enquanto aquele que tem vigor ou é disposto para um fim é considerado motivado¹³.

A motivação pode ser classificada em dois tipos, intrínseca e extrínseca. Motivação intrínseca acontece quando o indivíduo executa uma atividade voluntariamente, sem depender de recompensas exteriores, o indivíduo faz simplesmente pelo prazer e satisfação proporcionado pela atividade^{14,15}. Já a motivação extrínseca está ligada a recompensas externas, o comportamento é um meio para atingir um objetivo¹⁴. O indivíduo também pode ser classificado como amotivado quando ocorre a ausência de motivação e o comportamento expressado não corresponde nem a motivação extrínseca nem a intrínseca¹⁵. Apesar desta divisão acadêmica, é importante lembrar que a motivação intrínseca e extrínseca acontecem paralelamente e que os resultados de ambas se situam em diferentes pontos ao longo de um continuum de motivação¹⁵.

Dada a necessidade de métodos para mensurar e investigar os níveis de motivação, muitos estudiosos têm pesquisado essa área e são encontrados na literatura diversos estudos propondo modelos para avaliar e mensurar a motivação para praticar exercício físico^{16,17,18}. O que a literatura tem apontado é que todos os seres humanos têm motivações e barreiras para toda e qualquer atividade da vida^{19,20}. Jackson, Crawford e Godbey¹⁹ aprimoraram um modelo já existente sobre barreiras construído por Crawford, Jackson e Godbey²⁰ e apresentaram um modelo em que o foco se encontra na negociação. Este modelo sugere que a participação em exercícios físicos é resultante do sucesso da negociação entre barreiras e motivações para a prática. É fato que a motivação é um importante fator no processo de decisão do indivíduo e que a interação entre a motivação e a percepção das barreiras determina em grande parte a participação em exercícios físicos²¹.

Segundo Crawford e Godbey²², as barreiras podem ser classificadas em três categorias: barreira intrapessoal, interpessoal e estrutural. Barreiras intrapessoais envolvem estados psicológicos e características do indivíduo. Barreiras interpessoais se caracterizam pelas interações sociais e as relações entre os indivíduos. E as barreiras estruturais se

referem às barreiras externas provenientes do meio e do ambiente como fatores econômicos, tempo e local das atividades. As barreiras são definidas como fatores que podem inibir a participação de exercícios físicos ou limitar a satisfação²³. Segundo Crawford e Godbey²², as barreiras afetam não só a participação, mas também a aquisição de preferências de exercício físico. É importante lembrar que as barreiras não necessariamente resultam a não participação do indivíduo, elas podem ser superadas ou negociadas²⁴. Nesse mesmo sentido, Hubbard e Mannell²⁵ assinalaram em seus estudos que um alto nível de motivação para participar não leva a redução na percepção das barreiras. Ou seja, dentro da relação percepção de barreiras e motivação um não anula o outro, mas existe um processo de negociação. Portanto, é importante entender como as barreiras podem ser removidas ou minimizadas e como aumentar a motivação²⁶, para que tenha uma maior possibilidade de sucesso na negociação.

Um dos fatores que mais está relacionado com a variação da percepção de barreiras e motivação são as características demográficas. Ou seja, os motivos para a participação de pessoas em exercícios físicos podem ser influenciados pelas características demográficas como gênero, idade, nível de escolaridade, nível socioeconômico e estado civil. Por exemplo, o nível socioeconômico pode ser um fator de forte influência, se por um lado a iniciação a prática de corrida de rua é acessível, por outro lado a participação de provas restringe o acesso de muitos participantes. Desta forma, características demográficas como o nível socioeconômico também influencia nos fatores de motivação e barreiras. Sendo assim, muitos pesquisadores investigaram essas variáveis demográficas em relação à motivação.

Guedes, Legnani e Legnani²⁷ procuraram identificar em seu estudo os motivos para a prática de exercício físico em universitários de acordo com sexo, idade e condição econômica. Em relação ao gênero, os rapazes reportaram, de forma significativa, maior importância para prática de exercício físico em motivos identificados como condição física e competência, enquanto as moças identificaram controle de peso corporal e aparência física como motivos relevantes. Motivos relacionados à prevenção de doenças, ao controle de peso corporal e à reabilitação de saúde aumentaram significativamente com a idade. Motivos associados ao controle de peso corporal e à aparência física receberam importância significativamente maior pelos universitários de maior nível econômico.

Os resultados de um estudo feito por Biddle e Bailey²⁸, com uma amostra pequena de adultos participantes de uma aula de fitness, mostraram que as mulheres classificaram os fatores sociais e a liberação de tensão como as razões principais para a participação enquanto os homens classificaram a saúde e a boa forma como os principais motivos para a participação. Em comparação, os homens mostraram maior motivação através da competição enquanto as mulheres apresentaram maior motivação relacionada à experiência social e liberar a tensão. Os estudos acima mostram que existem diferenças na motivação para praticar exercício físico quando relacionada às características demográficas como sexo, idade e nível socioeconômico.

Também podemos encontrar na literatura diferenças no nível de motivação quanto ao tipo de exercício físico que o indivíduo pratica. Frederick e Ryan²⁹ investigaram os fatores motivacionais que influenciavam o engajamento de um grupo de adultos em um exercício físico primário. Nesse estudo, foram analisados dois grupos: praticantes de esporte e praticantes de fitness. A pesquisa foi realizada com adultos de ambos os sexos e com uma média de idade de 39 anos. Os resultados indicaram que as dimensões da motivação diferiram dependendo do tipo de exercício físico praticado. Os participantes de atividades esportivas são caracterizados por um maior nível de motivação ligado a divertimento e competência em relação aos participantes do fitness, enquanto que estes são caracterizados por um maior nível de motivação ligada à aparência e a saúde.

Nesse caminho, Ryan *et al.*¹, por exemplo, compararam os motivos iniciais de praticantes de dois tipos de exercício físico: Tae Kwon Do e exercícios aeróbios. Seus principais resultados mostraram que participantes de Tae Kwon Do são mais motivados nas dimensões de divertimento e competência e menos motivados na dimensão motivos relacionados ao corpo (por exemplo, aparência) quando comparados aos participantes de exercício aeróbio. Além disso,

nesse estudo, os praticantes desta luta também mostraram melhor aderência, isto é, maiores intenções de continuar praticando o exercício físico. Nesse mesmo artigo, os resultados revelaram que a aderência foi associada com os motivos voltados ao divertimento, competência, e interação social, mas não com motivos voltados à boa forma e aparência. Estudos como o de Alexandris, Tsorbatzoudis e Grouios²¹ corroboram com a ideia de uma relação positiva entre motivação e frequência de participação, mostrando uma forte relação entre estas duas variáveis.

Alguns pesquisadores de motivação para exercício físico e lazer investigaram mais precisamente participantes de corrida. Summers *et al.*³⁰ pesquisaram os motivos para correr uma maratona de 363 corredores de meia-idade (média de 36,1 anos) que estavam participando de sua primeira maratona. Estes pesquisadores encontraram nesse estudo que para a maioria dos corredores a principal motivação para começar a correr foi melhorar a condição física, enquanto que a principal motivação encontrada para participar da maratona foi o desafio pessoal. Summers *et al.*³⁰ também relataram nesse estudo que quase todos os corredores (93%) que participaram da pesquisa declararam que os benefícios de correr uma maratona justificam o tempo e a energia gasta na preparação para a corrida, os benefícios mais apontados foram a realização e satisfação pessoal.

Truccolo, Maduro e Feijó⁷, por exemplo, identificaram que as razões mais importantes para as mulheres aderirem a um programa com assessoria técnica de corrida foram: melhora do condicionamento físico e saúde, apreciar estar ao ar livre, aumento da autoestima e melhora da aparência física. No mesmo estudo, para os homens, as razões mais importantes foram: diminuição da ansiedade, melhora do condicionamento físico e saúde, redução do estresse, melhora da autoestima e apreciar estar ao ar livre. Alguns estudos confirmam que motivos tais como saúde e estética se encontram entre os mais importantes tanto para homens quanto para mulheres para a prática de corrida^{7,31}. Contudo, existem motivos que diferem entre homens e mulheres. Dos motivos que diferem entre homens e mulheres para a prática de corrida, destacam os de redução de estresse e de diminuição de ansiedade que os homens apresentaram mais fortemente como fator de motivação⁷. A participação feminina no esporte e exercício físico em geral tende a ser motivada mais por socialização, diversão e preocupações com o corpo, enquanto a participação masculina é motivada mais pela competição e preocupações relacionadas ao ego^{29,32,33}.

Materiais e Métodos

Sujeitos

O projeto foi submetido e aprovado por um comitê de ética da área, que permitiu que pessoas que se inscreveram para participar de uma das mais populares corridas de rua (5k e 10K) da cidade de Ribeirão Preto participassem da pesquisa (CAAE no. 33625014.1.0000.5407). Os organizadores desta corrida foram contatados e concordaram em ajudar na pesquisa. Os organizadores perguntaram aos participantes se poderiam passar seus e-mails para os pesquisadores da presente pesquisa, os quais os contatariam em um futuro breve e pediriam a colaboração para responder a um questionário sobre corrida e eventos. Aqueles que concordaram receberam um e-mail convite para responder ao questionário online (N = 2043). Nesta primeira tentativa de contato, 259 e-mails não alcançaram o destinatário (e-mail errado, caixa postal lotada, ou outros problemas). Para estes não foram enviados os questionários. O grupo que recebeu o questionário (N = 1784) foi dividido aleatoriamente em dois subgrupos: grupo 1, que recebeu o questionário perguntando sobre *motivação para correr* e grupo 2, que recebeu o questionário perguntando sobre *motivação para participar de eventos de corrida*. Dos que receberam o questionário, 599 retornaram questionários utilizáveis para análise (taxa de retorno = 33,57%). O primeiro grupo retornou 394 questionários, enquanto o segundo retornou 205.

Em termos demográficos a amostra era bastante equilibrada, indicando que 58,4% dos respondentes eram homens, 50,3% eram casados(as), 51,1% não tinham filhos. Ainda, 63,9% dos respondentes tinham pelo menos um curso de graduação completo e 63,5% tinham uma renda familiar de onze salários mínimos brasileiros ou mais. Da amostra total, 56,3% dos respondentes afirmaram que eram orientados por alguém nos seus treinos de corrida. Destes, a grande maioria (83,8%) eram orientados por empresas de assessoria, personal trainers ou por outros profissionais de educação física (ex., professor da academia). A idade média dos respondentes era de 38,3 anos ($DP = 12$). Estes treinavam em média três vezes por semana ($DP = 1$), com treinos de duração média de 55,7 minutos ($DP = 20,3$) e tinham participado de seis eventos ($DP = 5$) nos últimos doze meses.

Escalas

A motivação foi verificada através de uma adaptação da escala de Ryan *et al.*¹, com cinco dimensões: (1) divertimento, (2) competência, (3) aparência, (4) fatores sociais e (5) saúde. Os itens foram respondidos com base numa escala de Likert, variando de *discordo totalmente* (1) a *concordo totalmente* (7). A descrição dos itens e sua respectiva dimensão encontram-se na Tabela 1.

Ao grupo 1 foi pedido para avaliar as afirmativas com base na sentença “*Eu corro porque...*”, enquanto que ao grupo 2 foi pedido o mesmo com base na sentença “*Eu participo de eventos de corrida porque...*”. Os itens foram embaralhados para a elaboração do questionário final, de modo que dois itens que representavam uma dimensão nunca apareceram em sequência. Isto foi feito para evitar um padrão pré-determinado de respostas.

Análise dos dados

Inicialmente, foram verificadas a fidedignidade e validade das medidas usadas no estudo para cada um dos grupos investigados. O índice alfa de Cronbach, que mede a consistência interna da série de itens que representam cada dimensão (construto) foi utilizado como uma medida de fidedignidade, de acordo com o proposto por Nunnally and Bernstein³⁴. Valores acima de 0,70 indicam boa consistência interna, o que é um bom indicativo da fidedignidade das medidas.

A validade dos construtos foi verificada através dos procedimentos descritos por Fornell e Larcker³⁵. Variância média extraída (AVE, do inglês *average variance extracted*) igual ou maior do que 0,50 indica que a variância explicada pelo construto nas respostas dos itens é maior do que o erro de medição e, conseqüentemente implica em validade convergente. Adicionalmente, existe validade discriminante quando a AVE for maior do que o quadrado da correlação entre qualquer par de construtos³⁵. Para o cálculo da AVE foi conduzida uma análise fatorial confirmatória³⁶, a fim de se conhecer a carga fatorial de cada item, isto é a covariância entre cada item e seu devido construto (dimensão da motivação). Para este cálculo foi usado o software Mplus 7.11.

Depois de verificadas a fidedignidade e a validade das medidas, foram conduzidas duas análises de variância multivariadas (MANOVA), uma para cada grupo de respondentes (grupo 1 respondeu sobre motivação para correr e grupo 2 respondeu sobre motivação para participar de eventos de corrida). Em ambas, a variável dependente foi *orientação* (corredores orientados x corredores autônomos), enquanto que as *cinco dimensões da motivação* (divertimento, competência, aparência, fatores sociais e saúde) foram as variáveis dependentes. As variáveis idade e sexo foram usadas como variáveis controle, isto porque a pesquisa pretendeu investigar as diferenças de motivação baseando-se no fato de que os corredores poderiam ser classificados entre orientados e autônomos. Controlando por idade, sexo e estado civil durante a análise de dados, permite afirmar-se que as diferenças de motivação não foram baseadas nestas três variáveis. Foi considerando um erro alfa igual a 0,05 para se assumir significância nas comparações efetuadas. Para esta análise foi usado o SPSS 17.0.

Resultados

Os índices alfa de Cronbach para todas as dimensões (construtos) foi suficientemente grande (Tabela 1), indicando boa consistência interna entre os itens e, conseqüentemente, boa indicação de fidedignidade³⁴. A validade convergente foi confirmada para todas as dimensões no questionário sobre motivação para participar de eventos de corrida e para quatro das cinco dimensões no questionário sobre motivação para correr (AVE na Tabela 1). A AVE da dimensão “competência” ficou um pouco abaixo dos 0,50. Preferiu-se não descartar esta dimensão porque ela é conceitualmente importante para a motivação intrínseca de praticantes de atividade física e esporte^{1,16}. Além disto, a dimensão mostrou boa validade convergente no questionário sobre motivação para participar de eventos. Adicionalmente, todas as dimensões de motivação tanto para correr como para participar de eventos mostraram boa validade discriminante ao se comparar a AVE com o quadrado das correlações entre pares de variáveis, inclusive a dimensão competência que havia falhado no teste de validade convergente. Os resultados das correlações não foram aqui apresentados por questões de espaço, mas podem ser pedidos ao primeiro autor.

Tabela 1. Dimensões da motivação, itens, alfa de Cronbach e variância média extraída (AVE).

Dimensão da		"Eu corro porque"		"Eu participo de eventos de corrida porque"	
Motivação	Itens	Alfa	AVE	Alfa	AVE
Divertimento		0,805	0,61	0,723	0,64
	1- Me dá satisfação				
	2- Eu simplesmente gosto				
	3- A atividade é estimulante				
Competência		0,711	0,52	0,711	0,46
	1- Eu gosto de desafios				
	2- Eu quero melhorar meu desempenho				
	3- Eu quero melhorar minha capacidade de correr				
Aparência		0,887	0,80	0,869	0,73
	1- Eu quero ter uma aparência melhor				
	2- Eu quero melhorar minha aparência física				
	3- Eu quero melhorar meu corpo				
Social		0,932	0,85	0,917	0,75
	1- Eu gosto de estar com outras pessoas enquanto treino				
	2- Eu gosto de estar com amigos no treino				
	3- Eu gosto de passar tempo com outras pessoas				
Saúde		0,865	0,73	0,795	0,63
	1- Eu quero ter uma vida saudável				
	2- Eu quero me manter saudável				
	3- Eu quero estar bem fisicamente				

A estatística descritiva indicou que os corredores orientados relataram maior motivação em todas as dimensões quando comparados aos corredores autônomos na sua *motivação para correr*. O motivo mais forte para correr foi saúde. Resultados da primeira MANOVA indicaram que existia uma diferença significativa na *motivação para correr* entre corredores orientados e corredores autônomos (*Wilks lambda* = 0,946; *F* = 4,037; *p* = 0,001). Os testes univariados indicaram que corredores orientados diferiram dos corredores autônomos nas dimensões de competência (*F* = 6,793; *p* = 0,010) e fatores sociais (*F* = 15,559; *p* < 0,001) da sua motivação para correr (Tabela 2). Nas outras três dimensões, as diferenças não foram estatisticamente significantes.

A estatística descritiva indicou que os corredores orientados relataram maior motivação em quatro das cinco dimensões quando comparados aos corredores autônomos (a exceção ocorreu na dimensão aparência) na *motivação para participar de eventos de corrida*. O motivo mais forte para participar de eventos foi saúde, a exemplo do que aconteceu com motivos para correr. Resultados da segunda MANOVA indicaram que existia uma diferença significativa na *motivação para participar de eventos de corrida* entre corredores orientados e corredores autônomos (*Wilks lambda* = 0,933; *F* = 2,640; *p* = 0,025). Os testes univariados indicaram que corredores orientados diferiram dos corredores

autônomos apenas na dimensão fatores sociais ($F = 6,044$; $p = 0,015$) da sua motivação para participar de eventos de corrida (Tabela 3). Nas outras quatro dimensões, as diferenças não foram estatisticamente significantes.

Tabela 2. Comparações entre corredores orientados e corredores autônomos nas dimensões de motivação para correr.

	Orientação	M	DP	F	p
Divertimento	Autônomos	6,24	1,03	3,597	,059
	Orientados	6,41	,79		
	Total	6,34	,90		
Competência	Autônomos	6,13	,95	6,793	,010
	Orientados	6,37	,81		
	Total	6,27	,88		
Aparência	Autônomos	5,77	1,24	,552	,458
	Orientados	5,90	1,12		
	Total	5,84	1,18		
Social	Autônomos	5,07	1,51	15,559	,000
	Orientados	5,67	1,35		
	Total	5,42	1,45		
Saúde	Autônomos	6,66	,69	2,429	,120
	Orientados	6,76	,56		
	Total	6,72	,62		

Tabela 3. Comparações entre corredores orientados e corredores autônomos nas dimensões de motivação para participar de eventos de corrida.

	Orientação	M	DP	F	p
Divertimento	Autônomos	6,32	,84	3,255	,073
	Orientados	6,51	,57		
	Total	6,44	,70		
Competência	Autônomos	6,12	,78	,196	,658
	Orientados	6,16	,83		
	Total	6,14	,81		
Aparência	Autônomos	6,17	,89	1,806	,181
	Orientados	6,03	,90		
	Total	6,08	,90		
Social	Autônomos	5,51	1,31	6,044	,015
	Orientados	5,99	1,15		
	Total	5,80	1,24		
Saúde	Autônomos	6,69	,48	,002	,967
	Orientados	6,72	,53		
	Total	6,71	,51		

Discussão

Este artigo contribui para o avanço da literatura em duas linhas. Primeiro, a proposta de uma escala concisa e adaptada de Ryan *et al.*¹ para se medir cinco dimensões da motivação para correr e para participar de eventos de corrida é uma contribuição para os profissionais dessa área, principalmente considerando que as medidas de ambas se mostraram fidedignidades e válidas para uma amostra de corredores. Segundo, o estudo usou uma amostra relativamente grande de corredores reais, o que permitiu a descrição de um bom estudo de caso acerca das motivações de corredores tanto para correr (treinar corrida) quanto para participar de eventos de corrida de rua. Ambos os avanços são importantes contribuições tanto para a área da educação física, quanto para a área de gestão esportiva. Naturalmente, como não se trata de uma amostra aleatória de todos os corredores de rua de uma região, inferências populacionais devem ser feitas com precaução. Preferencialmente, replicações deste estudo devem ser realizadas em outras regiões do estado e do país, antes que se façam tais inferências.

A análise multidimensional da motivação para prática de exercícios físicos e atividades de lazer é um ponto concordante na literatura^{1,21}. Procurando por um instrumento mais parcimonioso, o presente estudo utilizou-se das dimensões propostas por Ryan *et al.*¹, mas reduziu o número de indicadores por dimensão. O instrumento original de Ryan *et al.*¹ contém 30 itens, enquanto que o apresentado aqui tem 15 itens. O novo instrumento se mostrou eficiente para medir a motivação de corredores, o que se comprovou através das análises de fidedignidade e validade.

Os corredores avaliaram as cinco dimensões como fatores motivacionais importantes, tanto para correr como para participar de eventos (as médias foram todas acima de 5, que é ponto de concordância da escala de Likert variando de 1 a 7). Desta forma, diferentes motivos contribuem para a decisão de correr e participar de eventos. Em termos descritivos, saúde foi considerada a dimensão mais importante tanto para correr como para participar de eventos. Contudo, os motivos de saúde não diferiram quem busca uma orientação para correr e quem corre por conta própria. O mesmo aconteceu para as dimensões diversão e aparência. Isto indica que as pessoas que têm mais fortemente estas motivações podem satisfazer suas necessidades (de saúde, diversão ou aparência) correndo ou participando de eventos por conta própria, não necessitando de orientação profissional. Estes resultados são similares aos encontrados por Ryan *et al.*¹, que encontraram que a saúde era o motivo apontado como mais importante por praticantes de musculação para fazer exercício físico. No contexto cultural do estudo de Ryan *et al.*¹, as pessoas buscavam saúde e faziam musculação como atividade sem orientação profissional. Contudo, os motivos de saúde não diferenciavam aqueles que continuavam a se exercitar depois de um tempo daqueles que paravam. Já os motivos de diversão, competência e fatores sociais diferiam quem continuava e quem parava.

O fato das pessoas que correm e participam de eventos de corrida terem mencionado a saúde como principal motivação não foi surpresa. Outros autores^{30,31} encontraram em seus estudos que para a maioria dos corredores a principal motivação para começar a correr foi melhorar a condição física, que infere preocupações com a saúde. Contudo, nestes estudos as pessoas também afirmaram que a aparência tinha uma parcela importante em suas motivações para correr^{30,31}. Este fato também ocorreu no presente estudo, onde as pessoas reconheceram que a aparência desempenha um papel importante na motivação para correr e para participar de eventos de corrida.

Do ponto de vista da gestão do esporte, o resultado mais importante do presente estudo foi que corredores orientados apresentaram maiores níveis em relação aos corredores autônomos nas dimensões de motivação “competência” e “fatores sociais”. Desta forma, uma alternativa para gestores de assessorias de corrida melhorarem seus serviços, a fim de atender as necessidades de seu público alvo seria focar suas estratégias de marketing em fatores associados à melhora da competência para correr e aos fatores sociais envolvidos tanto em treinos como em eventos.

A utilização de elementos que favoreçam a identificação dos membros do grupo pode ajudar no aumento da motivação por fatores sociais. A teoria da identidade social³⁷ apoia ações que satisfaçam às necessidades de contatos

sociais, uma vez que o senso de “in-group” depende de quão diferente os membros de um grupo se sentem quando comparados aos demais. E na corrida, essa sensação de fazer parte de um grupo distinto não é diferente, primeiro o indivíduo ingressa no grupo de indivíduos que correm, depois ele ingressa em um grupo mais específico como uma equipe de corrida (assessoria de corrida), podendo posteriormente entrar em uma equipe de competidores, por exemplo. E assim o indivíduo vai encontrando qual grupo ele se inseri melhor. Esta é uma maneira de se sentir parte do grupo e satisfazer necessidades sociais³⁸. Entretanto, vale lembrar que os corredores não precisam ir muito longe para terem identificação principalmente com a atividade (corrida), uma das características dos participantes de corridas de longa distância é que se identificam fortemente com suas atividades, eles falam com orgulho sobre suas participações nos eventos e sua ligação com a atividade³⁹.

Estudos anteriores, como por exemplo, Alexandris e Carroll⁴⁰, se preocuparam basicamente em diferenciar participantes em suas motivações para fazer exercício físico baseando-se em variáveis demográficas. Alexandris e Carroll relataram que pessoas casadas e mulheres percebiam significativamente mais barreiras para praticar exercícios físicos e eram menos motivadas do que pessoas solteiras e homens. No mesmo estudo, eles apontaram que existia uma relação de um “U” invertido entre a percepção de barreiras e idade, indicando que as barreiras começam baixas, aumentam e depois voltam a diminuir conforme as pessoas vão se movimentando na escala do tempo. Considerando que a prática de exercício físico depende basicamente de um processo de negociação entre motivações e barreiras²⁵, o mesmo padrão de comportamento deve existir para a relação entre motivação e idade. O presente estudo não teve como objetivo verificar a influência de variáveis demográficas na motivação para corrida. Desta forma, as variáveis: idade, sexo e estado civil foram usadas como covariáveis nas análises de variância multivariadas, a fim de controlar estas variáveis enquanto as comparações por tipo de orientação (orientados x autônomos) fossem conduzidas. Como registro, pessoas de diferentes sexos e estados civil não diferiram em nenhuma das dimensões de motivação. A única exceção foi a variável idade, onde pessoas acima de 36 anos (mediana da amostra) eram mais motivadas a correr por divertimento do que pessoas abaixo desta idade. Para todas as outras dimensões, não houve diferença entre idades.

Na amostra do presente estudo, um pouco mais da metade dos corredores (56,3%) relatou que corre sob a orientação de alguém, seja professor de educação física, assessoria de corrida ou personal trainer. Isto indica que ainda há uma parcela considerável que não recebe orientação (autônomos) e que se constitui em consumidores em potencial para estes profissionais. Uma vez que estas pessoas já correm e participam de eventos de corrida, elas já gostam do produto “corrida”. Agora, cabe aos profissionais que vendem este produto mostrar a estes consumidores a vantagem de se receber uma orientação profissional. O marketing tem esta função de estimular o consumidor a comprar um determinado produto ou a mudar a maneira como consome o produto. O primeiro passo para uma boa estratégia de marketing é segmentar o mercado consumidor⁴¹. Neste sentido, a proposta do presente trabalho é que os gestores de assessorias além de segmentar seu mercado por fatores demográficos (o que aparentemente já fazem), passem a segmentar também por fatores psicográficos – isto é, por motivos que levam as pessoas a comprar um produto ou a contratar um serviço. Neste aspecto, os resultados do estudo são úteis tanto a gerentes de assessorias de corrida como aos organizadores de corrida de rua interessados em aumentar o número de participantes. Para os primeiros, destacar a melhora da competência e das interações sociais parecer ser uma boa orientação; enquanto que para os segundos, a sugestão seria enfatizar os benefícios sociais de se participar de eventos de corrida.

Treinos de corrida e participação em eventos estão envolvidos em uma relação de simbiose, uma vez que as provas de corrida de rua têm a capacidade de induzir o indivíduo ao exercício físico através do treino preparatório para participar da prova e a participação da prova em si². Desta forma, não foi surpreendente que as dimensões de motivação foram aproximadamente as mesmas para correr e para participar de eventos.

Conclusões

Este estudo teve como objetivo comparar corredores que têm optado por correr com uma orientação profissional (corredores orientados) e aqueles que correm sem orientação (corredores autônomos) em suas motivações para correr e para participar de eventos de corrida de rua. Inicialmente o instrumento para medir motivação de corredores aqui proposto produziu medidas fidedignas e validas para a amostra testada. Estudos futuros interessados em medir a motivação de corredores (e mesmo de pessoas que praticam outros exercícios físicos) no Brasil podem aproveitar este instrumento, porém vale a orientação de que a validade e a fidedignidade pertencem às medidas aqui realizadas. Novos estudos devem, portanto, verificar a fidedignidade e a validade das medidas para a situação em que forem utilizadas.

Os corredores de rua investigados neste estudo indicaram ter alta motivação tanto para correr como para participar de eventos de corrida. Os resultados médios das cinco dimensões de motivação aqui testadas – divertimento, competência, aparência, fatores sociais e saúde – foram todos superiores as cinco, o que indica que os corredores têm alta motivação para correr e para participar de eventos em todas as dimensões. Contudo, o estudo teve também o intuito de conhecer melhor os consumidores da corrida orientada, isto é, aqueles clientes que pagam profissionais de educação física e esporte para receber treinos e/ou outras orientações com relação à prática da corrida. Corredores orientados são mais motivados a correr por competência e por fatores sociais e são mais motivados a participar de eventos de corrida também por fatores sociais, quando comparados a corredores autônomos. Assim, na busca de atrair novos clientes e de manter os atuais, as assessorias e outros profissionais que trabalham com corrida deveriam enfatizar estes dois fatores, sem se esquecer dos demais. Divertimento, aparência e saúde também motivam as pessoas a treinar corrida e a participar de eventos, no entanto, parece que elas conseguem alcançar estes objetivos correndo sem orientação.

Apesar do mercado da corrida de rua ter crescido muito nos últimos anos e consequentemente ter aberto inúmeras possibilidades para os profissionais e empresas da área, o mercado também se tornou muito competitivo e tem exigido uma maior preparação das empresas. Esta preparação inclui conhecer o perfil do cliente, seus desejos, necessidades e motivações. É importante identificar e atender os motivos dos clientes, pois esse processo é peça chave para satisfazer e fidelizar o cliente⁴². Para um grupo de corrida, por exemplo, é fundamental que se tenha um grupo de alunos fiéis e consistentes nos treinos principalmente para motivar e servir de exemplo para os alunos iniciantes. O presente estudo deve ser considerado como uma primeira tentativa de se entender o comportamento de corredores enquanto clientes de assessorias de corrida e de outros profissionais de educação física. Estudos futuros podem, por exemplo, investigar a relação entre diferentes dimensões da motivação, envolvimento e continuidade no processo de consumir a orientação de corrida².

Em suma, identificar os motivos que levam as pessoas a correr e/ou participar de eventos de corrida é de grande importância para aumentar a participação de indivíduos nestas atividades e para mantê-los como clientes de organizações esportivas. Nesta nova era de grande competição entre organizações esportivas, aquelas que conhecerem melhor seus clientes levarão vantagens em satisfazê-los retê-los. Por fim, vale mencionar que apesar do foco do presente trabalho ter sido os aspectos de gestão de organizações esportivas, o oferecimento de melhores serviços na área do exercício físico orientado (seja a corrida, a musculação, ou qualquer outro exercício) tem uma consequência positiva em muitas outras áreas, com destaque para a saúde pública. O desenvolvimento de melhores assessorias de corrida, de melhores academias e de melhores profissionais de educação física é benéfico não apenas para os profissionais envolvidos nesta área, mas também para as comunidades de uma maneira geral.

Referências

1. Ryan RM, Frederic CM, Lepes DS, Rubio N, Sheldon KM. Intrinsic motivation and exercise adherence. *Int J*

Sport Psychol. 1997; 28(4): 335-54.

2. Funk DC, Jordan J, Ridinger L, Kaplanidou K. Capacity of mass participant sport events for the development of activity commitment and future exercise intention. *Leis Sci.* 2011; 33: 250-268.
3. Webrun (2002). História da modalidade Corridas de Rua. Webrun website. Disponível em: <http://www.webrun.com.br/h/noticias/historia-da-modalidade-corridas-de-rua/43/>. [2014 abr 4].
4. Salgado JVV, Chacon-Mikahil MPT. Corrida de rua: análise do crescimento do número de provas e de praticantes. *Conexões.* 2006; 4(1): 90-99.
5. Confederação Brasileira de Atletismo (Brasil). Norma 07, de 01 de jan de 2015. Reconhecimento e homologação de corridas de rua [norma na internet]. Website oficial da CBat <http://www.cbat.org.br/normas/Norma07.pdf/>. [2015 mai 8].
6. CORPORE Brasil, A Entidade [Internet]. São Paulo: CORPORE Brasil; citado em 04 abr. 2014]. CORPORE Brasil, A Entidade. Disponível em: http://www.corpore.org.br/cor_corpore_entidade.asp/. [2014 abr 4].
7. Truccolo AB, Maduro PA, Feijó EA. Fatores motivacionais de adesão a grupos de corrida. *Motriz.* 2008; 14(2): 108-114.
8. Feijó OG. Psicologia para o esporte: corpo e movimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Shape; 1998.
9. Samulski D. Psicologia do Esporte. São Paulo: Manole; 2002.
10. Bergamini CW. Motivação nas organizações. 4. ed. São Paulo: Atlas; 1997.
11. Iso-ahola S. Motivational foundations of leisure. In: Jackson EL, Burton TL, editors. *Leisure studies: prospects for the twenty-first century*. State College, PA: Venture Publishing; 1999. p. 35-51.
12. Lapointe MC, Perreault S. Motivation: Understanding leisure engagement and disengagement. *Loisir Soc.* 2013; 36(2): 136-44.
13. Ryan R, Deci E. Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemp Educ Psychol* [Internet]. 2000; 25(1): 54-67. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/10620381/>
14. Deci E. Intrinsic motivation. New York: Plenum Press; 1975.
15. Deci L, Ryan M. Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum; 1985.
16. Martens M, Webber S. Psychometric properties of the Sport Motivation Scale: An evaluation with college varsity athletes from the US. *J Sport Exerc Psychol.* 2002; 24: 254-70.
17. Mallett C, Kawabata M, Newcombe P, Otero-Forero A, Jackson S. Sport motivation scale-6 (SMS-6): A revised six-factor sport motivation scale. *Psychol Sport Exerc.* 2007; 8(5): 600-14.
18. Markland D, Ingledew D. The measurement of exercise motives: Factorial validity and invariance across gender of a revised Exercise Motivations Inventory. *Br J Health Psychol.* 1997; 2: 361-76.
19. Jackson E, Crawford D, Godbey G. Negotiation of leisure constraints. *Leis Sci.* 1993; 15: 1-12.
20. Crawford D, Jackson E, Godbey G. A hierarchical model of leisure constraints. *Leis Sci.* 1991; 13: 309-320.
21. Alexandris K, Tsorbatzoudis C, Grouios G. Perceived Constraints on Recreational Sport Participation: Investigating their Relationship with Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation and Amotivation. *J Leis Res.* 2002; 34(3): 233-52.
22. Crawford DW, Godbey G. Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leis Sci.* 1987; 9: 119-127.
23. Jackson EL. Leisure constraints: a survey of past research. *Leis Sci.* 1988; 10: 203-15.
24. White DD. A structural model of leisure constraints negotiation in outdoor recreation. *Leis Sci.* 2008; 30: 342-359.
25. Hubbard J, Mannel RC. Testing competing models for leisure constraint negotiation process in a corporate employee recreation setting. *Leis Sci.* 2001; 23(3): 145-163.
26. Carroll B, Alexandris K. Perception of constraints and strength of motivation: Their relationship to recreational sport participation in Greece. *J Leis Res.* 1997; 29(3): 279-99.
27. Guedes DP, Legnani RFS, Legnani E. Motivos para a prática de exercício físico em universitários e fatores associados. *Rev. bras. Educ. Fís. Esporte.* 2012; 26(4): 679-89.
28. Biddle S, Bailey C. Motives toward participation and attitudes toward physical activity of adult participants in fitness programs. *Percept Motor Skill.* 1985; 61: 831-834.

29. Frederick CM, Ryan RM. Differences in motivation for sport and exercise and their relations with participation and mental health. *J Sport Behav.* 1993; 16(3): 124-46.
30. Summers JJ, Sargent GI, Levey AJ, Murray KD. Middle-aged, non-elite marathon runners: a profile. *Percept Motor Skill.* 1982; 54: 963-969.
31. Leedy MG. Commitment to distance running: Coping mechanism or addiction? *J Sport Behav.* 2000; 23(3): 255-70.
32. Koivula N. Sport participation: Differences in motivation and actual participation due to gender typing. *J Sport Behav.* 1999; 22(3): 360-379.
33. Recours RA, Souville M, Griffet J. Expressed Motives for Informal and Club/Association-based Sports Participation. *J Leis Res.* 2004; 36(1): 1-22.
34. Nunnally JC, Bernstein IH. *Psychometric Theory.* 3th ed. New York: McGraw-Hill; 1994.
35. Fornell C, Larcker DF. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurements error. *J Mark Res.* 1981; 18: 39-50.
36. Tabachnick BG, Fidell LS. *Using multivariate statistics.* 5th ed. Boston: Pearson/Allyn & Bacon; 2007.
37. Tajfel H, Turner JC. The social identity theory of intergroup behaviors. In: Wordel S, Austen W, editors. *Psychology of intergroup relations.* Chicago: Nelson-Hall; 1986. p. 7-24.
38. Wann DL, Pierce S. Measuring Sport Team Identification and Commitment: An Empirical Comparison of the Sport Spectator Identification Scale and the Psychological Commitment to Team Scale. *N Am J Psychol.* 2003; 5: 365-72.
39. Ridinger LL, Funk DC, Jordan JS, Kaplanidou K. Marathons for the masses: exploring the role of negotiation-efficacy ad involvement on running commitment. *J Leis Res.* 2012; 44(2): 155-178.
40. Alexandris K, Carrol B. Demographic differences in the perception of constraints on recreation sport participation: results from a study in Greece. *Leis Studies.* 1997; 16: 107-125.
41. Mullin B, Hardy S SW. *Sport Marketing.* 3. ed. Champaign: Human Kinetics. 2007.
42. Bodet G. Consumer loyalty in sport participation services. In: Robinson L, Chelladurai P, Bodet G, Downward P, editors. *Routledge Handbook of Sport Management.* New York: Routledge; 2011. p. 227-237.