

PRODUÇÃO CIENTÍFICO-TECNOLÓGICA NA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO

**ADALBERTO ZORZO
(ORGANIZADOR)**

PRODUÇÃO CIENTÍFICO-TECNOLÓGICA NA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO

**ADALBERTO ZORZO
(ORGANIZADOR)**

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Natália Sandrini

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

P964 Produção científico-tecnológica na área de administração [recurso eletrônico] / Organizador Adalberto Zorzo. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

Formato: PDF
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
 Modo de acesso: World Wide Web
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-65-86002-13-3
 DOI 10.22533/at.ed.133200303

1. Administração – Pesquisa – Brasil. 2. Tecnologia. I. Zorzo, Adalberto.

CDD 658.4

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A coletânea “Produção Científico-Tecnológica na Área de Administração” é uma coletânea de trabalhos desenvolvido por: discentes, docentes (mestres e doutores) e pesquisadores com o objetivo de discutir, aplicar e fomentar a pesquisa; bem como incrementar o conhecimento científico-tecnológico na área de Administração.

O volume composto por quatorze trabalhos de excelência acadêmica abordará as temáticas nas áreas científica-tecnológica administrativa, tais como, logística, gestão, educação, sistema de informação e projetos. Com uma abordagem interdisciplinar em seus temas de estudo.

O objetivo central da coletânea é servir de referencial teórico para futuras pesquisas de alunos na área da administração bem como pesquisadores em seus projetos científicos, sejam eles, na área profissional ou acadêmica. Além disso, estimular e fomentar a divulgação de pesquisas acadêmicas na área. Deste modo, o volume está completo de trabalhos acadêmicos, em diversos métodos de pesquisa científica.

Com dados consolidados, estruturados e bem embasados, de modo que o leitor possa extrair a informação em sua excelência.

Desta forma, agradecemos a todos os autores pelo empenho e dedicação a área de administração, o qual puderam contribuir com a temática científico tecnológica, e ao corpo editorial da Atena Editora envolvido neste livro, o qual tornou a realidade esta obra de excelência

Entendemos o quão é importante a leitura desta coletânea, sendo ele, um guia para consultas sobre a temática.

Boa Leitura!!!!

Adalberto Zorzo

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A INFLUÊNCIA DA DISCIPLINA EMPREENDEDORISMO NA VIDA PROFISSIONAL DE UM ACADÊMICO YOUTUBER	
Náthaly do Amaral Verzas Helmuth Ossinaga Martines da Silva Ana Lúcia Monteiro Maciel Golin	
DOI 10.22533/at.ed.1332003031	
CAPÍTULO 2	11
ANÁLISE DE IMPACTO: POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS PARA O PORTO DE SANTOS	
Yuri Leal Clemente Ferreira Gabriel Diego Souza Marcus Vinicius Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1332003032	
CAPÍTULO 3	19
AVALIAÇÃO DAS APRENDIZAGENS NO ENSINO SUPERIOR: UM ENFOQUE SOBRE OS DOCUMENTOS INSTITUCIONAIS	
Elimar Rodrigues Alexandre	
DOI 10.22533/at.ed.1332003033	
CAPÍTULO 4	35
BIG DATA EM COMPRAS: UMA PESQUISA SOBRE O USO EM INDÚSTRIAS BRASILEIRAS	
Karen Cristina Araujo Facio	
DOI 10.22533/at.ed.1332003034	
CAPÍTULO 5	53
COMO OS CLUSTERS INDUSTRIAIS EM OPERAÇÕES E LOGÍSTICA SÃO ABORDADOS	
Ricardo Augusto Oliveira Santos Ricardo Silveira Martins	
DOI 10.22533/at.ed.1332003035	
CAPÍTULO 6	69
EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA DO SETOR DE BIOTECNOLOGIA E SUAS CAPACIDADES RELACIONAIS PARA A INOVAÇÃO	
João Marcos Silva de Almeida Priscila Rezende da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.1332003036	
CAPÍTULO 7	90
ESTRATÉGIA DE COOPERAÇÃO - SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DO CONSÓRCIO COOPERATIVO AGROPECUÁRIO MINEIRO	
Nidelson Teixeira Falcão Alexandre Teixeira Dias	
DOI 10.22533/at.ed.1332003037	

CAPÍTULO 8	111
ESTUDO DE CASO DE UMA UNIDADE DE SAÚDE PÚBLICA MUNICIPAL NO INTUITO DE MELHORIA NO ATENDIMENTO A POPULAÇÃO	
Priscila Marinho da Silva Marcela Cíntia da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1332003038	
CAPÍTULO 9	131
GERENCIAMENTO DE RISCO DE TRÁFEGO EM PPP RODOVIÁRIA COM USO DE MODELAGEM DE OPÇÕES REAIS EM CONCESSÕES SCUT	
Cristiano Maroja de Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.1332003039	
CAPÍTULO 10	144
O SUCESSO DOS PROJETOS NA VISÃO DE GERENTES DE PROJETOS E EMPRESAS	
Emerson Aparecido Mouco Júnior Juliano Cesar dos Santos Braz Thiago Gonçalves Bastos	
DOI 10.22533/at.ed.13320030310	
CAPÍTULO 11	157
PARTICIPAÇÃO PÚBLICA DOS COMERCIANTES DE AÇAÍ NO CONTEXTO DA GOVERNANÇA URBANA DE PORTO VELHO - RO	
Pablo Nunes Vargas Cassia Toshie Yamanaka Tomás Daniel Menéndez Rodríguez	
DOI 10.22533/at.ed.13320030311	
CAPÍTULO 12	172
REVISÃO TEÓRICA SOBRE AS DIMENSÕES DOS VALORES DA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA A GESTÃO DA COOPERAÇÃO EM INOVAÇÃO TECNOLÓGICA	
Sonia Regina Hierro Parolin Andrea de Paula Segatto	
DOI 10.22533/at.ed.13320030312	
CAPÍTULO 13	192
SEM DOR, SEM GANHO! REFLEXÕES SOBRE O SACRIFÍCIO PERCEBIDO DE CONSUMO A PARTIR DA PRÁTICA FITNESS	
Marianny Jessica de Brito Silva Salomão Alencar de Farias	
DOI 10.22533/at.ed.13320030313	
CAPÍTULO 14	207
TENHO QUE DECIDIR, E AGORA? UMA REVISÃO INTEGRATIVA DE PESQUISAS EXPERIMENTAIS ENVOLVENDO TAREFAS DECISÓRIAS	
Mauri Leodir Löbler Eliete dos Reis Lehnhart Rafaela Dutra Tagliapietra Carolina Schneider Bender	
DOI 10.22533/at.ed.13320030314	

CAPÍTULO 15	231
AVALIAÇÃO DO CRESCIMENTO DAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO: UM ESTUDO BASEADO NO SISTEMA PEARLS	
Lívia Cardoso Silva de Jesus Ribeiro	
Rafael Crisóstomo Alves	
DOI 10.22533/at.ed.13320030315	
SOBRE O ORGANIZADOR	252
ÍNDICE REMISSIVO	253

SEM DOR, SEM GANHO! REFLEXÕES SOBRE O SACRIFÍCIO PERCEBIDO DE CONSUMO A PARTIR DA PRÁTICA FITNESS

Data de aceite: 19/02/2020

Data de submissão: 29/11/2019

Marianny Jessica de Brito Silva

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

<http://orcid.org/0000-0001-5567-3657>

Salomão Alencar de Farias

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

<http://orcid.org/0000-0001-5415-2606>

RESUMO: Este ensaio teórico visa refletir sobre a percepção sacrificial no estilo de consumo fitness, estabelecendo associações entre sacrifício e dor nas experiências de consumo. As proposições estabelecidas apontam que o sacrifício percebido no estilo de consumo fitness envolve custos e riscos que trazem a percepção de perda monetária e não-monetária, incluindo a perda do corpo habitual. Neste cenário, a dor é entendida ao mesmo tempo como meio para alcançar o ideal fitness e como um benefício em si desta prática, que objetiva o corpo belo, a aparência musculosa e definida, transformando o corpo e a identidade do indivíduo impulsionado pelo contexto social que realça a impossibilidade de ganhos, sem dor. Este estudo oferece um avanço para

o conhecimento ao propor uma definição unificada do sacrifício percebido e analisá-la no estilo fitness de consumo apontando suas características e suas relações com a dor, estabelecendo uma relação indivíduo *versus* corpo neste estilo como antítese estabelecida entre amor-próprio e o ódio pela forma do corpo. Os resultados do estudo revelam que o objetivo ritualista desse sacrifício busca objetivos mais prosaicos que não estejam ligados às práticas das experiências místicas, mas à conquista do mercado das aparências, através de uma boa performance física e, especialmente, visual dos consumidores ávidos por atuar em seus próprios corpos, purificando-os continuamente pela dor.

PALAVRAS-CHAVE: Sacrifício Percebido. Estilo de Consumo Fitness. Corpo. Dor.

NO PAIN, NO GAIN! REFLECTIONS ON THE PERCEIVED SACRIFICE OF CONSUMPTION FROM FITNESS PRACTICE

ABSTRACT: This theoretical essay reflects on the sacrificial perception in the style of fitness consumption, establishing associations between sacrifice and pain in the consumption experiences. The established propositions point out that the perceived sacrifice in the

consumption fitness style involves costs and risks that bring the perception of monetary and non-monetary loss, including habitual body loss. In this scenario, pain is understood at the same time as a means to achieve the ideal fitness and as a benefit in itself of this practice, which aims the beautiful body, the muscular and defined appearance, transforming the body and the identity of the individual driven by the social context that emphasizes the impossibility of gains, without pain. This study offers a breakthrough for knowledge by proposing a unified definition of perceived sacrifice and analyzing it in the consumption fitness style by pointing out its characteristics and its relationship to pain, establishing an individual versus body relationship in this style as an established antithesis between self-esteem and hatred for the shape of the body. The results of the study reveal that the ritualistic goal of this sacrifice seeks more prosaic goals that are not linked to the practices of mystical experiences, but to the conquest of the market of appearances, through a good physical and especially visual performance of consumers eager to act on their own bodies, purifying them continually through pain.

KEYWORDS: Perceived Sacrifice. Consumption Fitness Style. Body. Pain.

1 | INTRODUÇÃO

“O centro de suas vidas é a academia. Tanto que alguns chegam a sacrificar as relações pessoais em nome de um esforço sem fim em busca de um músculo cada vez mais volumoso [...]. A obsessão com a imagem corporal tornou-se um dos traços característicos das sociedades desenvolvidas, onde um físico magro e musculoso está associado ao sucesso e à atração sexual” (RIVERA, 2016).

O trecho do texto “culto ao corpo: retrato de uma obsessão” extraído da revista *El País* reflete uma das características da sociedade contemporânea: a busca pelo ideal *fitness*. Diferente do período de modernidade sólida em que se observou a busca pela saúde como padrão de seus membros; na modernidade líquida de hoje, busca-se estar em forma, independente do aspecto saudável envolvido, ou seja, tenta-se ter um “corpo flexível, absorvente e ajustável pronto a viver sensações ainda não testadas e impossíveis de descrever com antecedência” (BAUMAN, 2001, p.191).

O estilo fitness é caracterizado como práticas de manutenção e modificação do corpo, envolvendo atividades de consumo pautadas em exercícios físicos levados ao extremo, especialmente voltados à musculação, regimes alimentares e até cirurgias plásticas (CROSSLEY, 2005). Essas ações são guiadas por uma filosofia do tipo “*no pain, no gain*”, ou seja, sem dor, sem ganho. Enquanto muitos consumidores gastam milhões para aliviar e evitar certos tipos de dor, o indivíduo fitness participa de atividades extremamente dolorosas na perseguição ao objetivo subjetivo de forma, imagem mental e outros desejos corporais (ALBINSSON; PERERA; SHOWA, 2016).

Apesar dos pesquisadores de consumo já reconhecerem que a busca dos consumidores por atividades física e emocionalmente dolorosas (HIRSCHMAN; HOLBROOK, 1982), estudos que abordam a dor como tópico em si nesta área são raros (SCOTT; CAYLA; COVA, 2017). Este artigo proporciona, portanto, uma reflexão sobre um tema pouco explorado, mas vivenciado no dia-a-dia dos consumidores na escolha por diversas experiências.

A busca por um corpo apto a partir do consumo de bens e serviços exige dos indivíduos uma disciplina acentuada e uma intensa série de sacrifícios (TURNER; 1982; THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995; SEVERIANO; RÊGO; MONTEFUSCO, 2010) que são percebidos a partir das práticas dolorosas em termos físicos e emocionais. As características desse sacrifício, suas configurações e conexões devem ser compreendidas visando o entendimento do estilo Fitness e do papel da dor nas práticas de consumo orientadas por este ideal corporal.

Assim, este artigo visa estabelecer reflexões e aportes teóricos sobre a percepção sacrificial no estilo de consumo fitness, estabelecendo associações entre sacrifício e dor nas experiências de consumo. Para isso, os conceitos de sacrifício percebido no Comportamento do Consumidor são analisados propondo uma definição unificada; posteriormente o estilo fitness é observado em suas peculiaridades e características e, por fim, discussões sobre esses elementos são tecidas a partir da compreensão da dor.

2 | SACRIFÍCIO PERCEBIDO NA EXPERIÊNCIA DE CONSUMO

Se perguntarmos a um indivíduo se ele já realizou sacrifícios em favor de algo ou de alguém, a resposta provavelmente será sim. De fato, percepções sacrificiais estão presentes na vida dos seres humanos em diversas esferas do cotidiano, entre elas a de consumo. Pessoas acreditam sacrificar dinheiro, tempo, tipos de comportamento e relacionamentos para obter, utilizar e/ou descartar bens e serviços. Consumir menos (VERGRAGT; AKENJI; DEWICK, 2014) ou adotar padrões de consumo economicamente sustentáveis (HÜTTEL et al., 2018) também estão ligados ao estabelecimento de uma percepção sacrificial. Apesar disto, as características e o contexto do sacrifício percebido no campo de pesquisa do consumidor precisam ser mais bem explorados, especialmente por causa da imprecisão do termo sacrifício na área.

A significação da palavra tem sua origem na religião, mas ultrapassa e se distancia do significado de “fazer sagrado” (BADJE, 2005, p. 178), adquirindo numerosos sentidos e interpretações profanas na contemporaneidade, envolvendo atos de altruísmo, renúncia e abnegação (CORREIA, 2016). Isso implica em custos,

riscos e esforços. Desta forma, sacrificar envolve tais elementos, mas não pode ser igualado em termos conceituais a esses construtos.

Esta incompreensão pode ser observada no campo do Comportamento do Consumidor, a partir do estudo de Dodds e Monroe (1985), que aborda a temática em questão sob a perspectiva do valor percebido, conceituando sacrifício percebido como todos os custos envolvidos em uma compra. Ao igualar semanticamente estes conceitos, as fronteiras ou limites que orientam a compreensão do termo em análise são dissipados, gerando questionamentos, tais como: se sacrifício é custo, todo custo é percebido como sacrifício? Se ambos significam a mesma coisa, por que não adotar um deles nos discursos e trabalhos a fim de evitar miscelâneas?

Ignorando as dubiedades, a percepção de sacrífico é entendida por muitos estudiosos do Comportamento do Consumidor como custo, seja ele monetário (DODDS; MONROE, 1985; MONROE, 1990; RAVALD; GRÖNROOS, 1996; TEAS; ARGAWAL, 2000; SWEENEY; SOUTAR, 2001; GAO; ZHANG; MITTAL, 2015) tendo no preço do produto o principal elemento, ou não-monetário, que inclui custos de pesquisa (ZEITHAML, 1988; DODDS; MONROE; GREWAL, 1991; LAPIERRE, 2000; WANG et al., 2004), de tempo (ZEITHAML, 1988; DODDS; MONROE; GREWAL, 1991; CRONIN; BRADY; HULT, 2000; WANG et al., 2004), de aprendizagem (KUMAR; REINARTZ; 2016), de mudanças (YANG; PETERSON, 2004), psíquicos (ZEITHAML, 1988; WANG et al., 2004) e emocionais (BELDONA; KHER, 2014; KOCH; SAUERBRONN, 2018) para comprar algo.

Também é possível observar a visão de custo percebido de acordo com a impressão de esforço e risco para a aquisição (MURPHY; ENIS, 1986), de modo que o primeiro envolve gastos de dinheiro, de energia (esforço físico e mental – DODDS; MONROE; GREWAL, 1991; CRONIN; BRADY; HULT, 2000) e de tempo para adquirir um bem ou serviço (MURPHY; ENIS, 1986; BELDONA; KHER, 2014), e o risco refletiria uma insegurança de que o produto poderá não oferecer os benefícios procurados após a compra, comprometendo e invalidando a percepção do custo-benefício realizada anteriormente, sendo subdividido em riscos: financeiro (WILLIAMS; ASHILL; THIRKELL, 2016), psicológico, físico, funcional (RAVALD; GRÖNROOS, 1996; WILLIAMS; ASHILL; THIRKELL, 2016) e social (MURPHY; ENIS, 1986). Por meio destas perspectivas, o sacrifício percebido é relatado em termos de custos monetários e não monetários (tipos de esforços) e risco, aumentando a imprecisão do conceito.

De fato, os estudos até aqui citados sob o foco teórico do Comportamento do Consumidor não contribuem para a proposição de uma definição unificada do sacrifício percebido no consumo, motivo este que oportuniza o desenvolvimento de trabalhos visando atender esta lacuna. Assim, inicialmente, o presente artigo propõe conceituar o sacrifício percebido a partir da sistematização do conhecimento

disponível e acessível aos autores e, ao analisar o termo sob a ótica da área de estudo do comportamento do consumidor, busca-se desconstruir as imprecisões do significado em questão, de modo a suscitar pesquisas orientadas por uma definição operacional distinta das expostas até o momento.

Os problemas em termos semânticos do sacrifício refletem sua complexidade e multidisciplinariedade, além de seu uso frequente na linguagem da esfera popular (WATTS, 2011) que o coloca como característica da sociedade contemporânea (economia do sacrifício - FERRERO, 2014). Efetivamente, o sacrifício percebido pelas pessoas surge de atos que englobam tanto atividades entendidas como comuns (percepção sacrificial ao fazer uma dieta, por exemplo) quanto aquelas incomuns, estranhas ou extremas (terrorismo). Indo além da visão de sacrifício como risco ou custo/esforço proposta pela corrente de valor percebido do Comportamento do Consumidor, este artigo propõe a inserção de outros elementos que estabeleçam fronteiras entre os conceitos expostos. É a partir do estudo filosófico desenvolvido por Matear (2014) que alguns destes fundamentos são estabelecidos. Para a autora (p. 39, 2014) “a percepção de perda pessoal e a transformação da identidade associada a desistir de algo para um bem maior é a chave de distinções para determinar se uma ação é ou não sacrificial”.

Por isso, a ação que representa um sacrifício está relacionada positivamente às redes de relacionamento em um contexto de consumo, sendo suas características expressas como: (a) custos e riscos que (b) trazem uma sensação de perda significativa, (c) motivados para obtenção de benefício/propósito mais elevado, (d) gerando transformações no indivíduo (SHERRY; KOZINETS, 2007) que (e) o realiza de maneira voluntária, (f) dentro do contexto social (MATEAR, 2014). Ao envolver o sentimento de perda e uma transformação do indivíduo, o sacrifício no consumo também é visto por alguns estudiosos da área de Comportamento de Consumidor como uma expressão de amor e como um presente perfeito para outra pessoa, representando um cuidado, uma atenção e uma tentativa de agradar (BELK; COON, 1993; MILLER, 1998), sendo tais características incluídas no conceito aqui proposto.

Assim, assume-se que a percepção de sacrifício é gerada com base nos custos e riscos que provocam a sensação de perda significativa a ser realizada de modo voluntário em prol de benefícios mais elevados, transformando o comportamento do indivíduo que considera o contexto social impulsionador ou repressor da percepção sacrificial (Figura 1), podendo representar um ato de amor pelo outro ou por si mesmo (elemento opcional).

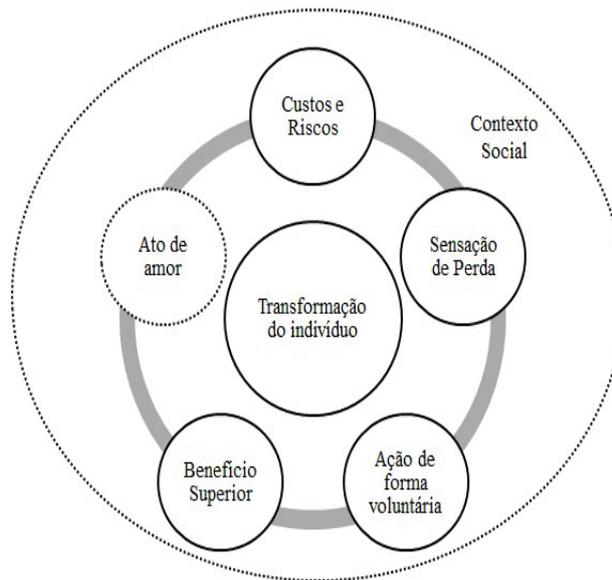


Figura 1: Componentes adotados para o conceito de Sacrifício Percebido.

Fonte: autores (2019).

3 | ESTILO FITNESS

Atendendo para a modernidade líquida que faz dos sujeitos mercadorias (BAUMAN, 2001, 2008), elementos de vendabilidade são buscados pelos consumidores para alcançar a visibilidade e a aceitabilidade social. Dentre tais elementos, destacam-se os investimentos no corpo que é constantemente ajustado e modificado, a ponto de Featherstone (2010) afirmar que a cultura de consumo atual é obcecada pelo corpo, demonstrando a importância da aparência e da apresentação corporal dentro da sociedade (FEATHERSTONE, 1982). Nesta configuração, o estilo de vida fitness ganha notoriedade, sendo escolhido como elemento de perscrutação.

Focados em ideais de beleza, indivíduos buscam o corpo *fit*, termo inglês que significa ajustado, adequado, adaptado, desenvolvendo atividades pautadas no esforço, na dedicação e, principalmente, na inconformação com elementos de imperfeição, defeito e assimetria do corpo (SILVA, 2012). Ao longo da história da humanidade, a busca por este ajuste foi constantemente redefinido pela sociedade.

Dependendo do período histórico, a sociedade descreveu como fit uma pessoa corpulenta, magra, musculosa, não muscular, exibindo preguiça, altamente ativa, comedora de carne e batatas, vegetariana e todos os estágios intermediários. À medida que a sociedade se move de uma época para outra, o conceito fit e sua finalidade como promotor da saúde e de uma vida desejável evoluiu (ALBINSSON; PERERA; SHOWA, 2016, 2016, p. 1).

Contemporaneamente, a prática fitness é fortalecida pela visão somática que aponta o corpo como fonte de identificação e subjetivação, orientando condutas e sociabilidades que reforçam a uniformidade dos corpos por meio de um referencial

musculoso (COSTA, 2004; SUEITTI; SUEITTI, 2015; BISMA et al., 2017), que envolve um afastamento da obesidade e a promoção de um estilo de vida ativo complementado por exercícios vigorosos (ALBINSSON; PERERA; SHOWA, 2016).

Tal estilo de vida é reflexo de normas contextuais sobre um corpo idealizado, produzindo estigmas para aqueles cujo elemento corpóreo não é considerado aceitável (WEDOW et al., 2017). O ideal *fit* sustenta, portanto, o imaginário de um corpo perfeito, gerador antes de tudo de corpos dóceis e disciplinados que sofrem com métodos e normas rigorosas pautadas no sacrifício (TURNER; 1982; THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995; SEVERIANO; RÊGO; MONTEFUSCO, 2010). Reconhecer e voltar-se ao estudo de tal realidade implica em considerar o corpo como espetáculo contemporâneo para além de músculos, ossos e aparências, carregando significados (GOELLNER, 2008) que estão intimamente relacionados às experiências de consumo em prol desta construção incessante.

O estilo fitness é entendido como prática de modificação e, ao mesmo tempo, de manutenção do corpo, envolvendo atividades de consumo pautadas em dietas, exercício, musculação e até cirurgias estéticas (CROSSLEY, 2005). Neste contexto, são impostas metas de condicionamento físico que se mostram desafiadoras, impedindo a ação suave para a realização destas (BAGOZZI; DHOLAKIA, 1999). Por isso, alcançar o resultado desejado requer esforço de longo prazo, fazendo do corpo um rascunho e do sujeito em busca da aptidão um consumidor desassossegado em sua ação de perseguição ao objetivo subjetivo de forma, imagem mental e outros desejos corporais (ALBINSSON; PERERA; SHOWA, 2016).

A prática fitness implica, portanto, em experiências de consumo peculiares, envoltas de exigências, abstinências, esforço e risco. Como descreve Severiano, Rêgo e Montefusco (2010, p. 158, grifos dos autores):

Tal qual a lógica monetária, na qual grandes lucros implicam algum risco, **o corpo ideal exige uma grande cota de sacrifícios**. É a filosofia do *no pain, no gain*. O desconforto é visto como meio legítimo de se chegar ao ideal, e, ao mesmo tempo, “não existe uma vitória sem sacrifícios”. Entretanto, atentemos para o detalhe sutil de que a patologia não está necessariamente implicada na lógica do *no pain, no gain*, que remonta, inclusive, às origens protestantes do espírito capitalista moderno, mas aos extremos a que ela é levada por alguns indivíduos hipermodernos. O efeito nocivo está em considerar **mesmo o mal-estar mais excruciante como uma via régia para a perfeição corporal**.

Por isso, destaca-se a dor como elemento central nas práticas de consumo deste estilo de vida. Esta dor traz para o corpo um foco nítido, permitindo o redescobrimto da corporeidade, agindo como fuga regenerativa do eu, ajudando na criação de histórias de vida observadas como plenas (SCOTT; CAYLA; COVA, 2017). Os resultados desta dor representam uma tentativa de aproximar a imagem corporal real da imagem idealizada, ainda que problemas fisiológicos possam surgir como, por exemplo, o transtorno alimentar (BISMA et al., 2017). Não se fala, assim,

em um corpo interno, mas na aparência e no gerenciamento de impressões do corpo externo, considerando que o propósito primordial da manutenção do corpo interior torna-se o aprimoramento da aparência do corpo exterior (FEATHERSTONE, 1982) como recompensa do trabalho árduo e da resistência à tentação.

Diante disso, é importante considerar o ideal fitness como indutor da exposição do corpo que, ao ser exibido, educa outros corpos. Tal educação é pautada principalmente no consumo de determinados bens e serviços, de marcas específicas, de ideias e representações voltadas à beleza, saúde, sensualidade e sucesso que padronizam gestos e práticas (GOELLNER, 2008), demarcando membros da sociedade. Logo, considera-se o corpo como socializado, influenciado por normas sociais de aparência que moldam o senso de corpo ideal ou mais desejável e motiva certas atividades de consumo (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995).

4 | REFLEXÕES SOBRE ESTILO FITNESS E O SACRIFÍCIO PERCEBIDO NO CONSUMO – O ASPECTO DA DOR

O estilo Fitness orienta práticas sacrificiais que expressam constatações do valor do tempo, do dinheiro e da energia gastos em prol de uma nova imagem corporal (FEATHERSTONE, 2010). São, portanto, custos que envolvem, mas ultrapassam a perspectiva monetária (DODDS; MONROE, 1985; GAO; ZHANG; MITTAL, 2015), incluindo: (i) custos de tempo (WANG et al., 2004) ligados especialmente à duração e ao período de exercícios físicos praticados, tendo na academia o espaço para isto. De fato, este ambiente é o lugar onde o corpo *fit* é produzido e incentivado a partir de valores culturais compartilhados neste local que orientam um corpo tonificado e esbelto gerado mediante muito tempo de exercício e suor (SASSATELLI, 1999) produzindo os (ii) custos de energia física, psíquica e emocional (WANG et al., 2004; BELDONA; KHER, 2014; KOCH; SAUERBRONN, 2018) para se manter fitness. Estes custos representam o esforço desafiador para o alcance das metas do condicionamento físico desejado, impedindo o alcance dos objetivos a partir de uma ação suave (BAGOZZI; DHOLAKIA, 1999), requerendo esforços de longo prazo na perseguição ao desejo *fit* (ALBINSSON; PERERA; SHOWA, 2016), pois mesmo que o corpo já esteja ajustado, reforçando o alcance momentâneo do objetivo, o cuidado ainda será mantido, reforçando a continuidade da percepção do sacrifício composto pela mesma ou por outras dimensões. Assim, considera-se que:

Proposição 1 (P1): O sacrifício percebido no estilo de consumo fitness envolve custos monetários, de tempo e de energia.

Para além dos custos, a percepção sacrificial também é desenvolvida a partir dos riscos percebidos no estilo Fitness. Dentre os tipos descritos por Murphy e Enis (1986), destacam-se os riscos financeiro, funcional, psicológico e físico como

elementos importantes na construção da percepção sacrificial no consumo neste cenário. O financeiro é evidenciado ao reconhecer que as experiências, alimentos e procedimentos voltados a tal estilo tem um preço elevado, podendo não valer o que realmente cobram (WILLIAMS; ASHILL; THIRKELL, 2016). Já o risco funcional implica na possibilidade do bem ou serviço não funcionar conforme o esperado. As propagandas de produtos milagrosos que afinam a cintura e definem o corpo rapidamente são apenas alguns dos elementos que reforçam o risco funcional no consumo fitness. Adicionalmente, realçam-se os riscos físicos e psicológicos que envolvem algum impacto negativo na segurança do indivíduo; neste caso, na própria saúde do consumidor, ligando-se aos problemas fisiológicos que possam surgir como, por exemplo, o transtorno alimentar (BISMA et al., 2017), tanto quanto aos problemas psicológicos de baixa autoestima, insatisfação e depressão em busca da imagem corporal objetivada, gerando estigmas (WEDOW et al., 2017). Por isso, conclui-se que:

Proposição 2 (P2): O sacrifício percebido no estilo de consumo fitness envolve riscos monetários, funcionais, psicológicos e físicos.

Os custos e riscos, que são vivenciados de forma voluntária, no estilo de consumo Fitness geram a percepção de perda em prol de benefícios superiores. Dentre as perdas que englobam o aspecto monetário e não-monetário, destaca-se a perda do corpo habitual (FEATHERSTONE, 2010), um estranhamento natural do indivíduo sobre si mesmo devido às transformações ocorridas em sua estrutura física. Esse descaminho gera um dos benefícios buscados com a prática fitness que é a exaltação incessante do trabalho transformador do corpo. Neste contexto, destaca-se a dor, que deve ser considerada para além de um meio e de um recurso voltado ao alcance do benefício; ela deve ser observada como um dos próprios ganhos. De fato, sentir dor gera o redescobrimto da corporeidade, regenerando o eu e auxiliando na construção de histórias de vida plenas (SCOTT; CAYLA; COVA, 2017); fazem, portanto, com que os esforços sejam vistos valorosos e que as atividades sejam percebidas como exitosas. Entende-se que:

Proposição 3 (P3): Os custos e riscos no estilo de consumo Fitness trazem a percepção de perda monetária e não-monetária, incluindo a perda percebida do corpo habitual.

Proposição 4 (P4): A dor é entendida ao mesmo tempo como meio para o alcance do ideal fitness e como um benefício em si desta prática.

Os custos e riscos envolvidos no consumo fitness também são realizados visando o melhor gerenciamento de impressões do corpo externo, da aparência. Esta atividade gera benefícios diversos que justificam os esforços realizados ao propor que a imagem do corpo fit gera externamente para a sociedade uma autoimagem positiva, um estilo de vida estimulante e uma melhor qualidade de

vida; ou seja, belos corpos exemplificam boas vidas (FEATHERSTONE, 2010). “Imagens do corpo bonitas, abertamente sexuais e associadas ao hedonismo, lazer e exibição enfatizam a importância da aparência e do ‘olhar’” (FEATHERSTONE, 1982, p. 18). Tal benefício gera aceitabilidade, destaque social e poder (STEWART; STRATHERN, 1999). Por isso:

Proposição 5 (P5): O benefício superior buscado na prática fitness é o corpo belo, a aparência musculosa e definida que demonstram boa vida, o hedonismo e a aceitabilidade social.

Observando ainda o elemento opcional do amor proposto para definir o sacrifício percebido, o estilo fitness pode vir a representar o amor próprio, ou seja, o cuidado e a atenção com si próprio. Ao mesmo tempo, pode ser considerado um ato de desamor, de narcisismo, de egoísmo e insatisfação constante para com si mesmo (SILVA, 2012). Esses elementos contraditórios refletem a própria contradição corporal: ao mesmo tempo em que o corpo humano é exaltado como um refúgio de subjetividade, digno de valorização e esforço; é necessário maltratá-lo, violá-lo, deformá-lo e cortá-lo para adaptá-lo a um modelo corporal hegemônico. Como Sibilia (2004, p. 74) reforça, o corpo “é condenado por ser impuro em um novo sentido: imperfeito e finito; orgânico, muito orgânico... e, portanto, fatalmente condenado à decomposição e à obsolescência”. Portanto, o sacrifício percebido no Consumo Fitness é uma expressão de amor (BELK; COON, 1993; MILLER, 1998) e, ao mesmo tempo, de ódio ao próprio corpo, caracterizado pelo narcisismo que elimina a perspectiva altruísta dessa prática sacrificial.

Proposição 6 (P6): O sacrifício percebido no Consumo Fitness traz o amor como elemento contraditório, podendo refletir uma relação de amor-próprio ou de ódio pelo corpo.

Ademais, um dos elementos característicos do sacrifício percebido é a transformação do indivíduo (SHERRY; KOZINETS, 2007; MATEAR, 2014). A prática fitness é descrita como atividade de modificação e manutenção do corpo (CROSSLEY, 2005), implicando em mudanças físicas, comportamentais, psicológicas e emocionais seguidas da manutenção do físico alcançado. Trata-se, portanto, de uma transformação do mesmo ser por meio do corpo renascido, reformulado e ajustado; implica em alterações nos próprios padrões de consumo do indivíduo, no tipo de alimento que se deve consumir, qual atividade preferir, que tipo de roupa usar. O sacrifício percebido no consumo fitness é orientado para além da compra e uso destes bens e serviços; ele é alicerçado em um estilo de vida que molda a identidade (ALBINSSON; PERERA; SHOWA, 2016), transformando o comportamento e a atitude do indivíduo que passa a buscar a dor e, por meio dela, o corpo ideal. Neste sentido, espera-se que:

Proposição 7 (P7): O sacrifício percebido no Consumo Fitness implica

em uma transformação do corpo e da identidade do indivíduo que passa a vê na dor o benefício e o meio para o alcance do corpo ideal.

Ainda é válido considerar que o sacrifício percebido é desenvolvido em dado contexto social (MATEAR, 2014). No estilo fitness, o corpo é visto como um indutor de exposição que educa os demais, sendo socializado a partir de normas de aparência que moldam a ideia de forma ideal (THOMPSON; HIRSCHMAN, 1995). Por isso, o contexto social estabelece padrões que induzem e orientam a busca pelo corpo *fit*, se pautando na filosofia “sem dor, sem ganho”, impulsionando a percepção sacrificial, no sentido de incentivar a prática baseada na dor, com seus benefícios realçados. Sacrificar-se, neste caso, faz parte do processo para aceitabilidade. Portanto, supõe-se que:

Proposição 8 (P8): O contexto social impulsiona a percepção sacrificial no consumo fitness ao realçar a impossibilidade de ganhos, sem dor.

Visando sintetizar as proposições aqui elencadas, a Figura 2 foi desenvolvida.

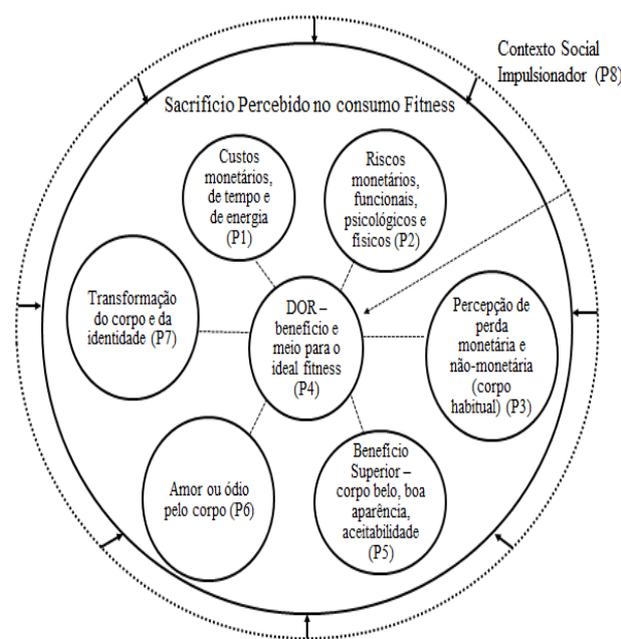


Figura 2: Sacrifício Percebido no Consumo Fitness

Fonte: autores (2019).

A Figura 2, portanto, oferece um avanço para o conhecimento ao expor as características do sacrifício percebido no estilo fitness de consumo apontando a dor enquanto meio para o alcance do belo corpo, da bela aparência e da aceitabilidade e, principalmente, como benefício em si ao reforçar o discurso “*no pai, no gain*”. Os riscos e custos envolvidos são realizados e percebidos como perdas, especialmente do corpo habitual, gerando transformações que ultrapassam a própria questão estética ligada ao corpóreo, incluindo mudanças identitárias. Aliás, a relação indivíduo *versus* corpo neste estilo de consumo representa uma antítese estabelecida entre

amor-próprio e o ódio pela forma do corpo, exigindo práticas de manutenção e modificação constantes na estrutura física do indivíduo e sua percepção sobre ela.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo gerar reflexões sobre o sacrifício percebido no estilo Fitness. Foi possível propor que a percepção sacrificial emerge de custos e riscos que representam perdas para o indivíduo, mas que geram benefícios pautados no corpo belo, na aceitabilidade social e na aparência de um estilo de vida desejável. O sacrifício percebido também emerge da contradição que exalta e rejeita o corpo ao mesmo tempo em uma relação de amor e ódio consigo mesmo. Neste cenário, o discurso da dor é destacado para justificar ações que visam à conquista do ajuste corporal nunca realizado de forma completa, transformando o corpo e a identidade do indivíduo. Esta é uma corrida sem linha de chegada, tendo no consumo de dietas, cirurgias plásticas e exercícios físicos extremos sua mola propulsora.

Assim, as proposições descritas apontam que o estilo Fitness traz em sua essência a percepção sacrificial ao ser baseado na necessidade de dor, abdicção e renúncia em prol do benefício do corpo dito perfeito, que transforma o comportamento e o corpo do ser. O objetivo ritualista desse sacrifício, portanto, busca objetivos mais prosaicos que não estejam ligados às práticas das experiências místicas, mas conquistar o mercado das aparências, através de uma boa performance física e especialmente visual dos consumidores ávidos por atuar em seus próprios corpos, purificando-os continuamente pela dor.

Tomando como fenômeno de análise a percepção do sacrifício no consumo, propõe-se colaborar no desenvolvimento de contribuições teóricas que ressaltem este tema como elemento central de estudo e não como questão secundária dentro de uma Teoria do Valor Percebido abrangente. Além disso, ao analisar o estilo fitness, reconhece-se a pressão social em relação à adoção de práticas ajustáveis em uma cultura que estimula a identificação do ser pelo corpóreo em que a busca incessante pelo corpo impecável pode levar a diversos comportamentos e atitudes de comprar, usar, descartar e ser que sejam de interesse dos estudiosos e profissionais da área de consumo.

Como reforçado inicialmente, este artigo é de âmbito teórico. Por isso, traz algumas limitações ao estabelecer proposições e não analisá-las a partir de uma pesquisa de campo. Essas limitações, entretanto, podem ser superadas a partir da continuidade do trabalho. Sugestões para estudos futuros também podem ser estabelecidas, envolvendo a prática do sacrifício percebido em outras configurações

de consumo, bem como o papel do ideal fitness na construção da identidade do consumidor e até o papel da dor enquanto aspecto hedônico na experiência de práticas extremas.

REFERÊNCIAS

- ALBINSSON, P. A.; PERERA, P. Y.; SHOWS, G. D. Pursuing fitness: how dialectic goal striving and intersubjectivity influence consumer outcomes. **Consumption Markets & Culture**, p. 1-24, 2016.
- BADJE, D. To possess and to be possessed: the sacred facet of gift giving. **European Advances in Consumer Research**, v. 7, p. 176-181, 2005.
- BAGOZZI, R.; DHOLAKIA, U. Goal Setting and Goal Striving in Consumer Behavior. **Journal of Marketing**, v. 63, p. 19-32, 1999.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Z. **Vida para Consumo: A Transformação das Pessoas em Mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BELDONA, S.; KHER, H. V. The Impact of Customer Sacrifice and Attachment Styles on Perceived Hospitality. **Cornell Hospitality Quarterly**, v. 56, n. 4, p. 355-368, 2014.
- BELK, R.; COON, G. S. Gift Giving as Agapic Love: An Alternative to the Exchange Paradigm Based on Dating Experiences. **Journal of Consumer Research**, v. 20, n. 3, 393-417, 1993.
- BISMA, N.; ABBAS, T.; ABRAR, M.; IQBAL, A. Impact of television advertisement on unhealthy weight control behaviors and eating disorders: Mediating role of body image. **Pakistan Administrative Review**, v. 1, n. 1, p. 42-60, 2017.
- CORREIA, H. **Está Consumado: Para quê sacrificar?** Timburi/SP: Editora Cia do e-book, 2016.
- COSTA, J. F. **O vestígio e a aura: Corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- CRONIN, J. J. JR.; BRADY, M. K.; HULT, T. M. Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. **Journal of Retailing**, v. 76, n. 2, p.193-218, 2000.
- CROSSLEY, N. Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and Maintenance. **Body & Society**, v. 11, n. 1, p. 1-35, 2005.
- DODDS, W. B.; MONROE, K. B. The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations. *NA Advances in Consumer Research*, 12, p. 85-90, 1985.
- DODDS, W. B.; MONROE, K. B.; GREWAL, D. Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. **Journal of marketing research**, v. 28, n. 3, p. 307-319, 1991.
- FEATHERSTONE, M. Body, Image and Affect in Consumer Culture. **Body & Society**, v. 16, n. 1, p. 193-221, 2010.
- FEATHERSTONE, M. The Body in Consumer Culture. **Theory, Culture & Society**, v. 1, n. 18, p. 18-33, 1982.

- FERRERO, M. From Jesus to Cristianity: the economics of sacrifice. **Racionality and Society**, v. 26, n. 4, p. 397-424, 2014.
- GAO, H.; ZHANG, Y.; MITTAL, V. Consumers' Local-Global Identity and Price Sensitivity: The Role of Sacrifice Mindset. In: **AP - Asia-Pacific Advances in Consumer Research**, 11 (eds. Echo Wen Wan and Meng Zhang), Duluth, MN: Association for Consumer Research, p. 302-303, 2015.
- GOELLNER, S. V. Deporte y Cultura Fitness: La Generización de Los Cuerpos Contemporáneos. **Revista Digital Universitaria**, v. 9, n. 7, p. 3 – 11, 2008.
- HIRSCHMAN, E. C.; HOLBROOK, M. B. Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. **Journal of Marketing**, n. 46, n. 3, p. 92–101, 1982.
- HÜTTEL, A.; ZIESEMER, F.; PEYER, M.; BALDERJAHN, I. To purchase or not? Why consumers make economically (non-)sustainable consumption choices. **Journal of Cleaner Production**, v. 174, n. 10, p. 827-836, 2018.
- KOCH, E.; SAUERBRONN, J. To love beer above all things: An analysis of Brazilian craft beer subculture of consumption. **Journal of Food Products Marketing**, p. 1-25, 2018.
- KUMAR, V.; REINARTZ, W. Creating Enduring Customer Value. **Journal of Marketing: AMA/MSI**, 80, Special Issue, p. 36-68, 2016.
- LAPIERRE, J. Customer-perceived value in industrial contexts. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 15, n. 2/3, p. 122-145, 2000.
- MATEAR, M. A. **The Role and Nature of Willingness to Sacrifice in Marketing Relationships**. Thesis, Kingston – Ontario - Canadá: Queen's University, 2014.
- MILLER, D. **A theory of shopping**. Cambridge, UK: Polity Press, 1998.
- MONROE, K.B. **Pricing: Making Profitable Decisions**. New York: McGraw-Hill, 1990.
- MURPHY, P. E.; ENIS, B. M. Classifying Products Strategically. **Journal of Marketing**, v. 50, n. 3, p. 24-42, 1986.
- RAVALD, A.; GRONROOS, C. The value concept and relationship marketing. **European Journal of Marketing**, v. 30, n. 2, p. 19–30, 1996.
- RIVERA, A. Culto ao corpo: retrato de uma obsessão. El País. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/07/22/eps/1469215970_680873.html. Acessado em 10 set. de 2017.
- SASSATELLI, R. Interaction Order and Beyond: A Field Analysis of Body Culture Within Fitness Gyms. **Body & Society**, v. 5, n. 2/3, p. 227-248, 1999.
- SCOTT, R.; CAYLA, J.; COVA, B. Selling Pain to the Saturated Self. **Journal of Consumer Research**, v. 44, n. 1, p. 22–43, 2017.
- SEVERIANO, M. F. V.; RÊGO, M. O.; MONTEFUSCO, E. V. R. O corpo idealizado de consumo: paradoxos da hipermodernidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade**, v. 10, n. 1, p. 137-165, 2010.
- SHERRY, J. F.; KOZINETS, R. V. Sacred iconography in secular space: alters, alters, and alterity at the Burning Man Project. In: Otnes, C., & Lowrey, T. M. **Contemporary consumption rituals**. New Jersey: Taylor & Francis, p. 291-313, 2007.

- SIBILIA, P. O pavor da carne: riscos da pureza e do sacrifício no corpo-imagem contemporâneo. **Revista FAMECOS**, v. 11, n. 25, p. 68-84, 2004.
- SILVA, A. L. Imperativos da Beleza: Corpo Feminino, Cultura Fitness e a Nova Eugenia. **Cad. Cedes**, v. 32, n. 87, p. 211-222, 2012.
- SUEITTI, M. A.; SUEITTI, A. P. A Corpolatria e os Transtornos da Imagem Corporal: Uma Realidade que Exige Atenção e Cuidado. **Protestantismo em Revista**, v. 37, p. 102-111, 2015.
- STEWART, P. J.; STRATHERN, A. J. The Ritual Body and The Dynamics of Ritual Power. **Journal of Ritual Studies**, v. 4, n. 2, p. 299-313, 1999.
- SWEENEY, J. C.; SOUTAR, G. N. Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. **Journal of Retailing**, v. 77, n. 2, p. 203-220, 2001.
- TEAS, R. K.; AGARWAL, S. The effects of extrinsic product cues on consumers' perceptions of quality, sacrifice, and value. **Journal of the Academy of marketing Science**, v. 28, n. 2, p. 278-290, 2000.
- THOMPSON, C.; HIRSCHMAN, E. Understanding the Socialized Body: A Poststructuralist Analysis of Consumers' Self-Conceptions, Body Images, and Self-Care Practices. **Journal of Consumer Research**, v. 22, n. 2, p. 139-153, 1995.
- TURNER, B. S. The Discourse of Diet. **Theory, Culture and Society**, v. 1, n. 1, p. 23-32, 1982.
- VERGRAGT, P.; AKENJI, L.; DEWICK, P. Sustainable production, consumption, and livelihoods: Global and regional research perspectives. **Journal of Cleaner Production**, n. 63, p. 1-12, 2014.
- WANG, Y.; PO LO, H.; CHI, R.; YANG, Y. An integrated framework for customer value and customer-relationship management performance: A customer-based perspective from China. **Managing Service Quality**, v. 14, n. 2/3, p. 169-182, 2004.
- WATTS, J. W. **"The Rhetoric of Sacrifice" Ritual and Metaphor: Sacrifice in the Bible**. Ed. Christian A. Eberhart. Atlanta: Society of Biblical Literature, 2011.
- WEDOW, R.; MASTERS, R.; MOLLBORN, S.; SCHNABEL, L.; BOARDMAN, J. Body size reference norms and subjective weight status: A gender and life course approach. **Social Forces**, v. 96, n. 3, p. 1377-1409, 2017.
- WILLIAMS, J.; ASHILL, N.; THIRKELL, P. How is value perceived by children? **Journal of Business Research**, p. 1- 11, 2016.
- YANG, Z.; PETERSON, R. T. Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs. **Psychology & Marketing**, v. 21, n. 10, p. 799-822, 2004.
- ZEITHAML, V. A. Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**, v. 52, n. 3, p. 2-22, 1988.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Açai 157, 159, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170
Aliança Estratégica 70
Análise de dados 11, 18, 35, 36, 37, 39, 41, 49, 50, 88, 216, 218, 219, 228
Análise de dados complexos 35, 37, 49
Atendimento ao público 111, 112, 113, 126, 127, 129
Avaliação das aprendizagens 19, 24, 26, 30, 32, 33, 34

B

Big data 35, 36, 37, 38, 39, 40, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52
Biotecnologia 69, 70, 71, 72, 74, 76, 77, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 88
Bibliometria 53

C

Capacidade relacional 69, 70, 71, 72, 74, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87
Cluster industriais 53, 65
Compras 35, 36, 37, 39, 40, 44, 47, 49, 50, 51, 98, 100, 103, 104
Consórcio cooperativo 90, 91, 92, 94, 95, 97, 98, 105, 106, 107
Cooperação em inovação tecnológica 172, 173, 175, 182, 186, 187, 188
Corpo 32, 192, 193, 194, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206
Cultura organizacional 94, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 180, 182, 185, 186, 187, 188, 189, 190

D

Decisão 7, 20, 27, 35, 37, 38, 75, 93, 94, 95, 100, 103, 133, 136, 158, 160, 161, 162, 167, 168, 174, 178, 183, 185, 186, 207, 209, 210, 211, 218, 220, 223, 224, 225, 226, 227
Delineamento experimental 207, 208, 210, 226, 227
Desenvolvimento de novos produtos 3, 69, 70, 72, 74, 75, 76, 77, 80, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 178, 180
Documentos institucionais 19, 26
Dor 7, 192, 193, 194, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204

E

Economia regional 53, 54, 56
Eficiência do projeto 144, 146, 149
Empreendedorismo 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 159
Empresas de base tecnológica 69, 70, 77, 87, 88
Ensino superior 1, 2, 3, 9, 19, 20, 26, 33, 34, 44
Estilo de consumo fitness 192, 194, 199, 200
Estratégia de cooperação 90, 91, 92, 93, 106
Experimento 21, 207, 209, 210, 211, 212, 214, 216, 217, 219, 220, 221, 222, 225, 226, 227, 228

G

Gestão da inovação 109, 172, 173, 174, 176, 180, 182, 187, 191

Gestão Pública 112

Gestores de projeto 144

Governança urbana 157, 158, 159, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 170

I

Inovação tecnológica 3, 73, 74, 95, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 190

O

Opções reais 131, 133, 137, 138, 140, 141

Operações e logística 53, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65

P

Participação pública 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 165, 167, 168, 170

Pedágio virtual 131, 136

Plano de negócio 1, 7, 8, 9

PPP 131, 132, 134, 135, 136

Q

Qualidade em Saúde 112, 130

R

Regressão linear 11, 12, 16, 44, 45, 226

Revisão Integrativa 207, 209, 213, 214, 215, 216, 227, 228, 229, 230

S

Sacrifício percebido 192, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 201, 202, 203

Santos 3, 9, 11, 12, 14, 16, 17, 19, 20, 26, 53, 144, 163, 171

São José dos Campos 11, 12, 15, 17, 18

SCUT 131, 132, 133, 136, 141

Sustentabilidade 90, 91, 93, 95, 96, 97, 103, 105, 106, 107, 108, 109, 144, 145, 169, 172

Sustentabilidade econômica 90, 91, 93, 103, 106, 107

T

Tecnologia 1, 2, 3, 8, 12, 13, 37, 38, 39, 55, 57, 73, 74, 78, 79, 84, 118, 172, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 187, 189, 191, 231

U

Universidade 1, 2, 9, 19, 33, 34, 53, 69, 90, 107, 108, 111, 131, 142, 144, 157, 172, 190, 192, 207, 231, 249, 250, 252

 **Atena**
Editora

2 0 2 0