

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

Uso de Fontes Fortes e Fracas na Compra de  
Veículos:  
Uma Investigação do Efeito de Fatores  
Sociais e Subjetivos

Lara Melo de Assunção

Relatório Final de Pesquisa do  
PIBIC – Programa Institucional  
de Bolsas de Iniciação  
Científica do CNPq.

São Paulo, outubro de 2004

ASSUNÇÃO, Lara. Uso de Fontes Fortes e Fracas na Compra de Veículos: Uma Investigação do Efeito de Fatores Sociais e Subjetivos. São Paulo: EAESE/FGV, 2004. 114p. (Relatório Final de Pesquisa de Pibic – Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq).

Resumo: DUHAN et al (1997) propuseram um modelo de nove caminhos causais para a intensidade de uso de fontes fortes e fracas na etapa de coleta de informações do processo de compra. PIRES e MARCHETTI (2000) e PONCHIO et al. (2003) aplicaram o modelo de DUHAN et al. (1997) na análise dos fatores que influenciam a escolha de informações na compra de automóveis novos e seus resultados foram distintos dos obtidos no estudo inicial. O presente estudo propõe uma taxonomia de grupos de fontes fortes e fracas para posterior utilização em aperfeiçoamento do estudo de PONCHIO et al. Para tanto, foi realizado levantamento bibliográfico complementado por entrevistas em grupos de foco. A observação dos grupos de foco evidenciou que as fontes de informação mais utilizadas pelos consumidores na compra de automóveis novos são fontes fracas de informações. Evidenciou-se, no entanto, que mulheres e homens utilizam predominantemente diferentes tipos de fontes de informação. As mulheres dão maior importância a fontes fortes de informações enquanto que os homens privilegiavam as fontes fracas de informações. Também se observou entre os grupos de foco, diferenças nos veículos consultados para a busca de informação.

Palavras-Chaves: Processo de Decisão de Compra – Consumidor – Comunicação Boca-a-Boca- Grupos de Foco – Fontes de Recomendação – Busca por Informação – Taxonomia



## **NPP - GVPesquisa**

---

**De:** Francisco Aranha

**Enviado em:** segunda-feira, 4 de outubro de 2004 09:31

**Para:** NPP - GVPesquisa

**Cc:** 'lara melo'

**Assunto:** Autorização de Entrega.

**Prioridade:** Alta

Prezados:

Autorizo a entrega do Relatório Final de PIBIC "Uso de Fontes Fortes e Fracas na Compra de Veículos: Uma Investigação do Efeito de Fatores Sociais e Subjetivos", de Lara Melo de Assunção.  
Atenciosamente,

Chico Aranha.

## Sumário

<b>SUMÁRIO .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMENTOS.....</b>	<b>v</b>
<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>vi</b>
<b>1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA E ESPECIFICAÇÃO DOS OBJETIVOS.....</b>	<b>1</b>
<b>2. DUHAN ET AL. (1997), PIRES E MARCHETTI (2000) E PONCHIO ET AL. (2003).....</b>	<b>1</b>
<b>3. CONCEITOS E DEFINIÇÕES .....</b>	<b>4</b>
3.1. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E MERCADO CONSUMIDOR .....	4
3.2. PROCESSO DE COMPRA E BUSCA POR INFORMAÇÕES .....	5
3.3. FATORES QUE INFLUENCIAM A DECISÃO DE COMPRA .....	6
3.4. BUSCA POR INFORMAÇÕES .....	7
3.5. COMUNICAÇÃO BOCA-BOCA .....	9
3.6. PESQUISA QUALITATIVA.....	11
<b>4. METODOLOGIA DE TRABALHO.....</b>	<b>12</b>
4.1. GRUPOS DE FOCO .....	13
4.1.1. SURGIMENTO .....	13
4.1.2. DEFINIÇÃO .....	13
4.1.3. VANTAGENS E DESVANTAGENS.....	14
4.1.4. USOS .....	14
4.1.5. ETAPAS E ESTRUTURA DE UM GRUPO DE FOCO .....	15
4.2. SELEÇÃO DOS PARTICIPANTES .....	17
4.3. ESPAÇO FÍSICO .....	17
4.4. ESCOLHA DO MODERADOR .....	18
4.5. O OBSERVADOR .....	18
<b>5. RESULTADOS.....</b>	<b>19</b>
5.1. O PROCESSO DE COMPRA .....	19
5.2. COMUNICAÇÃO BOCA-A-BOCA .....	20
5.3. TIPOS DE FONTES E INCIDÊNCIAS.....	22
5.4. GRUPO DE FOCO 1 – CARROS POPULARES .....	24
5.5. GRUPO DE FOCO 2 – CARROS MÉDIO.....	25
5.6. GRUPO DE FOCO 3 – CARROS MÉDIO/LUXO .....	26
5.7. SÍNTESE DOS RESULTADOS .....	28
5.8. CATEGORIZAÇÃO.....	28
<b>6. CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E DESDOBRAMENTOS .....</b>	<b>29</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>30</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>35</b>
ANEXO I: QUESTIONÁRIO - FILTRO.....	35

ANEXO II: ROTEIRO .....	41
ANEXO III: TRANSCRIÇÕES DOS GRUPOS DE FOCO .....	43

## **Agradecimentos**

Dentre as diversas pessoas que me apoiaram durante a fase de elaboração desse projeto de pesquisa, agradeço, em especial,

Ao professor e orientador Francisco Aranha, pelos elogios e críticas que me motivaram a continuar esse trabalho e pela confiança depositada em mim;

Às funcionárias do Núcleo de Pesquisas e Publicações (NPP) da EAESP-FGV, que sempre me atenderam e auxiliaram da melhor forma;

À Franceschini Análises de Mercado, pelo apoio e patrocínio concedidos para a realização dos grupos de foco;

Aos amigos, professores e familiares, pelo apoio e compreensão que sempre me deram.

## **Apresentação**

O projeto de iniciação científica, embrião deste trabalho, começou a ser elaborado em maio de 2003. A partir de agosto do mesmo ano deu-se seqüência ao seu desenvolvimento, até a elaboração final do relatório em 2004. Esse projeto de Iniciação Científica contou com bolsa do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) a partir do segundo semestre de 2003 até julho de 2004.

O presente estudo faz parte de um estudo maior originado a partir das conclusões e limitações do estudo anterior de PONCHIO, Mateus; ARANHA, Francisco; e SAMARTINI, André. *Uso de Fontes de Recomendação Fortes e Fracas na Escolha de Veículo* (RAE-Eletrônica, v. 2, n.1, jan-jul/2003.), abordado com maiores detalhes mais adiante.

Apresentamos aqui o relatório final de pesquisa do projeto de iniciação científica, que focou na utilização de taxonomia adequada de fontes de recomendação. Para isso foi realizado um estudo exploratório cujo objetivo foi identificar, através da realização de grupos de foco, as fontes de recomendação mais utilizadas pelos consumidores de veículos novos e seus graus de importância.

## **1. Formulação do problema e especificação dos objetivos**

Quando desejam buscar informações sobre determinado produto ou serviço os consumidores recorrem a diversas fontes de recomendação, desde amigos, colegas de trabalho, parentes, a jornais, revistas, sites de Internet dentre outras.

Para alocar seus gastos de forma eficiente, as empresas precisam entender este processo de busca: os tipos de fontes consultadas, sua importância relativa e os fatores que influenciam a maneira como o consumidor as utiliza (DUHAN et al.,1997; MIDGLEY,1983).

O objetivo do presente projeto de pesquisa é identificar detalhadamente as fontes de recomendações envolvidas no processo de compra de automóveis, propor critérios de avaliação da importância dessas fontes para os consumidores, e, adicionalmente, sugerir uma classificação para as fontes identificadas.

As classificações de fontes de informação, como realizados por SHETH et al. (1999), KOTLER (1998) e DUHAN et al. (1997), são demasiado abrangentes para as finalidades do projeto maior de pesquisa.

Será necessária, primeiramente, uma identificação detalhada das fontes de informação para que posteriormente possamos medir a importância das mesmas.

## **2. DUHAN et al. (1997), PIRES e MARCHETTI (2000) e PONCHIO et al. (2003)**

O estudo de PONCHIO et al. (2003) surgiu como desdobramento de um estudo anterior realizado por DUHAN et al. (1997). Neste estudo, DUHAN et al. (1997) buscaram identificar as influências na escolha por fontes de recomendação. O estudo baseou-se em uma pesquisa acerca da escolha de serviços médicos de obstetrícia. Para a coleta de dados foram utilizados questionários, enviados para mulheres em idade reprodutiva, e cenário, em que era proposta uma situação na qual o indivíduo precisava escolher um médico em uma cidade para a qual havia se mudado recentemente.



Como conclusões desse estudo, DUHAN et al. (1997) propuseram um modelo de nove hipóteses explicativas da intensidade do uso de diferentes tipos de fontes de recomendação pelos consumidores. O quadro 1 abaixo sintetiza essas hipóteses.

HIPÓTESES	DESCRIÇÃO
H1	Quanto maior a importância de informações afetivas, mais provável a busca de recomendações de fonte forte.
H2	Quanto maior o nível de dificuldade percebido na escolha, mais provável a busca de recomendações de fonte forte.
H3	Quanto maior o nível de dificuldade percebido na escolha, maior a importância de informações afetivas.
H4	Quanto maior o nível de conhecimento prévio objetivo do consumidor, menor o nível de dificuldade percebido na tarefa.
H5	Quanto maior o nível de conhecimento prévio subjetivo, menor o nível de dificuldade percebido na tarefa.
H6	Quanto maior a experiência anterior de uso do produto, maior o conhecimento prévio objetivo.
H7	Quanto maior a experiência anterior de uso de produto, maior o conhecimento prévio subjetivo.
H8	Quanto maior a importância de informações instrumentais, mais provável a busca de informações de fonte fraca.
H9	Quanto maior o nível de conhecimento prévio subjetivo, maior o uso de informações instrumentais.

Quadro 1: Hipóteses propostas por DUHAN et al. (1997).  
Fonte: DUHAN et al., 1997.

PONCHIO et al. (2003) aplicaram o modelo de DUHAN et al. (1997) em um contexto abordado no estudo de PIRES e MARCHETTI (2000). Em seu estudo, PIRES e MARCHETTI (2000) aplicaram o modelo de DUHAN et al. (1997) em um contexto de compras de automóveis novos na cidade de Maringá, norte do Paraná. A coleta de dados foi realizada por questionários, que foram enviados para recentes compradores de automóveis novos. As conclusões desse estudo revelaram que algumas das hipóteses postuladas no estudo original de DUHAN et al. (1997) apresentavam significância reduzida, resultado obtido através da análise dos coeficientes de correlação entre as variáveis. Por outro lado, PIRES e MARCHETTI (2000) notaram que havia elevado nível de significância entre algumas hipóteses não postuladas no trabalho de DUHAN et al. (1997).

O estudo de PONCHIO et al. (2003) buscou realizar novas aplicações do modelo original proposto por DUHAN et al. (1997) em um contexto diferente, proposto por PIRES e MARCHETTI (2000), utilizando novos instrumentos de coleta de dados e realização de um experimento, implementado por computador e disponibilizado pela Internet, que simula a escolha de automóveis novos. Os resultados obtidos por PONCHIO et al. (2003) evidenciaram que apenas quatro das nove hipóteses postulados no estudo inicial de DUHAN et al. (1997) mostraram-se significativas. Esses resultados em parte confirmam o modelo de DUHAN et al. (1997), e em parte sugerem novas possibilidades para aperfeiçoamento do modelo, tais como a segmentação dos usuários por perfil psicológico e a incorporação do grau de empenho do consumidor na busca de informações. Como possibilidade de aperfeiçoamento do estudo de PONCHIO et al. (2003), foram propostas as seguintes melhorias:

- Incorporação de sugestões dos revisores anônimos do trabalho de PONCHIO et al. (2003), relativas ao tamanho da amostra, à segmentação dos consumidores por perfil comportamental e à incorporação do grau de empenho do consumidor na busca por informações;
- Desenvolvimento do experimento e da coleta de dados dentro do contexto de uma rede social; e
- Utilização de taxonomia adequada de grupos de fontes fortes e fracas.

O presente estudo aborda a última dessas melhorias sugeridas para o aprofundamento do estudo de PONCHIO et al. (2003).

### 3. Conceitos e Definições

#### 3.1. *Comportamento do Consumidor e Mercado Consumidor*

SCHIFFMAN e KANUK (1997) definem o comportamento do consumidor como sendo “o comportamento que os consumidores apresentam na procura, compra, uso e avaliação de produtos, serviços e idéias que eles esperam que irão satisfazer suas necessidades”.

Outros autores que concordam com essa definição, tais como MITTAL e NEWMAN (1999), SHETH et al. (1999), KOTLER (1998), MOWEN (1995), ENGEL et al. (1993), compreendem o comportamento do consumidor como sendo o seu comportamento perceptível, quando envolvido na obtenção, no consumo e na disposição de produtos e serviços, incluindo os processos de decisão que precede e os que ocorrem após essas ações.

KOTLER (1998) e COBRA (1983) propõem ainda o estudo do comportamento do consumidor dividindo-se o mercado em mercados menores, estudando-os separadamente. Segundo KOTLER (1998) esses mercados menores são:

- **Mercado Industrial** – organizações que adquirem bens e serviços usados na produção de outros produtos ou serviços, que são vendidos, alugados ou fornecidos a terceiros;
- **Mercado Institucional** – hospitais, berçários, prisões e outras instituições que devem fornecer bens e serviços às pessoas sob seus cuidados;
- **Mercado Governamental** – governos municipais, estaduais e nacionais;
- **Mercado Consumidor** – as pessoas, como indivíduos, e suas famílias.

O estudo do qual faz parte esse projeto de iniciação científica está focado apenas no Mercado Consumidor.

### **3.2. Processo de compra e busca por informações**

Processo de compra é uma seqüência de eventos em que consumidores se envolvem no caminho para a aquisição de um determinado bem ou serviço (SHETH et al. 1999; MOWEM, 1972).

No entanto, diferentes categorias de produtos exigem diferentes processos de compra (ASSAEL, 1987). Alguns processos de compra são simples e não requerem uma pesquisa muito extensa. Constata-se a necessidade e parte-se para o ato da compra. Outras decisões, porém, envolvem maiores riscos financeiros, emocionais ou sociais e podem levar a comportamentos mais cautelosos e complexos na tomada de decisão (LEITÃO, 1998).

O processo de compra, segundo vários autores (KOTLER, 2000; FOXALL, 1994; GADE, 1980; MOWEM, 1972) envolve cinco estágios pelos quais passariam um consumidor até finalizar o processo de compra: (1) reconhecimento de problemas, (2) busca por informações, (3) avaliação de alternativas, (4) escolha entre opções e (5) avaliação dos resultados da escolha. Estas etapas podem não ser seguidas em todas as compras, ou podem ainda ocorrer de forma quase inconsistente (GADE, 1980).

Para FOXALL (1994), o comportamento de compra mais complexo é determinado pela maneira como a situação é pensada e processada pelo consumidor, seguindo os seguintes passos:

- i. Recebimento das informações do seu meio ambiente, através de diversos canais;
- ii. Interpretação das informações recebidas de acordo com a sua experiência, opinião, classe social e características pessoais;
- iii. Busca por maiores informações para melhor processar a sua necessidade ou desejo;
- iv. Avaliação das várias alternativas de marcas e produtos disponíveis para satisfazer suas necessidades ou desejos;

- v. Desenvolvimento de atitudes, crenças e intenções que irão determinar se o ato da compra se concretizará e qual será a alternativa escolhida;
- vi. Ação sobre as convicções e crenças internas para compra e uso dos produtos e marcas;
- vii. Reavaliação das suas atitudes e intenções na ótica da satisfação produzida pelo consumo do produto;
- viii. Realização de um histórico das novas atitudes e intenções na mente para futura referência.

Entre as variáveis que podem influenciar no grau de complexidade do comportamento do consumidor, estão as relativas ao tipo de consumidor (idade, renda e necessidade imediata do produto, por exemplo), de produto (por exemplo, preço e possibilidade de uso prolongado), da situação envolvida (como por exemplo, produtos novos ou implicações sociais da aquisição) e do meio em que esse indivíduo convive (neste caso, detecção de diferenças na escolha de alternativas entre o consumidor e seu grupo social). (GADE, 1980).

### ***3.3. Fatores que influenciam a decisão de Compra***

O processo de escolha do consumidor é influenciado por uma série de fatores externos (culturais e sociais) e internos (pessoais e psicológicos) (KOTLER, 2000). Os fatores culturais, que exercem a maior e mais profunda influência, são a cultura, a subcultura e a classe social a qual pertence o consumidor. Diferenças culturais determinam, por exemplo, porque brasileiros dão maior preferência a carros utilitários, o que não ocorre com os Europeus, que dão maior preferência a carros de passeio. Já a classe social pode ser importante na escolha do tipo de veículo, se de luxo ou popular, por exemplo.

Os fatores sociais, como grupos de referência, família, papéis e status sociais também constituem um importante fator no processo de decisão. Em uma compra de automóveis, por exemplo, o tamanho da família irá influenciar na escolha do



tamanho do carro, em carros com maior ou menor bagageiro. Outros grupos de referência, como colegas, amigos e parentes também influenciam na tomada de decisão.

As decisões do comprador também são direcionadas por características pessoais, como idade, ocupação e estilo de vida. Um comprador mais jovem e cujo estilo de vida privilegia aventuras e viagens, certamente irá ter uma escolha diferente da escolha de um comprador mais velho e cuja vida está centrada na família e no trabalho.

Os fatores psicológicos de cada comprador, como motivação, percepção, aprendizagem, crenças e atitudes também influenciarão a tomada de decisão. MARTINS (1995) e FOXALL (1994) citam que a decisão de compra pode estar mais baseada em fatores emocionais que racionais.

### **3.4. Busca por Informações**

A busca de informações, segunda etapa do processo de compra, pode ser definida como a forma pela qual o consumidor adquire as informações necessárias para uma decisão de escolha entre marcas de uma classe de produtos (LANTOS, 1983).

Essa etapa do processo de compra – relevante, pois influenciará diretamente a escolha final do consumidor - pode ser completa ou limitada, dependendo do nível de envolvimento do consumidor. Trata-se do período de tempo em que os consumidores se encontram em *estágios de atenção elevada* - estão mais receptivos às informações sobre o produto ou serviço que deseja adquirir - e de *busca ativa por informações* – quando se engajam no acesso a diferentes tipos de fontes de recomendação (ENGEL et al., 1993).

Constituem fontes de recomendação familiares, amigos, vizinhos, colegas de trabalho, vendedores, bibliotecas, meios de comunicação em massa e outros. KOTLER (2000) classifica tais fontes em quatro grupos: pessoais (famílias, amigos, vizinhos e conhecidos), comerciais (propagandas, vendedores,



embalagens), públicas (organizações de classificação de consumo) e experimentais (manuseio, uso do produto).

BROWN e REINGEN (1987) as classificam, de acordo com o grau de envolvimento que possuem com consumidor (*"tie strength"*), em *fontes fortes* e *fontes fracas*. Na pesquisa de DUHAN et al. (1997), as fontes de informações usadas em decisões de consumidores são predominantemente pessoais, usualmente estudadas sob o título de *comunicação boca-a-boca*. Essas fontes de informações são categorizadas de acordo com a proximidade ou a força da ligação entre o decisor e a fonte de informações. A força da ligação é forte se a fonte é alguém que conhece pessoalmente o decisor. Estas fontes são amigos, vizinhos, parentes e colegas de trabalho. Por outro lado, as fontes de informações fracas são agências governamentais, materiais referentes de bibliotecas, especialistas e técnicos.

Ainda sobre a busca por informações, ENGEL et al. (1993) argumentam que ela pode ser influenciada por fatores situacionais, do próprio produto, das lojas e dos consumidores. As informações buscadas são confrontadas com as já armazenadas na memória das pessoas, baseadas em suas experiências ou buscas anteriores (LEITÃO, 1998). Segundo GADE (1980), a procura por mais alternativas pode ocorrer ou não, dependente principalmente da análise das seguintes variáveis:

- i. Custos materiais e psíquicos em que a busca acarreta;
- ii. Valor dado à busca;
- iii. Características do comprador que busca as informações.

Segundo BETTMAN et al. (1991), a decisão é dificultada pelo aumento do número de alternativas e seus atributos, pela dificuldade de processamento de alguns desses atributos, pela incerteza sobre seus valores e pela diminuição de atributos comuns entre as alternativas.

### **3.5. Comunicação boca-boca**

ALLOY e TABACHNIK (1984) avaliaram a necessidade de se dar atenção às interações entre expectativas anteriores e informações disponíveis para se prever os resultados comportamentais de forma mais precisa. Especificamente, eles identificaram que quanto mais fortes são os sentimentos prévios do indivíduo, maior será o domínio sobre a interpretação e o uso da informação. Inversamente, mesmo fortíssimas expectativas anteriores ou crenças podem ser dominadas por novas informações contraditórias, se elas forem suficientemente fortes, salientes, ou se um volume substancial de dados já foi acumulado.

A divulgação de serviços por meio de canais interpessoais é também conhecida como propaganda boca-a-boca (SCHIFFMAN e KANUK, 2000) e pode ocorrer pessoalmente ou através de alguma tecnologia de comunicação. Considerada uma das mais poderosas forças existentes no mercado devido ao seu caráter persuasivo, a comunicação boca-a-boca possui um enorme potencial para prejudicar ou favorecer uma organização (RICHINS, 1984).

WILSON e PETERSON (1989) estudaram o impacto da comunicação boca-a-boca – positiva ou negativa – para novos produtos em relação aos quais compradores potenciais possuíam predisposições favoráveis ou negativas. Eles descobriram que as informações assim adquiridas apenas eram aceitas quando combinavam com a predisposição afetiva do receptor.

O grau de adequação e conformidade a essas comunicações varia em função das influências interpessoais e das não-interpessoais (SOLOMON, 1996).

Vários estudos demonstraram a importância das informações advindas de relações interpessoais para as decisões de consumo de um produto ou serviço (HERR, KARDES e KIM, 1991; KIEL e LAYTON, 1981). Em 1954, por exemplo, WHYTE (1954) concluiu, através de seu estudo sobre difusão de uso de aparelhos de ar condicionado em subúrbio da Filadélfia, que o padrão da adoção da nova tecnologia podia ser explicado pela existência de uma vasta e poderosa rede formada pelos vizinhos que trocavam informações sobre o produto.

Um ano depois, KATZ e LAZARSFELD (1955) descobriram que a comunicação boca-a-boca era a mais importante fonte de influência na compra de produtos domésticos e alimentares.

Na década de 60 e início da de 70, com o uso da televisão como meio de promoção, vários estudos demonstraram a importância da comunicação boca-a-boca. FELDMAN e SPENCER (1965) descobriram que aproximadamente dois terços dos novos moradores de uma comunidade foram influenciados pela comunicação boca-a-boca na escolha de um médico.

ARNDT (1967), em estudo sobre nova marca de produto tradicional, observou que quando o consumidor ficava exposto a informações boca-a-boca positivas era maior a possibilidade de compra daquela nova marca.

Tendo em vista que a tomada de decisões do consumidor no ato da compra varia de acordo com o tipo de decisão de compra (por exemplo, compras complexas e caras em geral envolvem maior ponderação do comprador e maior número de participantes), KELLER e STAELIN (1987) estudaram os efeitos da qualidade e quantidade de informações na efetividade da decisão. (KELLER e STAELIN, 1987).

Todos esses estudos nos evidenciam que as influências interpessoais desempenham um papel relevante no processo decisório do consumidor. Os indivíduos são freqüentemente influenciados pela opinião de outros na escolha e utilização de produtos e serviços (SOLOMON, 1996). Uma das razões que podem justificar essa conformidade revelada através de uma resposta favorável pode ser o desejo do indivíduo em obter a aceitação do grupo. KRECH e CRUTCHFIELD (1948) utilizam o termo grupo para pessoas que são interdependentes umas das outras, de tal maneira que o comportamento de um dos membros potencialmente influencia o comportamento de cada um dos outros.

Cada grupo exerce sobre o indivíduo diversas influências, pressões para que se conforme e forças que ajudam a orientar seu comportamento (KASSARJAN e BENNETT, 1980). Tal conformidade, por sua vez, é definida como uma mudança ocorrida nas avaliações, intenções, ou comportamentos de compra, resultantes de uma exposição do consumidor a avaliações, intenções ou comportamentos de

outros grupos ou indivíduos (LASCU e ZINKHAN, 1999; KASSARJIAN e ROBERTSON, 1981; BURNKRANT e COUSINEAU, 1975; DEUTSCH e GERARD, 1955).

### **3.6. Pesquisa Qualitativa**

HERNON (2001) define pesquisa como um processo de investigação que possui os seguintes componentes específicos:

- i. Origem da pesquisa: estabelecimento do problema, revisão de literatura, estrutura lógica, objetivos, questões e hipóteses da pesquisa;
- ii. Procedimentos: estruturação da pesquisa, descrição dos métodos de coleta de dados, reunião, processo e análise dos dados;
- iii. Fidelidade, validade dos dados (estudos quantitativos); credibilidade, fidedignidade, confirmação dos dados (estudos qualitativos);
- iv. Apresentação dos resultados encontrados.

Destacaremos dois dos principais tipos de pesquisas: a pesquisa exploratória e a pesquisa conclusiva. Estes tipos de pesquisas também costumam ser denominados, respectivamente, como pesquisas qualitativas e pesquisas quantitativas, principalmente nos estudos realizados no mercado (MALHOTRA, 1993). BOYD (1989) considera, no entanto, que a primeira terminologia possui mais utilidade no auxílio do planejamento da pesquisa, já que os termos qualitativa e quantitativa poderiam sugerir uma característica dos dados e não o verdadeiro objetivo da pesquisa.

MALHOTRA (1993) também destaca que as pesquisas qualitativas diferem das quantitativas porque as primeiras objetivam entender o panorama inicial de um problema, através de um estudo qualitativo, não estruturado, não estatístico e geralmente com uma amostra pequena, enquanto que a pesquisa quantitativa objetiva auxiliar a tomada de decisão, pela análise de resultados quantificáveis e

que possam ser representativos de uma população selecionada. MALHOTRA (1993) ressalta ainda que no caso das pesquisas qualitativas espera-se como resultado desenvolver um entendimento inicial, enquanto que na pesquisa quantitativa espera-se a recomendação de um curso de ação como resultado.

POPE e MAYS (1995) complementam que os métodos qualitativos trazem como contribuição ao trabalho de pesquisa uma mistura de procedimentos de cunho racional e intuitivo, capazes de proporcionar melhor compreensão dos fenômenos. Algumas das características básicas das pesquisas qualitativas, citadas por MORERIRA (2002), são:

- i. Foco na interpretação, ao invés da quantificação;
- ii. Ênfase na subjetividade, ao invés de na objetividade;
- iii. Flexibilidade no processo de condução da pesquisa;
- iv. Orientação para o processo, e não para o resultado;
- v. Preocupação com o contexto, uma vez que a experiência será influenciada pela interação entre os indivíduos e a situação a que estão submetidos;
- vi. Reconhecimento do impacto do processo de pesquisa sobre a própria pesquisa, no sentido de que o pesquisador a influencia e por ela é influenciado.

Em seu estudo, WILSON (2000) mostra a importância dos métodos qualitativos na Ciência da Informação, fundamentando suas idéias nas particularidades das pesquisas qualitativas e nas Ciências Humanas e Sociais. Ainda no mesmo estudo, o autor afirma que as análises qualitativas são especialmente indicadas para pesquisas a cerca da informação: como as pessoas às obtém, o que fazem com elas e que sentido agregam em suas vidas.

#### **4. Metodologia de Trabalho**

SELLITZ et al. (1961) definem como objetivo de uma metodologia de uma pesquisa de natureza exploratória *"familiarizar-se com o fenômeno ou conseguir*



*nova compreensão deste, freqüentemente para poder formular um problema mais preciso de pesquisa ou criar novas hipóteses".* Esse projeto de pesquisa possui natureza exploratória e foi realizado por meio de levantamento bibliográfico complementado por dados coletados em grupos de foco.

#### **4.1. Grupos de foco**

##### **4.1.1. Surgimento**

MORGAN (1998) descreve o surgimento dos Grupos de Foco em três fases. A primeira durante a década de 20, em que os cientistas sociais utilizavam tal técnica para diferentes razões, dentre as quais a mais importante era o desenvolvimento de questionários.

A segunda fase, entre a Segunda Guerra Mundial e a década de 70, em que os grupos de foco eram utilizados principalmente em pesquisas de marketing que pretendiam entender os desejos e as necessidades das pessoas.

Finalmente, a terceira fase, a partir da década de 80, em que os grupos de foco passaram a ser utilizados para pesquisas de diversas áreas dentre elas, pesquisas no campo da saúde e no comportamento sexual. De fato, nos anos mais recentes os grupos de foco constituem umas das mais importantes técnicas de pesquisa qualitativa (MADRIZ, 1995).

##### **4.1.2. Definição**

Grupo de foco é um método coletivo de entrevista que foca nas diferentes atitudes, comportamento e crenças dos participantes. Sua particularidade é permitir aos cientistas sociais observarem um dos mais importantes processos sociológicos – a interação humana (MADRIZ, 1995). São entrevistas feitas com um pequeno grupo, em geral de oito a doze pessoas, conduzida de maneira natural, por um moderador treinado em observar, comunicar e conduzir discussões (MALHOTRA, 1993).

*"(...) o objetivo de um grupo focal não é inferir mas entender, não é generalizar mas determinar o campo , e não é fazer afirmações sobre a população*



*mas oferecer “insights” sobre como as pessoas percebem uma situação.”*  
(KRUEGER, 1988)

#### **4.1.3. Vantagens e Desvantagens**

Comparado com outros métodos de grupo, os grupos de foco têm a desvantagem de ocorrerem geralmente em locais que não são aqueles em que tipicamente ocorrem as interações sociais. Além disso, os dados assim coletados são limitados pela comunicação verbal, linguagem corporal e experiências pessoais. Também como desvantagem, dada a necessidade de um moderador nos grupos, pode ser difícil afirmar o grau de veracidade da interação social ali observada (MADRIZ, 1995).

Entretanto, comparado com os demais tipos de entrevista, uma das grandes vantagens dos grupos de foco, além da rapidez e espontaneidade das respostas, é a possibilidade de se observar o processo de interação ocorrendo entre as pessoas (MADRIZ, 1995). MORGAN (1998) apresenta a vantagem de que a técnica de grupo de foco não exige o empenho de muitos recursos financeiros. O mesmo autor destaca que tal método permite explorar não apenas o que as pessoas dizem, mas o que está subentendido, incentivando-as para que o máximo de informações sejam extraídas. Os grupos de foco permitem, ainda, ouvir pessoas e aprender com elas (MORGAN, 1998).

#### **4.1.4. Usos**

Os usos do grupo de foco são muitos, especialmente no Marketing. A técnica é frequentemente empregada para descobrir tendências diversas desde o consumo de cereais matinais até o apoio a candidaturas políticas (LEITÃO, 2003).

HIGGENBOTHAM e COX (1979) e BELLENGER, BERNHARDT e GLDSTUCKER (1976) propõem alguns usos para os grupos de foco, principalmente no contexto das pesquisas de marketing. Segue os principais usos propostos:

- Obter informações gerais sobre um tema de interesse;

- Gerar hipóteses que poderão depois ser testadas com maior número de variáveis quantitativas;
- Desenvolver novas idéias e conceitos;
- Diagnosticar problemas;
- Desenvolver novos produtos serviços programas, instituições;
- Aprender como os entrevistados se comportam diante do fenômeno estudado;
- Interpretar dados obtendo resultados quantitativos.

CALDER (1977) propõe três abordagens de como os grupos de foco podem ser classificados: exploratória, clínica e fenomenológica. Na abordagem exploratória os grupos de foco são utilizados para teste piloto ou para gerar hipóteses ou teorias. Neste caso, após a utilização do grupo de foco, devem ser utilizados métodos quantitativos, como por exemplo, questionário com perguntas fechadas. A abordagem clínica é utilizada para estudos psicológicos de motivação a fim de analisar o comportamento e as atitudes das pessoas. Finalmente, na abordagem fenomenológica, os grupos de foco são utilizados para explorar as opiniões e experiências das pessoas que compõem o grupo, a fim de se obter uma leitura de mundo a partir do ponto de vista dos integrantes do grupo.

#### ***4.1.5. Etapas e estrutura de um grupo de foco***

STEWART e SHAMADASANI (1990) sugerem oito etapas para o desenvolvimento de um grupo de foco:

- i. Definir um problema;
- ii. Identificar uma amostra;
- iii. Identificar um moderador;
- iv. Desenvolver um roteiro de entrevista;
- v. Recrutar a amostra;
- vi. Conduzir o grupo de foco;
- vii. Analisar e interpretar os dados;
- viii. Escrever o relatório;

Com relação à estrutura do grupo, MORGAN (1988) orienta que grupos pequenos – de seis a oito integrantes – são recomendados para pesquisas que envolvam emoções, permitindo que os participantes tenham mais tempo para fazer suas exposições. Embora se torne mais fácil para o moderador controlar a dinâmica do grupo, grupos menores despendem mais tempo e apresentam maior dificuldade para a análise de resultados.

Já grupos maiores – de dez a doze integrantes – devem ser adotados, segundo MORGAN (1988), para tópicos neutros. Embora esse tipo de grupo ofereça maior número de respostas, há maior dificuldade para o moderador conseguir manter a dinâmica e o foco do grupo.

Outro fator importante a ser estabelecido é a quantidade de grupos a serem realizados. O número de grupos pode variar de acordo com aquilo que se busca descobrir (LEITÃO, 2003). MORGAN (1988) e KRUEGER (1988) sugerem que sejam elaborados de três a quatro grupos de foco para que se comprovem e obtenham resultados de acordo com o objetivo da pesquisa. CALDER (1977), no entanto, acredita que, uma vez que o moderador não pode antecipar as respostas dos participantes, novos grupos poderão ser realizados.

No presente estudo, para avaliarmos como as diferentes fontes de informação afetam o comportamento de compra de carros novos dos consumidores, formaram-se três grupos de consumidores distintos: Compradores de veículos populares, médio e médio/luxo. A intenção em se fazer essa separação é observar se há evidências de que as fontes de informações buscadas para a compra de carros zero são diferentes de acordo com o padrão da compra.

Os grupos foram realizados nos dias 11, 18 e 19 de 2004 com o apoio e patrocínio da *Franceschini Análises de Mercado*, uma consultoria sediada em São Paulo que há mais de 10 anos atua em pesquisas de mercado com foco nas áreas de estudo potencial de mercado, pesquisas de mercado, pesquisa de mídia, avaliação de sites e pesquisa de comunicação.

#### **4.2. Seleção dos participantes**

A escolha dos participantes dos grupos deve ser cuidadosa, levando em conta os objetivos que a pesquisa pretende atingir (LEITÃO, 2003). O grupo deve ser o mais homogêneo possível. É preciso observar se os níveis social, educacional e o padrão sócio-econômico são equivalentes, ou, pelo menos, não muito diversos, para evitar distorções e discrepâncias no momento da entrevista (LEITÃO, 2003). Os consumidores integrantes dos grupos de foco descritos posteriormente no presente estudo foram previamente selecionados por um questionário-filtro (anexo I). Com os dados obtidos a partir desse questionário, foram selecionados participantes de ambos os sexos, pertencentes às classes sociais A e B, e compreendidos na faixa etária de 25 a 55 anos de idade.

#### **4.3. Espaço Físico**

O espaço físico onde se realizará os grupos deve ser cuidadosamente escolhido, para que se tenham resultados satisfatórios. Segundo LEITÃO (2003), o ideal é que os membros estejam sentados todos no mesmo nível, em círculo, não havendo indicação de qualquer tipo de hierarquia. Se houver uma mesa, esta deve ser oval ou redonda, evitando-se assim que algum integrante do grupo fique nas pontas, o que pode provocar uma impressão de isolamento. Os membros também devem estar acomodados próximos uns aos outros, criando-se um ambiente de informalidade (LEITÃO, 2003).

Além disso, como o grupo será gravado e/ou filmado, a sala deverá possuir uma boa acústica.

Os grupos de foco desenvolvidos no presente estudo foram realizados em salas especiais que permitem o seu acompanhamento ao vivo através do espelho *one-way* ("espelho espião"), e foram feitas gravações em áudio e vídeo para facilitar o trabalho de análise do material.

#### **4.4. Escolha do moderador**

O papel do moderar é de fundamental importância para a obtenção dos resultados da pesquisa, uma vez que cabe a ele estimular, organizar, e induzir os participantes a fornecerem o maior número possível de informações (LEITÃO, 2003).

Para GLITZ (1998), um moderador deve ter as seguintes características: ser um bom comunicador e entrevistador, ser organizado, possuir boa memória e interesse no assunto a ser discutido nos grupos.

Cabe ao moderador explicar os motivos da realização do grupo, bem como se a entrevista será gravada e/ou filmada. Dada a importância do moderador na obtenção dos resultados, esse estudo contou com a parceria da *Franceschini*, empresa de análise de mercado, para a realização dos grupos de foco. Assim, os grupos foram moderados por um profissional que já possuía experiência em pesquisas de mercado e em moderação de grupos focais.

#### **4.5. O Observador**

Além do moderador, KRUEGER (1988) destaca a participação do observador, ou, em suas palavras, do *assistente do moderador*. A este, caberá a função de fazer anotações que irão colaborar no momento da análise dos dados. Alguns autores sugerem a presença de dois observadores por grupo, um responsável pelas anotações, e o outro para analisar a linguagem corporal dos integrantes. Entretanto, caso a discussão seja filmada, essa análise poderá ser feita posteriormente.

Como dito anteriormente, os grupos de foco desenvolvidos nesse estudo foram filmados e gravados, e por esta razão não tivemos a presença de observadores na sala de discussão. No entanto, todos os grupos foram acompanhados ao vivo através do espelho *one-way* por pelo menos um observador.

## **5. Resultados**

### **5.1. O Processo de Compra**

Como já destacamos neste estudo, o processo de compra é uma sequência de eventos em que consumidores se envolvem no caminho para a aquisição de um determinado bem ou serviço (SHETH et al. 1999; MOWEM, 1972).

Com a realização dos grupos de foco pudemos perceber que esse processo envolve várias etapas até a decisão pelo produto. Exemplificamos isso na tabela 1 que mostra, nas palavras de alguns participantes dos grupos de foco, estas diferentes etapas.

Seguindo o que diversos autores (KOTLER, 2000; FOXALL, 1994; GADE, 1980; MOWEM, 1972) já destacaram em seus estudos, os consumidores passam por cinco estágios até finalizar o processo de compra: (1) reconhecimento de problemas, (2) busca por informações, (3) avaliação de alternativas, (4) escolha entre opções e (5) avaliação dos resultados da escolha. Vale destacar, como aponta GADE (1980), que estas etapas podem não ser seguidas em todas as compras, ou podem ainda ocorrer de forma quase inconsistente.



Processo de Compra		Localização nos Anexos
Reconhecimento de problemas	"(...)dependendo de como você estiver de grana, aí eu espero os 2 anos que é quando você começa a querer trocar pneu, aí não dá mais."	Carros Médio/Luxo, linha 1267
	"(...)não, agora preciso trocar, igual o meu carro, já estava com 3 anos e pouquinho. Ai, já passou do limite."	Carros Médio/Luxo, linha 1275
Busca por informações	"Jornal do Carro sempre traz algumas matérias, a própria Internet, você acessa, vê o carro na rua, você vai no site, começa a ver, procura saber quem tem, sei lá, quem tem, um conhecimento, quem tem o carro, perguntar o que achou do carro, que uma coisa é você pegar a ficha técnica do carro, outra coisa é você pegar a impressão de quem tem o carro."	Carros Médio/Luxo, linha 1238
Avaliação de alternativas	"(...) quando a gente foi comprar no caso a Scénic eu fui na Mercedes classe A, fizemos um teste drive, depois andamos na Scénic, e passamos pelo Picasso e pela Zafira."	Carros Médio, linha 926
Escolha entre opções	"(...) e aí a gente acabou fazendo uma opção assim de conforto, preço, e acabamos ficando com a Scénica."	Carros Médio, linha 928
Avaliação dos resultados	"E o pós-venda também é importante, você tem... depois que você compra..."	Carros Populares, linha 1051

Tabela 1: O Processo de Compra

## 5.2. Comunicação boca-a-boca

Diversos estudos já citados anteriormente nos evidenciam que as influências interpessoais desempenham um papel relevante no processo decisório do consumidor. Os indivíduos são, como afirma SOLOMON (1996), frequentemente influenciados pela opinião de outros na escolha e utilização de produtos e serviços.

Os três grupos de foco realizados nesse estudo evidenciam que as opiniões e as influências de terceiros são importantes no processo de decisão de compra de

carros novos. Alguns comentários extraídos das transcrições dos grupos de foco comprovam isso.

*"Eu tenho um amigo que lê tudo quanto é revista de automóvel... quando preciso chego e falo: 'escuta, o que é que você leu sobre este carro' Ele sabe tudo! A gente conversa muito de carro".*(Antônio; Carros Populares, linha 1082)

*"Outra coisa que eu faço eu pergunto pro mecânico".*(Ana Luisa; Carros Populares, linha 1188)

*"Eu acho que é mais informal".*(Carlos; Carros Populares, linha 1267)

*"Eu pergunto pra mecânico".*(Carlos Alberto; Carros Populares, linha 1278)

*"Eu vou muito pelos amigos: olha, você tem um carro? O que você acha deste carro? Eu acho um carro bom, tem uma estabilidade legal..."* (Carlos Alberto; Carros Populares, linha 1465)

Vale destacarmos que as influências interpessoais na coleta de informações estiveram presentes nos três grupos de foco realizados, como podemos notar nas citações que se seguem.

*"Ah, eu sou influenciada pelo meu marido (...)"* (Lídia; Carros Médio, linha 1095)

*"Ah, eu pergunto pra todo mundo"* (Edilene; Carros Médio, linha 1105)

*"(...)e normalmente troco idéia as vezes com mecânico (...)"* (Jussara; Carros Médio, linha 1144)

*"Sempre você acaba trocando idéia com alguém que tenha, que já ouviu falar (...)"* (Charles; Carros Médio, linha 1466)

*"(...) procura saber quem tem, sei lá, quem tem, um conhecimento, quem tem o carro, perguntar o que achou do carro (...)"* (Carlos; Carros Médio/Luxo, linha 1239)

*"As minhas fontes são mais conversas com outras pessoas."* (Fátima; Carros Médio/Luxo, linha 1590)

*"(...) é o boca a boca, com pessoas que estão próximas de você."* (Paulo; Carros Médio/Luxo, linha 1626).

Como fontes pessoas de informação foram identificadas *amigos, cônjuge, mecânico* e *parentes*, sendo que *mecânicos* foi a fonte pessoal que mais vezes foi citada pelos componentes dos diferentes grupos de foco.

Veremos mais adiante, nas análises dos grupos de foco, que embora as relações interpessoais apresentem relevância no processo de compra, as informações coletadas por fontes interpessoais não foram as mais citadas pelos membros dos grupos focais.

### 5.3. Tipos de Fontes e Incidências

A tabela2 a seguir agrupa as fontes de informações citadas pelos participantes dos grupos de foco quando questionados sobre quais são as fontes que utilizam na busca de informações sobre carros zero.

Tipos de Fontes				Incidência			Total
Fontes Fortes	P H	P M	M H	M M	M/L H	M/L M	
Amigos	2		1	1			4
Cônjuge		1		1			2
Mecânico	1	1	1	1	1		5
Parentes						3	3
Tipos de Fontes				Incidência			Total
Fontes Fracas	P H	P M	M H	M M	M/L H	M/L M	
Feiras de automóvel		1					1
Folder	2						2
Jornais de grande circulação	1	1		2	1	2	7
Jornais especializados	2		2		2		6
Mala direta				1			1
Propagandas Televisivas						1	1
Reportagens						1	1
Revista especializada	2					1	3
Revistas em geral						1	1
Site de montadoras	1		1		2	1	5
Sites em geral			2		2	1	5
Sites especializados			1		1		2
Test drive			1			1	2
Vendedores especializados	1						1
Visita à concessionária	2	1	1	1		2	7

Tabela 2: Tipos de Fontes e Incidências

Legenda:

Incidência: Número de vezes em que o tipo de fonte foi citado quando se falava de compra de carro zero

P H: Carros Populares – Homem

P M: Carros Populares – Mulheres

M H: Carros Médio – Homem

M M: Carros Médio – Mulheres

M/L H: Carros Médio/Luxo – Homem

M/L M: Carros Médio - Mulheres

Retomando o estudo de DUHAN et al (1997) já abordado, as fontes de informações são categorizadas de acordo com a proximidade ou força da ligação entre o decisor e a fonte de informações. A ligação é forte se é alguém que conhece pessoalmente o decisor. Tipos dessa fonte são amigos, vizinhos, parentes e colegas de trabalho. Por outro lado, algumas fontes de informações fracas são agências governamentais, especialistas e técnicos.

O resultado mostrado na Tabela 2 evidencia, dentre os consumidores que participaram dos grupos de foco, uma maior citação das fontes fracas de informações.

Outra hipótese que podemos levantar com base nas discussões e que não está tão evidente refere-se ao fato de que as fontes fortes são mais utilizadas por pessoas do sexo feminino, pois as participantes dos grupos foram as que mais citaram tais fontes. Também vale destacar que, mesmo tendo citado algumas fontes fortes, os participantes do sexo masculino atribuem menor importância a esse tipo de fonte, como destacamos no fragmento a seguir.

*“Sempre você acaba trocando idéia com alguém que tenha, que já ouviu falar, ouviu dizer, mas não acho muito importante não, não é o fator preponderante não”.* (Charles; Carros Médio, linha 1465)

A observação dos grupos de foco, no entanto, não foi suficiente para estabelecermos uma relação entre o tipo de fonte de informação usada e o padrão de compra, como sugerimos em nossa proposta metodológica. Observamos que nos três padrões de compra (carros populares, carros médio e carros médio/luxo) os participantes citaram mais as fontes fracas de informação. Talvez uma explicação para isso seja a forma como os consumidores foram abordados sobre o tema, pois a mediadora questionava-os sobre quais as principais fontes de informação que eles utilizavam e consultavam, como dito na seguinte frase:

*“(...) eu queria saber onde vocês buscam as informações antes de comprar o carro, de decidir, ou mesmo no processo de decisão, eu queria saber o que vocês consultam...”* (Mediadora; Carros Médio, linha 1064)

Questionados desta maneira os participantes eram induzidos a citar fontes mais formais, como jornais e revistas. Há que se considerar também que poucos participantes consideraram uma simples conversa com um amigo uma fonte de informação, talvez pela informalidade pela qual a informação é adquirida.

Faremos agora uma análise qualitativa de cada grupo de foco.

#### 5.4. Grupo de Foco 1 – Carros Populares

Este grupo de foco foi realizado no dia 16 de maio de 2004. Compareceram ao grupo 8 pessoas, sendo 5 homens e 3 mulheres. Seguindo o roteiro de discussão (anexo II) o encontro foi iniciado com um aquecimento no qual os participantes se apresentaram e falaram sobre seus hábitos de lazer. Em seguida abordou-se o tema *informação*, e os participantes foram questionados sobre as principais fontes de informação que utilizam e sobre seus hábitos de leitura.

Após essa parte introdutória, a mediadora abordou o tema *carro*, pedindo para que os participantes falassem qual o carro dos seus sonhos e explicassem a razão de tal escolha.

A próxima fase da discussão referiu-se à *compra de celulares*. Os participantes foram questionados sobre as motivações que os levam a troca de aparelho. Essa fase, como veremos nos grupos seguintes, foi eliminada, pois se julgou que ela não agregou informações adicionais ao tema pesquisado.

Finalmente, abordou-se a *compra de um carro 0KM* e as *fontes de informação* utilizadas nesse tipo de compra. A partir da análise do material e da observação dos grupos focais podem-se destacar algumas hipóteses.

A primeira dessas hipóteses é o predomínio das fontes fracas de informação, tais como folder, jornais e revistas. Destaca-se nesse grupo, diferentemente dos demais, a relevância dada a visitas à concessionárias e à feiras de automóveis, como vemos em alguns comentários que foram feitos durante a realização do grupo.

*“Quando eu vou comprar um carro eu faço assim: eu vou na concessionária...”*; (Carlos Alberto, linha 978)

*“Passei na frente de uma concessionária Peugeot. Deixa eu dar uma olhadinha de leve.”* (Antônio, linha 1015)

*“Eu procuro muito naquela Feira do Automóvel, eles mostram lançamentos, melhores de uns, piores dos outros (...).”* (Helena, linha 1121)

Outra hipótese refere-se ao fato de que as mulheres do grupo utilizam mais as fontes fortes de informação, em especial a opinião de seus respectivos cônjuges, o que, como veremos adiante, também se verifica nos demais grupo de foco.

*“Eu gosto do modelinho e tudo, mas não gosto da marca. Não sei, meu marido não gosta.”* (Ana Luisa, linha 500)

*“Eu sou fã da Fiat, meu marido falou: ‘bom, a gente vai comprar ou um Gol, ou um Palio’.”* (Paula, linha 886)

A utilização de fontes fortes não está, entretanto, restrita às mulheres. Alguns participantes do sexo masculino também buscam informações com colegas e com mecânicos.



*"Eu cheguei no mecânico e falei, 'estou precisando comprar um Tipo, o que você acha?'"* (Carlos Alberto, linha 1284)

A maioria dos participantes do sexo masculino mostrou, no entanto, dar preferência às fontes fracas de informações, como jornais (Estadão, Folha de SP e Jornal do Carro), revistas (Veja, Exame, 4 Rodas) folders e sites (de montadoras e especializados). Algumas frases que foram ditas por homens durante a realização dos grupos de foco comprovam esse fato:

*"No meu caso, eu acesso muito pelo Carsale, no micro, na Webmotors... às vezes, uma Quatro-Rodas, às vezes os sites das montadoras..."*; (Daniel, linha 900)

*"Mas eu acho que as pessoas vão mais pelos... montinhos de folhetos que você recebe na rua".*(Carlos Alberto, linha 909).

### **5.5. Grupo de Foco 2 – Carros Médio**

Este grupo foi realizado dia 19 de maio de 2004 e contou com a participação de 7 consumidores, sendo 3 homens e 4 mulheres. O roteiro de discussão seguido foi o mesmo do grupo anterior, de carros populares, apenas com a exclusão do tema *Compra de Celular*, pois a análise do grupo anterior mostrou que entrar nesse tema apenas prolongava a discussão e julgou-se que o mesmo não contribuía para o presente estudo.

Da mesma forma que observamos nos demais grupos, neste as mulheres utilizam mais fontes fortes de informação, como cônjuge, amigos, parentes e mecânicos. Pode-se evidenciar tal fato nos comentários abaixo:

*"Ah, eu sou influenciada pelo meu marido";* (Lídia, linha 1095)

*"(...) e normalmente troco idéia as vezes com mecânico, eu tenho um mecânico que há muitos anos que eu faço revisão de carro com ele, então as vezes eu pergunto pra ele alguma coisa, ah, to pensando em trocar, o que você acha..."* (Jussara, linha 1143)

Os homens, no entanto, dão mais importância às fontes fracas de informação, principalmente jornais de grande circulação (Estadão e Folha de SP) e jornais especializados (Jornal do Carro). Abaixo foi transcrita uma frase de um participante que evidencia a menor importância dada às fontes fortes de informação:



*“Sempre você acaba trocando idéia com alguém que tenha, que já ouviu falar, ouviu dizer, mas não acho muito importante não, não é o fator preponderante não”.*(Charles, linha 1465)

Nesse grupo, especificamente quando o assunto abordado era a compra de carros com modelos recém lançados, verificou-se uma maior relevância dada ao *test drive*, que na classificação de KOTLER (2000) pode ser vista como uma fonte experimental.

*“(...) quando lançou eu fui fazer o test drive (...)”;* (Charles, linha 1073)

*“(...) fazer teste também, fazer o teste drive. Quando eu tava procurando passei na Citroën e testei o C3”.*(Rico, linha 1169)

*“(...) fizemos um teste drive (...)”.* (Clarisse, linha 926)

### **5.6. Grupo de Foco 3 – Carros Médio/Luxo**

Este grupo de foco foi realizado no dia 18 de maio de 2004. Estiveram presentes 9 consumidores, dentre os quais 4 homens e 5 mulheres. Utilizou-se nesse grupo o mesmo roteiro de discussão usado nos grupos anteriores, também com a exclusão do tema *Compra de Celular* pelos mesmos motivos apresentados na análise do grupo de Foco Carros Médio.

Assim como nos grupos anteriores, também nesse grupo ficou mais clara a propensão de mulheres a busca de informação por fontes fortes, como nas seguintes frases ditas por duas participantes do grupo:

*“Parentes e amigos, eu converso muito, como o meu noivo falou, eu converso muito com o meu cunhado, que nossa, tudo o que é de carro, ele já sabe tudo (...)”;* (Priscila, linha 1790)

*“Fátima: As minhas fontes são mais conversas com outras pessoas”.*(Fátima; linha 1590)

No entanto, alguns participantes do sexo masculino também utilizam fontes fortes de informação no processo de compra de automóveis zeros, como vemos abaixo.

*“(...) procuro saber quem tem, sei lá, quem tem, um conhecimento, quem tem o carro, perguntar o que achou do carro, que uma coisa é você pegar a ficha técnica do carro, outra coisa é você pegar a impressão de quem tem o carro”.* (Carlos, 1239)

Os mecânicos também aparecem nesse grupo como uma fonte de informação, mas com menor importância que aquela observada nos grupos de carros populares e carros médios. O comentário de um participante deixa isso mais evidente.

*“Hoje vem assim, reportagens, então a gente lê sobre o carro e tal, antigamente precisava de mecânico para explicar e tal, hoje em dia, os técnicos eles relatam tudo (...).”*(Márcia, linha 1541)

Os homens, por outro lado, buscam mais fontes fracas na hora de coletar informações para a compra de carros zero, como sites e jornais. Abaixo alguns comentários de participantes desse grupo focal:

*“(...) o site das montadoras, depois achei o resto aí que é o Estado de São Paulo e Concessionárias”* (Flávio, linha 1754)

*“Você tem revistas especializadas, sei lá, a 4 Rodas, Transporte”* (Carlos, linha 1230)

Diferente do grupo de carros populares, destacou-se dentre os participantes do grupo 3 o uso da Internet, e assim, as fontes fracas mais citadas nesse grupo foram aquelas relacionadas à mídia eletrônica, como sites de montadoras, sites em geral (a destacar UOL e Terra) e sites especializados (neste caso apenas a WebMotors foi citada).

*“Consulto, porque eu acesso diariamente a Internet”* (Flávio2, linha 1709)

*“E a Internet também, você acaba fuçando, entra num assunto, quando você vê já...”* (Ingrid, linha 402)

*“Porque você entra na Internet e tem um acesso grande dessas coisas, pesquisa preço de carro, fotos.”*(Flávio2, linha 1715)

Outras mídias também foram citadas, como jornais de grande circulação, (Estado e Folha de SP), jornais especializados (Jornal da Tarde ou Jornal do Carro), revistas de grande circulação (com destaque às revistas Época e Veja) e revistas especializadas (Revista 4 Rodas e revista Transporte).

## **5.7. Síntese dos Resultados**

As análises dos três grupos de foco realizados nos permitem gerar algumas hipóteses a cerca da busca de informação na compra de carros 0Km. A primeira destas hipóteses refere-se ao fato de que a principal fonte de informação utilizada para a compra de carros zero é a fonte fraca, não apresentando importância significativa o fato de ser uma compra de carro popular, médio ou médio/luxo.

Embora as fontes fracas de informação tenham sido citadas por participantes de ambos os sexos dos grupos focais, evidenciou-se, no entanto, que homens e mulheres utilizam predominantemente diferentes tipos de fontes de informação. As mulheres participantes dos grupos de foco dão maior importância às informações advindas de parentes, amigos, cônjuge e mecânico, pessoas com quem convivem e em quem têm mais confiança (fontes fortes). Já os homens que estiveram presentes utilizam mais informações de jornais, revistas e sites (fontes fracas).

Observou-se também uma importante diferença entre os grupos popular e médio/luxo. Trata-se da maior utilização da mídia eletrônica, em se tratando de fontes fracas, pelos participantes do grupo de carros médio/luxo. Uma explicação para tal fato pode ser encontrada na diferença do poder aquisitivo dos participantes entre os grupos. O grupo de carros médio/luxo era formado por pessoas cujo poder aquisitivo era em média superior ao poder aquisitivo dos participantes do grupo de carros populares, e, sendo assim, o uso de computador e Internet é mais difundido entre os consumidores daquele grupo.

A partir desse fato propomos uma categorização das fontes de informação de acordo com a mídia utilizada.

## **5.8. Categorização**

Observando que no caso das fontes fracas de informação houve a utilização de diferentes tipos de mídia na busca por informações propomos uma categorização da seguinte maneira:

- *Fontes Fortes* – a fonte conhece pessoalmente o decisor, tais como amigos, parentes, cônjuge e mecânico;
- *Fontes Fracas de mídia impressa* – a fonte não possui proximidade com o decisor e é veiculada na mídia impressa, como jornais, folder e revistas;
- *Fontes Fracas de mídia televisiva* – a fonte não possui proximidade com o decisor e é veiculada na mídia televisiva, como propagandas e anúncios;
- *Fontes Fracas de mídia eletrônica* – a fonte não possui proximidade com o decisor e é veiculada na mídia eletrônica, em especial a Internet, como sites.

## 6. Conclusões, Limitações e Desdobramentos

Os resultados mostrados neste estudo merecem algumas considerações. As hipóteses a cerca do comportamento do consumidor e da busca de informações que foram apresentadas nesse relatório devem ser analisadas com muito cuidado, pois as amostras estudadas não são representativas, e os resultados que aqui foram explorados não permitem generalizações para outros grupos.

Além disso, por se tratar de um estudo exploratório, podemos apenas fazer algumas especulações qualitativas referentes ao comportamento do consumidor. Este estudo não possui validade estatística, uma vez que não é essa a proposta da realização de uma pesquisa exploratória com realizações de grupos focais.

Também devem ser vistos com cuidado os resultados desse estudo por termos utilizado uma metodologia – Grupos de Foco – em que as interações entre as pessoas do grupo poderão influenciar em suas discussões. Assim, a forma como os grupos foram compostos, ou seja, a diferença entre o número de participantes do sexo feminino e do sexo masculino, e também a opinião do moderador podem exercer influências nos resultados.

Apesar de todos esses cuidados que devemos ter ao analisarmos os resultados obtidos com as discussões dos grupos de foco, não podemos deixar de considerar a importância destes resultados, por revelarem aspectos do comportamento do consumidor no processo de busca de informação.

Não devemos, entretanto, apenas com a utilização dos grupos de foco, tentar traçar um perfil completo dos consumidores. Para que isso seja feito, ou seja, para que se construa um perfil dos consumidores de automóveis novos por meio desta técnica, julgamos necessária a estruturação de um maior número de grupos de foco combinados à aplicação de alguma ferramenta qualitativa, que trate de pontos comuns a todos os grupos, a fim de que os resultados sejam os mais consistentes, trazendo assim uma melhor percepção do comportamento dos consumidores no processo de compra.

Concluimos esse estudo reiterando que a realização de grupos de foco em pesquisas qualitativas de caráter exploratório é um dos métodos mais indicados pela quantidade de informações que podem ser obtidas, além da forma espontânea que tais informações surgem durante as discussões. Vale lembrarmos que a utilização de grupos de foco possibilita atender a uma das expectativas mais elementares dos seres humanos (e consumidores): ser ouvidos.

## Referências bibliográficas

ALLOY, Lauren B. TABACHNIK, Naomi, "Assessment of Covariation by Humans and Animals: The Joint Influence of Prior Expectations and Current Situational Information", *Psychological Review*, 91 (January), p.112-149, 1984.

ARNDT, Johan. *Word of mouth advertising: a review of the literature*. Illinois: Northwestern University Library, 1967.

ASSAEL, Henry. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Kent, 1987, 508p.  
BELLENGER, D. N., BERNHARDT, K. L., GOLDSTUCKER, J. L. *Qualitative research marketing*. Chicago: American Marketing Association, 1976.

BETTMAN, James R. et al., *Consumer decision making*, in Handbook of Consumer Behavior, Thomas S. Robertson and Harold H. Kassarian, eds. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, p. 50-84, 1991.

BROWN, J. J. e REINGEN, P. H. Social ties and word-of-mouth referral behavior. *Journal of Consumer Research*, v. 14, p. 350-362, dec. 1987.

BODY, Harper W. et al. *Marketing research: text and cases*. Homewood, IL., R.D. Irwin, 7ª ed. 1989.

BURNKRANT, Robert, COUSINEAU, Alain. "Informational and Normative Social Influence in Buyer Behavior". *Journal of Consumer Research*, December, 1975.

CALDER, B. J. Focus group and the nature of qualitative marketing research. *Journal of Marketing Research*, v.14, 353-364p., Aug. 1977.

COBRA, Marcos. *Marketing Básico: uma perspectiva brasileira*. São Paulo: Atlas, 1983, 762p.

DEUTSCH, M., GERARD, H. "A Study of Normative and Informational Social Influences Upon Individual Judgment". *Journal of Abnormal Social Psychology*, 1955.



DUHAN, Dale F., JOHNSON, Scott D., WILCOX, James B. e HARREL, Gilbert D. Influences on consumer use of word-of-mouth recommendation sources. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 25, n. 4, p.283-295, fall 1997.

ENGEL, James F., BLACKWELL Roger D., MINIARD, Paul W. *Consumer behavior*. Chicago: Dryden Press, 1993.

FELDMAN, Sidney P., SPENCER, Merlin C. *The Effects of Personal Influence in the Selection of Consumer Services*. Proceedings of the Fall Conference of the American Marketing Association, ed. Peter D. Bennet, Chicago: American Marketing Association, p.440-452, 1965.

FOXALL, Gordon R.; GOLDSMITCH, Ronald F. *Consumer Psychology for Marketing*. Routledge, New York, USA, 1994.

GADE, Christiane. *Psicologia do consumidor*. São Paulo: EPU, 1980.

GLITZ, B. *The focus groups for libraries and librarians*. New York: Forbes, 1988, 144p.

HERNON, P. Components of the research process: where do we need to focus attention? *The Journal of Academic Librarianship*, v. 27, n 2, 81-89p. Mar. 2001.

HERR, Paul M., KARDES, Frank R. e KIM, John. Effects of word-of-mouth and product attribute information on persuasion: an accessibility-diagnostics perspective. *Journal of Consumer Research*, v. 17, p.454-462, mar. 1991.

HIGGENBOYHAM, J. B., COX, K. K. *Focus Group interviews: A reader*. Chicago: American Marketing Association, 1979.

KASSARJIAN, Harold, ROBERTSON, Thomas. *Perspectives in Consumer Behavior*, 3 rd edition, Glenview, IL: Scott, Forsman and Company, 1981.

KASSARJIAN, Harold, BENNETT, Peter. *O Comportamento do Consumidor*. Atlas, 1980.

KATZ, Elihu, LAZARSFELD, Paul F. *Personal Influence*, and Glencoe, IL: Free Press, 1995.



KELLER, Kevin Lane e STAELIN, Richard. Effects of quality and quantity of information on decision effectiveness. *Journal of Consumer Research*. v.14, p.200-213, sep. 1987.

KIEL, Geoffrey C. e LAYTON, Roger A. Dimensions of consumer information seeking behavior. *Journal of Marketing Research*. p.233-239, may. 1981.

KIM, Chankon, KHOURY, Majeed. Task complexity and Contingent Information Processing in the Case of Couple's Decision Making. *Journal of the Academy of Marketing Science, Coral Gables*, v.25, p.32-43, Fall 1987.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice-Hall do Brasil, 10.ed., 2000.

KRECH, David, CRUTCHFIELD, Richard S. Theory and problems of Social Psychology. New York: McGraw-Hill Book Co., 1948.

KRUEGER, R.A. *Focus groups: a practice guide for applied research*. Newbury Park: Sage, 1988.

LANTOS, Geoffrey P. The influences of inherent risk and information acquisition on consumer risk reduction strategies. *Journal of Academy Science*. v. 11, n. 4, p.358-381, fall 1983.

LASCU, Dana-Nicoleta, ZINKHAN, George. "Consumer conformity: review and applications for marketing theory and practice". *Journal of Marketing*, Summer, 1999.

LEITÃO, Bárbara M. Grupos de foco: o uso da metodologia qualitativa como suporte complementar à avaliação quantitativa realizada pelo Sistema de Bibliotecas da USP. São Paulo, 2003.

LEITÃO, Elenara S. *Análise do comportamento de compra do consumidor de imóveis residenciais*. Porto Alegre, 1998.

MADRIZ, Esther. *Focus groups in Feminist Research*. New York Cit, Spring, 1995.

MARTINS, José S. *O poder da imagem: o uso estratégico da imagem criando valor subjetivo para a marca*. 1ª ed. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda, 1992.

MALHOTRA, Naresh K. *Marketing research: an orientation*. New Jersey, Prentice-Hall, Inc.

MORGAN, David L. *Focus groups as a qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage. 1988.

MORGAN, David L. *The focus groups guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage. 1998

MOWEM, John C. *Consumer Behavior*. 4ª ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1972, 920p.

PIRES, Vicente C., MARCHETTI, Renato Z. *Fatores Influenciadores na Escolha da Fonte de Informação na compra de automóveis novos: A importância da comunicação boca-a-boca*. IN: Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, 24, (2000), Florianópolis, SC. *Resumo dos Trabalhos ENANPAD 2000*. Rio de Janeiro: ANPAD, 2000. 304p.

PONCHIO, Mateus, ARANHA, Francisco, SAMARTINI, André. *Uso de Fontes de Recomendação Fortes e Fracas na Escolha de Veículo*. RAE-Eletrônica, v. 2, n.1, jan-jul/2003.

POPE, Catherine; MAYS, Nick. Reaching the parts others methods cannot reach: an introduction to qualitative methods in health and health services research. *British Medical Journal*, 42-45p. July 1995.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: Livros técnicos e científicos, 2000.

SELLTIZ, Claire et al. *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. 2. ed. brasileira. São Paulo : EPU, 1987.

SHETH, Jagdish N., MITTAL, Banwari, NEWMAN, Bruce. *Consumer Behavior: Consumer Behavior and Beyond*. Forth Worth: Dryden, 1999, 799p.

SOLOMON, Michael R. *Consumer Behavior: buying, having and being*. ed.5. New Jersey: Prentice Hall, 1996.

STEWART, David W., SHAMADASANI, Prem N. *Focus Groups: Theory and Practice*. Sage: 1990.

WEDEL, Michael, KAMAKURA, Wagner A., *Marketing Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. 2<sup>a</sup> ed. Boston : Kluwer Academic Press, 2001, 382p.

WHYTE, William H., *The Web of Word of Mouth*. Fortune, p. 140-143, 1954.

WILSON, William R., PETERSON, Robert A. "Some limits on the potency of word-of-mouth information". *Advances in Consumer Research*, Volume 16, p. 23-29, 1989.

WILSON, T. D. Recent trends in user studies: action research and qualitative methods. *Information Research*, v.5, n.3, Apr. 2000.

## ANEXOS

### Anexo I: Questionário - Filtro

Olá meu nome é \_\_\_\_\_. Trabalho em um Instituto de Pesquisa de Mercado, a Franceschini Análises de Mercado, que está conversando com várias pessoas sobre seus hábitos de consumo e lazer. Não estou vendendo nada, só nos interessa sua opinião. Tomarei apenas alguns minutos de sua atenção.-

Nome do entrevistador: \_\_\_\_\_

Você já participou de algum grupo de discussão de pesquisa de mercado?

Não.....1                      Sim.....2              Há quanto tempo \_\_\_\_\_

1 – Você ou alguém da sua casa trabalha, ou você estuda ou já estudou alguma das seguintes áreas:

	NÃO	SIM
Indústria Automobilística / Revenda de automóveis		
Publicidade / propaganda / promoção		
Marketing		
Rádio/TV/Jornal/Revista		
Pesquisa de mercado		

2 – ANOTAR: Sexo do entrevistado              Masc. .... 1              Fem. .... 2

3 – Quantos anos você tem? \_\_\_\_\_ anos

4 - Qual das seguintes afirmações melhor descreve você

(LER TODOS OS ITENS ANTES DE ACEITAR UMA RESPOSTA.CIRCULE SOMENTE UMA)

- Eu gosto de oferecer minhas opiniões mesmo quando as pessoas ao meu redor discordam com que eu estou dizendo.....1
- Eu gosto de conversar com as pessoas e acho  
I interessante participar de grupos de discussão.....2
- Eu frequentemente fico quieto nas reuniões sociais  
e prefiro ouvir a participar.....3

4 – Apenas para efeito estatístico, gostaria de saber:

A - Você tem em sua casa? Quantos?	Não tem	1	2	3	4	5	6 ou +
Televisão em cores	0	2	3	4	5	5	5
Videocassete / DVD	0	2	2	2	2	2	2
Rádio	0	1	2	3	4	4	4
Banheiro	0	2	3	4	4	4	4
Automóvel	0	2	4	5	5	5	5
Empregada mensalista	0	2	4	4	4	4	4
Aspirador de pó/Vaporeto	0	1	1	1	1	1	1
Máquina lavar	0	1	1	1	1	1	1

B - Você possui geladeira e freezer?	
Não possui	0
Possui só geladeira sem freezer	2
Possui geladeira duplex ou geladeira e freezer	3

C - Grau de Instrução	Entrevistado	Chefe da casa
Analfabeto / primário incompleto	( )	0
Primário compl. / ginásial incomp.	( )	1
Ginásial compl. / colegial incomp.	( )	2
Colegial compl. / superior incomp.	( )	3
Superior completo - Qual curso?		
Pós-Graduação / Mestrado	( )	5

5 – Qual sua ocupação?

Aposentada/o.....1

Dona de Casa.....2

Trabalha fora ..... 3 Qual é sua ocupação?

(ANOTAR O CARGO / FUNÇÃO), com detalhes \_\_\_\_\_

Período que trabalha – integral.....1 manhã.....2 tarde.....3 noite.....4

6 - Na sua casa você tem computador? Ele está conectado à Internet?

Não tem computador..... 1

Tem computador, mas não tem Internet..... 2

Tem computador e está na Internet..... 3

7- Você costuma (FAZER PARA CADA ITEM)

8 – No último mês você foi? (Fazer para todas que disse sim na P.7)

ITENS	P.7		P.8	
	Sim	Não	Sim	Não
Ir ao cinema	1	2	1	2
Ir ao teatro	1	2	1	2
Ir ao shows	1	2	1	2
Ir a restaurantes	1	2	1	2
Viajar nos fins de semana	1	2	1	2
Ir a bares / boates / cervejarias	1	2	1	2
Ir a academia	1	2	1	2
Ir a clubes	1	2	1	2

9 - Nos últimos 12 meses você adquiriu um automóvel zero quilometro? (Se não, encerre após a pergunta N° 11)

Qual a marca \_\_\_\_\_ 1

Qual o modelo \_\_\_\_\_ 2

Valor do automóvel adquirido:

a) de R\$15.000 a R\$35.000  
b) de R\$36.000 a R\$45.000 **NÃO APLICAVEL**  
c) + de R\$46.000

10 – Você pretende adquirir um automóvel zero quilometro nos próximos 6 meses? ? (Se não, encerre após a pergunta N° 11)

Qual a marca \_\_\_\_\_ 1

Qual o modelo \_\_\_\_\_ 2

Valor a ser gasto para adquirir o automóvel:

a) de R\$15.000 a R\$35.000  
b) de R\$36.000 a R\$45.000 **NÃO APLICAVEL**  
c) + de R\$46.000



11- Você viajou para o exterior nos últimos 2 anos? Para onde?

Não viajou.....1 Viajou para \_\_\_\_\_

12- Você costuma ler algum jornal? Qual/quais?

O Estado de SPaulo .....1 Não lê nenhum ....5

Folha de SPaulo ..... 2

Zero Hora .....3

Diário de Pernambuco.....4

Lê Outros (ESPECIFICAR) \_\_\_\_\_

13 - Assina algum jornal? Qual/ quais?

O Estado de SPaulo .....1 Não assina nenhum ....5

Folha de SPaulo ..... 2

Zero Hora .....3

Diário de Pernambuco.....4

Lê Outros (ESPECIFICAR) \_\_\_\_\_

14 – Você lê alguma revista? Qual / Quais?

Nenhuma .....1

Veja.....2

Isto é .....3

Exame.....4

Playboy.....5

Cláudia ..... 6

Nova ..... 7

Caras ..... 8

Época.....9

Carta Capital..... 10

Caros Amigos.....11

Quatro Rodas.....12

Outras (ESPECIFICAR) \_\_\_\_\_

15 – Você assina alguma revista? Qual / Quais?

Nenhuma .....1

Veja.....2

Isto é .....3

Exame.....4

Playboy.....5

Cláudia ..... 6

Nova ..... 7

Caras ..... 8

Época.....9

Carta Capital..... 10

Caros Amigos.....11

Quatro Rodas.....12

Outras (ESPECIFICAR) \_\_\_\_\_

16- Você compra alguma revista na banca? Qual / Quais?

Nenhuma .....	1	Cláudia .....	6
Veja.....	2	Nova .....	7
Isto é .....	3	Caras .....	8
Exame.....	4	Época.....	9
Playboy.....	5	Carta Capital.....	10
		Caros Amigos.....	11
		Quatro Rodas.....	12

Outras (ESPECIFICAR) \_\_\_\_\_

17 – Qual é seu estado civil?

Solteiro.....	1	Viúvo .....	3
Casado / vive maritalmente.....	2	Separado / divorciado .....	4

18– Você tem filhos?

Não ..... 1      Tem \_\_\_\_\_ filhos  
Idade dos filhos \_\_\_\_\_

19 – Você fuma?

Não....1      Sim....2

20 – Qual marca?

---

*A razão pela qual lhe fiz estas perguntas, é que você foi selecionado(a) para participar de uma reunião com um grupo de pessoas onde estaremos discutindo sobre os novos rumos que um meio de comunicação específico deverá seguir. Como você sabe, as empresas fazem pesquisas para conhecer as opiniões dos consumidores, a fim de desenvolver produtos que estejam de acordo com suas necessidades e expectativas. Por isso sua participação é muito importante. Não estamos vendendo nada, trata-se unicamente de uma reunião de pesquisa, onde será servido um lanche e você dará sua opinião.*

Você gostaria de participar?

Sim.....1      Não .....2

Então, para poder reservar um lugar para você, preciso saber seu:

Nome: \_\_\_\_\_

End.: \_\_\_\_\_

Bairro: \_\_\_\_\_

CEP: \_\_\_\_\_

Email \_\_\_\_\_

Tel.res.: \_\_\_\_\_ Tel.com.: \_\_\_\_\_

Celular: \_\_\_\_\_

R.G.: \_\_\_\_\_ UF: \_\_\_\_\_

Data nasc.: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

A reunião será no dia .....

O endereço é .....

## **Anexo II: Roteiro**

### **Apresentação**

Apresentação da Franceschini, da técnica e da moderadora.

### **Aquecimento**

Apresentação dos entrevistados – focando:  
Hábitos de lazer

### **Introdução**

Como se informam?  
Que jornais lêem? Quais assinam?  
Revistas que lêem? Que assinam?  
Portais da Internet que acessam?  
Programas de TV que gostam? Quais assistem?

### **Consumo – aspiracional**

Sonho de consumo – carro – o que significa? O que é para você?

Agora vou mostrar algumas figuras de carros e gostaria que vocês olhassem e me dissessem qual representa o sonho de consumo de vocês. Quais vocês desejam?

Mostrar as Figurinhas

Escolhida a figura  
O que representa este carro em especial para vocês?  
O que representa esta marca para vocês?  
Razão da escolha do modelo, da marca!  
O que este carro tem de diferente dos outros?

### **Compra de Celular**

Como acontece o desejo de mudança – lançamento de um novo? Ou quando o atual quebra?

Como se escolhe qual comprar

Quais características pesam na escolha

Mudança de modelo – como se informa

Mudança de marca – como se informa

O que é mais difícil de avaliar

### **Compra de uma carro 0km**

O que desperta o desejo de troca – lançamento de um novo? Ou na desvalorização d atual? Fica com o carro até quando der ou troca mais vezes?

Quando se começou a pensar em trocar? Há quanto tempo está pensando?

Vantagens e desvantagens de um carro 0km  
Experiências reais

Como é a evolução até a compra efetiva. Como forma a opinião.  
Que dificuldades encontra na decisão de que carro comprar?  
O que é mais difícil de decidir na escolha? Razões.  
O que/quem ajuda a decidir? Razões – Que mais...

### **Fontes de informação**

Agora vou mostrar alguns cartões e gostaria que vocês me dissessem quais desses meios consultaram? Tendo ajudado ou não.

### **APRESENTAR OS CARTÕES**

Qual ajudou? Como ajudou?  
Vantagens e desvantagens de cada meio utilizado  
Avaliação comparativa dos meios  
Peso e confiabilidade de cada um

### **Real X Ideal**

O que se manteve na mudança de um para o outro?  
Que aspecto era tão essencial que persistiu?

### **Anexo III: Transcrições dos Grupos de Foco**

#### **Grupo de Foco Carros Populares**

Mediadora: Primeiro eu queria saber se vocês já participaram de pesquisas antes...eu queria explicar um pouco essa metodologia, que é diferente das pesquisas que a gente já viu na rua, de sim ou não, consome não consome, aqui a gente vai um pouco mais afundo pra entender as razões de algumas coisas, alguns comportamentos, por isso que a gente junta pessoas com perfis semelhantes, vocês vão perceber durante a conversa...Eu gostaria de explicar que a gente tá numa sala diferente, com espelho falso, com pessoas me auxiliando, a gente tem uma câmera, esse microfone, que faz a gravação em áudio, na verdade isso é pra gente assegurar o trabalho, a gente grava, pra analisar melhor...Então a gente chama essa técnica de discussão em grupo, e espero que vocês fiquem bem a vontade... Não sei se vocês conhecem a Franceschini, é uma empresa de pesquisa de mercado, a gente já tá a mais de 10 anos no mercado, eu sempre digo mais de 10 anos, acho que já é mais de 15! Eu trabalho aqui a 4 anos, e a gente tem um prazer imenso de aconchegar vocês aqui...Pra começar eu vou pedir pra que todo mundo se apresente, vou me apresentar também, sou a Adriana, moro aqui perto, então esse trânsito não é muito problema pra mim! Trabalho de segunda a sexta, então tenho aí os finais de semana, curto um cinema, gosto de sair, namorar, família, churrascada....E eu gostaria de pedir pra vocês se apresentarem também, se trabalham, falassem de vocês, o que costumam fazer, pra gente ir se conhecendo, se tratar pelo nome...Se você poder começar...

Daniel: Posso. Eu sou Daniel tenho 26 anos sou analista de marketing e trabalho... (risadas)... Trabalho com comércio eletrônico na parte de planejamento e marketing e na verdade num importador. A gente importa eletrônicos, distribui no atacado, só que o meu canal é de varejo, pela internet, inclusive alguns de vocês já devem ter feito compras pela internet, se não fizeram, façam. Que mais? Moro aqui perto no Itaim Bibi, faço ginástica, apesar de todas as vias interditadas.. (irrelevante) Sou um cara meio de praia.



32 Carlos: Sou o Carlos, meu trabalho é bem diferente sou sociólogo e trabalho na CUT, sou  
assessor da direção executiva e atualmente estou coordenando dois projetos que rolam de..  
34 é... tanto a reordenação que a gente fala dos ramos, de um grupo de sindicatos do mesmo  
ramo, uma parceria com uma central sindical da Itália, de reorganização das estruturas da  
36 central sindical, e um outro portador de dor de cabeça que é a reforma sindical, que entrou  
em discussão no Congresso lá fora, minha área de trabalho é o Brasil inteiro. Me toma  
38 diversas horas por dia. Sou casado, com dois filhos... (etc.). moro nas perdzies.

40 Carlo Alberto: Sou o xará dele, o Carlos Alberto. Eu trabalho na divisão Anti-Seqüestro, e  
trabalho dia e noite, todos os dias da semana, moro no Butantã, tenho 34 anos, dou aula de  
42 tática de guerrilha e desarmamento de explosivos, estou há 8 anos na policia. Só trabalho.  
Solteiro, mora sozinho... etc.

44

Helena: Meu nome é Helena sou formada em educação física, comecei a fazer terapia  
46 corporal, massoterapia. E eu trabalho de segunda a segunda, mas eu tenho uma vida que  
posso fazer mais coisas, tenho dois filhos. Eu moro em Santo André, moro em São Paulo.  
48 Como eu sou separada, a cada quinze dias fico com os filhos.

50 Antônio: Meu nome é Antonio, tenho 50 anos, dizem que pareço ter 49, e eu sou , eu fiz  
especialização em infectologia, depois me dirigi para Medicina do Trabalho, trabalho em  
52 duas industrias, uma manufatura chamada Hausmann lá na Lapa e uma industria de  
embalagens que fica em Santo Amaro. Sou separado, tenho dois filhos um de 21 e um de  
54 18, moro sozinho, gosto de andar de moto.

56 Reinaldo: Meu nome é Reinaldo, 38 anos, casado três filhos, eu no período comercial sou  
coordenador de políticas públicas para a juventude do município de São Caetano, onde eu  
58 resido, e que é um cargo de confiança junto ao prefeitura e no período noturno curso escola  
técnica em administração com habilitação em recursos humanos. Tenho dois filhos, um  
60 com 5 outro com 10.

Paula: Meu nome é Paula, tenho 36 anos, nos finais de semana eu trabalho, mas eu moro em SP durante a semana, e trabalho no meu café em São Francisco Xavier. Eu trabalho um pouco, sou mãe, dois filhos, tenho um bebê pequeno... moro em Moema.

Ana Luisa: Eu sou a Ana Luisa, tenho 42 anos, sou casada, tenho 3 filhos, teria dez, curto todas as idades, vou junto, curto barzinho, balada, meu marido não tanto... eu sou culinária, tenho uma fabriquinha de chocolate. E tomo Coca Light. Moro ali perto do Jardim Marajoara.

Mediadora: Como vocês costumam se informar?

Carlos Alberto: Eu leio no mínimo 2 jornais por dia, o Estadão e a Folha. Isso já fica na delegacia e fica lá mesmo. É, tem que ler e se informar. Costumo ler bem, jornais, Veja, Contigo... para saber das novelas, tudo... Internet, faço umas pesquisas pela internet... Eu leio revista árabe...

Antônio: No meu trabalho pra mim eu acho... é indispensável ter acesso a Internet, eu pesquiso muita coisa, tem um artigo, algum assunto, você vai lá, num site de busca... tipo msn, google, yahoo.

Carlos Alberto: Eu pesquiso yahoo... é que a maioria das pesquisas que eu faço, as pesquisas são de fora, tipo site do Canadá, e tal. Mais pra pesquisa mesmo. Mas, vejo tudo.

Antonio: Para preparar algum material, você precisa de umas ilustrações, precisa de uns textos (imagens), a internet tem tudo.

Carlos Alberto: Você vai de literatura, essas coisas, você sempre tá buscando alguma coisa pela internet, tem muita, muita, muita coisa boa. Eu gosto de ler um livro bom. Eu li, o último que eu li, foi um livro do Paulo Coelho que se chama Senzala. Muito bom.

Carlos: É, eu, logo pela manhã... lá no trabalho, a gente recebe uma resenha de todos os  
92 jornais do país, um clipping, não, tem um impresso e um eletrônico, tenho que pelo menos  
passar o olho... Jornal do Brasil, O Globo, Estadão, Folha... É, tem uma mesa com todos os  
94 jornais, obrigatoriamente eu passo lá uma meia hora toda manhã chego, ou em casa, sempre  
leio um jornal. A Folha, que eu quero cancelar o mais rápido possível, estou odiando a  
96 Folha. Não, lá tem todos os jornais, os principais da capital, tem mais de 12 jornais. Eles se  
repetem muito. É incrível, como se repetem (conflito de vozes).

98 Carlos Alberto: Tem dia que é tudo igual, no Estadão e na Folha.

100 Ana Luisa: Não, não leio jornal. Leio revistas, vejo todos os jornais da Globo, acho que dá  
um resumo, tudo, sou mais de ouvir e ver do que de ficar lendo jornal. Internet, o pequeno,  
102 os outro dois não, já tão na faculdade, mas o pequeno as vezes precisa... você dá uma força,  
pega umas receitas novas.

104 Carlos Alberto: A internet também dá uma acomodação. Eu tenho um sobrinho assim, que  
106 as vezes, o tio, dá pra fazer um trabalho pra mim. Eu acho que isso tá atrapalhando muito.  
Manda imprimir...(risadas)  
108 “Ô tio, preciso fazer um trabalho sobre as pirâmides, não sei o quê...”  
(mais risadas)

110 Reinaldo: Minha mulher entra lá, monografia...

112 (mais conversas paralelas)

114 Carlos: Meu filho puxa na internet, quer fazer trabalho? Ótimo, não tem problema nenhum,  
116 mas eu vejo o tema que ele tá lendo, dou uma leitura dinâmica... dou uma passada e faço...  
dou uma prensa nele. Sobre o que era o texto mesmo? Entende? Aí faço uma cópia, eu  
118 tiro... eu chego eu mesmo em casa e cobro...

120 Carlos Alberto: Eu falei pra minha irmã fazer assim: agora você vai sentar e vai copiar o  
que você imprimiu... senão, você não vai nem ler, não vai nem saber o que estava escrito...

122

Antônio: É que o grande problema é os erros de português que você lê na internet, é cada coisa absurda, eu não me conformo com isso... é cada coisa, não é possível, tem cada erro que eu acho que é de propósito...

126

Daniel: A internet na minha opinião, eu trabalho com isso, vivo isso 24 horas, é uma nova mídia. É uma mídia que você interage. Com jornal, televisão, rádio você não interage ainda. Com a TV você vai passar a interagir, já, já. Você já interage com a Sky, você navega pela Sky. A internet você interage o tempo todo. E como em toda mídia, você tem os bons e os ruins. Tem gente que faz coisa boa e tem gente que faz porcaria. Você vê que não tem uma equipe cuidando daquilo.

132

Antônio: Você vê uma coisa: ele não aprende ICQ, não aprende a escrever. Erro de português absurdo, [blábláblá] este cara não teve estudo? Então, é essa facilidade do trabalho prontinho, ele não lê livro, ele não estuda...

136

Carlos: Se você ler uma adolescente escrevendo naqueles bate-papos, [blábláblá] você vê a grafia de cada palavra, dá vontade de chorar. Tem que ser rigoroso, eles escrevem tudo abreviado, tudo

140

Daniel: ...BBC, enfim, tudo. Eu leio no monitor mesmo, jornal a gente assina, no trabalho... Eu vejo Folha, Caras, enfim, eu vejo muita revista de banco de imagem, Stock Photos, ImageBank... todo meu trabalho está relacionado a gerar impulso. De alguma forma, seja por imagem ou por texto.

144

146 Daniel: Então, tenho que te fazer comprar.

148 Carlos Alberto: Então você é o culpado...

[risadas]

150

Daniel: Então, tenho que te fazer comprar de qualquer jeito. tenho que te fascinar com imagem, e se eu puder conciliar com um bom texto...

152

154 Antônio: E você, compra?

156 Daniel: Eu só compro por internet, é uma facilidade enorme. E na verdade, esta revolução  
digital não vai ter uma pessoa, dos que vão ter computador, que não vai comprar pela  
158 internet (sic).

160 [conflito de vozes]

Antônio: vai sair de casa pra ir no banco? Pra quê?

162

Daniel: Enfim quem utiliza, não vai mais no banco.

164

Carlos Alberto: Eu, vou pegar aquela fila em banco?!

166

Daniel: Te facilita muito, e na internet você tem serviços excelentes, algumas das  
168 ferramentas que eu tenho pra vender são os sites de busca, que talvez vocês já tenham  
ouvido falar, de Buscapé, Bondfaro, essas coisas. Na verdade, isso é um serviço. As  
170 pessoas entram lá porque eu quero comprar um Discman com MP3, e eu não tou a fim de  
bater perna, então vou entrar no Buscapé e vou procurar o que é que tem de mais barato. Aí  
172 eu vou... e procura...

174 Antônio: Mercado Livre, não?

176 Daniel: Mercado Livre é um outro... [risadas]

178 [conflito de vozes], mó muamba, tem automóvel...

180 Daniel: É muamba... Eles, quando querem destruir um determinado... uma determinada  
loja, eles têm condição [porque é] muamba. Mas lá na verdade é o que a gente chama de  
182 C2C, que é venda de consumidor para consumidor. O que eu faço, na verdade, com o nome  
chato da coisa, é B2C, que é business to consumer que eu vendo de loja para consumidor.

184

Carlos Alberto: Mas na verdade eu gosto de ir na loja, porque eu quero brigar por preço.

186

Daniel: Mas você até briga na internet, uma dica.

188

Ahhhh. [de desconfiança]

190

Daniel: Escreve que você briga...

192

Paula: Eu costumo ler a Folha, não, eu compro na banca, leio assim revistas, assisto até noticiário de televisão... entro muito pouco na internet, eu não tenho muito tempo pra ficar muito tempo parada e aí eu desisto logo. Eu raras vezes me sento para entrar na Internet.

196

Helena: Dificilmente acesso a Internet porque dificilmente eu estou em casa. Eu leio jornais de final de semana como o Estado, mas eu só compro quando eu vou para casa pra ler, se não eu estou dentro do carro... ou então estou com a mão ocupada. Toda noite eu dou uma lidinha em livro. Livro mais técnico, né? Como eu mudei de área... eu estava numa outra área 4 anos atrás. Aí eu mudei de área. Eu era professora de educação física, dava aula de natação e fazia curso de massoterapia. Eu mudei de área para massoterapeuta e terapeuta corporal. Mas aí tem que dar uma atualizada.

204

Carlos Alberto: É, mas outdoor ela deve ler... [risadas e papos paralelos] cruzamentos...

206

Helena: ... porque cada cliente demora três horas. Uma hora para ir, uma hora ficando, dez minutos conversando, uma hora pra voltar... então eu perco muitas horas do dia dentro do carro. [eu ouço mais] a Nova [Brasil FM], o barulho do motor... [piadinhas]

208

210

Reinaldo: Bem, pela atividade, sou obrigado a ler. Eu já acordo com um hobby que eu tenho desde os meus 14 anos, que é botar no jornal da Jovem Pan, no AM, tenho este hábito, eu já ligo então, leio o Estado de SP, sou assinante, recebo na minha casa, pela região, sou obrigado a ler o Diário do Grande ABC, porque é ali que tem mais o foco da política da região... mais ou menos uma resenha, porque nós temos este jornal como

212

214



assinatura da coordenadoria, e jornais locais, e aí já não considero muito porque... e a  
216 internet porque eu acesso com frequência principalmente também em casa, porque lá eu  
tenho banda larga, mas assim eu não fico muito com relação a leitura porque já fico...  
218 [conflito de vozes]. Eu foco assim mais pra correspondência, email, quando eventualmente  
assim... eu gosto muito de baixar música, fissurado em vídeo clipe, adoro MTV... vou lá, tal  
220 conjunto. Vejo sites de busca. Um dos mais completos é o Google, em termos de busca, na  
minha opinião. Agora, assim se eu tiver que baixar alguma coisa, aí eu tenho os programas  
222 mais [incompreensível], tipo o Kazaa, que já te dá um acesso direto. As vezes faço alguma  
busca com relação à música no Vagalume, que é um site legal, interessante para esta  
224 finalidade, específico para música e videoclipe... agora se for assim pra fuçar mesmo, aí  
não tenho um específico, de preferência. Ai eu vou sabe? Fuçar... se for por uma leitura  
226 mais pesada, uma coisa mais voltada pra área de política, existe assim a obrigatoriedade às  
vezes de dar uma acessada na... do Senado, alguma coisa da Câmara dos Deputados. Mas aí  
228 é por uma necessidade, né? Agora... (blábláblá) Eu gosto muito da Você S.A. em termos de  
revista, a Exame. Não, eu compro em banca. A Você S.A., você tem mais ou menos a  
230 propaganda de qual é a matéria que vai ter na próxima... algum artigo que me chame a  
atenção, aí eventualmente eu compro até por causa da disciplina que eu leciono, até mais ou  
232 menos pra estar atualizado... A Exame não, eu sou assinante, então... Eu sou sincero em  
falar, eu não gosto muito da Veja, apesar de ser a mais vendida, e... 70% [é] propaganda e...  
234 puxa, assim quando eu quero alguma coisa eu já vou mais ou menos direto... não compro  
pela internet, infelizmente, estou fora da exclusão digital, mas ainda tive essa.... não sei,  
236 ainda não... [conflito de vozes] mas, assim, basicamente em termos de leitura é isso. E na  
televisão, assim, quando posso, e de final de noite, ou eu assisto o jornal da Globo, mas eu  
238 gosto mais de esporte no final da noite, eu assisto ESPN.

240 Carlos Alberto: Não assiste o Cidade Alerta, não?! [risadas]

242 Reinaldo: Fazem 12 anos que eu não sei o que é uma novela...

244 Mediadora: [pergunta sobre sonho de consumo] O que seria um sonho de consumo pra  
você?

246

[conflitos de vozes] [pessoas em dúvida, risadas aqui e ali, sem resposta imediata]

248

Helena: Aquela Land Rover bonita... [risadas]

250

Daniel: Meu sonho de consumo é barco. Se for médio já tá bom, não precisa ser grande,  
252 uma pequena... se é pra sonhar, ah, uma aviãozinho, um helicóptero... não, isso não, mas  
um barquinho é, eu que gosto de praia se tivesse um barco pequeno já estaria feliz. Um  
254 barco que sentisse que teria tanque para ir de São Sebastião a Ilhabela, eu já estaria feliz.

256

Carlos: 32 pés já estaria bom...

258

Daniel: É...

260

Carlos Alberto: Meu sonho de consumo é uma fazenda para criar meus cavalos... iria ser  
maravilhoso, ficar no meio do mato, numa fazenda, com gado de corte, uns cavalos de raça,  
262 uma criação de cavalos, ia ser maravilhoso. É só isso que eu preciso... [E com a Land  
Rover?] Ia viajar muito...

264

Helena: Ia fazer a minha clínica [conflito de vozes] tudo informatizado [conflito de vozes]

266

Carlos Alberto: Ia ter uma criação de avestruz. Você sabe quanto que custa cada ovo de  
268 avestruz? 800 reais cada um. Se você quebrar um ovo é 80 reais que você perde. E do  
avestruz você usa tudo, você usa a pena, você usa o couro, você usa tudo. Não, não é que  
270 ele é sensível, é que você tem que ter muito cuidado, tem que ter um veterinário 24 horas  
por dia... Meu primo cria avestruz, ele começou com 16 [?] e agora está com 1600  
272 avestruzes, um negocio muito bom, muito rentável.

274

Daniel: Tem corrida de avestruz, não tem?

276 Carlos Alberto: Tem, [conflito de vozes]... comer no mato, viver bem, qualidade de vida,  
tomar aquele leitinho fresquinho ali...

278

Paula: Hoje em dia seria... eu moro num sitio... poder aproveitar o sitio.... tem cachoeira em  
280 casa, tudo... passo batido todos os dias quer dizer quando tou lá, passo a semana toda....  
quer dizer, eu acho que no momento, seria aproveitar o consumo... porque eu estou em São  
282 Paulo mas estou conseguindo me manter assim, nossa mas como ele é mal-educado, não  
deu seta, puxa vida, ah, entrou na frente. Sabe?!

284 [risadas]

286 Ana Luisa: Ah, uma fazenda também. Eu moro em apartamento, então... Nossa, só lazer,  
sem criação, não vou criar... só descansar... [risadas], só muito dedetizado. [risado], meu  
288 sonho é morar numa casa enorme, porque eu moro em apartamento, mas é que eu morro de  
medo de baratas. [?] que a minha casa é a mais limpa, e fica no 8o. Andar. [mudar para esta  
290 casa] traria um pouco mais de conforto, reunir mais o pessoal dentro da minha casa, não sei  
na realidade se chega a mudar alguma coisa na sua vida, acho que não. Fora o lado  
292 material, eu acho que não mudaria a rotina.

294 Carlos Alberto: Sair desta loucura que é São Paulo, já seria...

296 Ana Luisa: Eu não sei se eu consigo. Eu já tentei, eu já fui morar na praia, eu já fui morar  
no Mato Grosso, porque meu sonho era sair de SP, mas quando eu estou longe, eu sinto  
298 falta, entendeu? Não sei exatamente...

300 Antônio: Eu gostaria de morar numa bela duma casa e enche-la de carro antigo. Queria ter  
um monte de carro antigo e cada dia tirar um, dar uma voltinha...

302

Helena: Lá no ABC tem... toda quinta-feira...

304

Antônio: Eu fui pra Lindóia ver os carro antigo, fico fascinado... eu fico louco...

306

Daniel: No Pacaembu é de carro antigo também, não é?

308

Antônio: No Pacaembu não tem mais, é lá no Sambódromo, terça à noite no Sambódromo.

310

Parece que tem um encontro de V8 no Ibirapuera... ih, eu fui pra Lindóia, passei um fim de semana inteiro babando nesses carros antigos. Antigo, mas tudo inteirinho, né? É antigo porque é da minha época... [risadas] Agora não é antigo, meu sonho é ter um monte desses... uns carros bonitos... e uma casona bem grande pra botar eles...

314

Daniel: E muito dinheiro pra manter eles...

316

Reinaldo: Ah, já que é pra sonhar... Não, [conflito de vozes] já que uma casa na praia a gente não aproveita, acho que eu não iria para esse lado de ter uma fazenda, ter uma coisa... ah não ser que tivesse realmente a oportunidade de aproveitar, como ela falou, mas do contrário, já que fosse, um aviãozinho pra levar... a todos os pontos que tenho sonho de viajar... Olha, eu sou muito fascinado pelo Egito, Grécia... Naaaaaaao, [conflito de vozes] sonho de consumo é fazer Europa, Índia, que são os locais que me fascinam e não dá pra pegar um carro e ir, quer dizer... é, as viagens, se a gente tiver a oportunidade.... e aí, com um avião você pode levar as pessoas que gosta, que tivessem juntas... [comentários perdidos]

326

[exercício das figuras]

328

Mediadora: Eu gostaria que vocês olhassem, mexessem, e depois escolhessem um e me dizer o porque da escolha.

330

[escolha das figuras]

332

[conflitos de vozes]

[começam a dizer as escolhas]

334

Daniel: Escolhi estes dois aqui...

336

[conflitos de vozes]

338 Mediadora: Por que este Porsche?

340 Daniel: Primeiro, porque é um Porsche. Significa robustez, elegância, design, equipamento,  
segurança, tudo isso. Este carro é um esportivo, absolutamente, você tem condição de...  
342 quem gosta de carro que... tem condição de andar rápido com este carro, com toda  
segurança, mesmo assim num carro mais alto não tem a estabilidade que a Porsche  
344 costuma... né? Fazer questão de ter no carros, design é fantástico, ele tem todas as  
características que eu gosto de esportivo e de carro grande e você pode jogar em qualquer  
346 tipo de piso, né? Eu não sei, eu não lembro se ele tem tração 4x4, enfim, mas você pode  
andar na terra, no asfalto e rápido nos dois.

348

Carlos Alberto: Pra mim tem que ser blindado...

350

Daniel: É, você fica visado... mas com este motor, dá pra fugir rápido...

352

Daniel: Escolhi Porsche pelo design e marca. Tinha [outros Porsches], mas você falou que  
354 tinha que escolher um só, né? Exatamente, porque pra mim ele representa esportividade,  
conforto e segurança. Também, mas se for pra ter apenas um pra andar, eu não vou querer  
356 andar com um 911 em São Paulo. Vou querer pra passear.

358 Ana Luisa: Eu gosto de carro pequeno.

360 Daniel; Eu não vejo este carro como um carro pra você usar no dia a dia. Apesar do  
Cayenne ser um carro muito visado também, de um cara olhar, vai querer te seqüestrar,  
362 você vai ter que chamar o cara [conflito de vozes], uns 5, tá tranqüilo...

364 Reinaldo: Um Volvo [X]40, é uma perua, um dos carros que tem mais opcionais de  
segurança ABS... [não entendi] nas 4, se você precisar pegar uma estrada e pisar, tem uma  
366 [pisada?] de velocidade boa. Que nem eu tava falando assim, pra quem gosta de carro,  
alguns...

368

Mediadora: Mas como você sabe tudo isso?

370

Reinaldo: Assim, você conhecer carro, não sei se é coisa de homem ou não, enfim, [conflito de vozes], às vezes mais ou menos saem alguns itens que te chamam a atenção, não tanto pelo designer, até [porque] o designer no Volvo não é uma coisa tão atrativa, mas eu acho que é... até por estatística são os carros com menos acidentes na Europa, em relação a este conjunto de segurança.

376

Mediadora: Por que esse volvo, e não outro volvo?

378

Reinaldo: Principalmente por ser perua, eu acho que isso transporta para a minha realidade, com filhos, então 4 pessoas no mínimo para viajar, espaço, porta malas excelente... eu tenho esta tendência neste momento de viajar eu levo muita bagagem. Vou levar muita bagagem, acho que um dos fatores é este, mas você tá bem... é, como se diz, espaço físico para fazer uma boa viagem de repente a uma distância longa também.

384

Mediadora: E o que ele tem de diferente?

386

Reinaldo: Pois é, eu até poderia ter optado diferente, eu tava dando uma olhada na Hilux da Toyota que também é um perua que é cabine dupla e que também teria a opção de um porta-mala mas se bem que o sentido dela talvez é realmente sair fora, ser um fora de estrada, não é muito o meu perfil. Se eventualmente, como eu falei, uma viagem local talvez você não vai pegar estrada de terra ou vai encontrar aquelas rotas alternativas, então poderia até ter que pego Toyota. É, eu deixei ele de lado, porque é também um carro que me chama a atenção, né, mas se for trazer para a minha realidade acho que como te falei, sou mais assim família e conforto. Acho que principalmente numa viagem... e também para a cidade é um carro que... Acho que não foge muito, não.

396

Paula: Não, ansiosa não, eu escolhi esse aqui porque eu sempre gostei deste tipo de carro. [a moderadora fala em Toyota Land Cruiser, aparentemente] Gosto de ou jipe ou caminhonete, não sei, não conheço direito, mas esse parece ser daqueles mais compactos,



400 não é um carro grande... é tipo um jipinho, não é o que seria ideal pra mim, mas eu gosto  
desse... gostaria de passear bastante neste carro.

402

Mediadora: Por que , o que ele tem que os outros não têm?

404

Paula: Eu acho que o design, por ser Toyota que uma marca legal. Eu acho que é uma  
406 marca boa, que não quebra muito, entendeu, é um carro forte. Por isso... um pouco  
diferente.

408

Carlos Alberto: Tenho duas opções, pro dia a dia de São Paulo, eu vou neste Palio aqui, dia  
410 a dia, pá... Agora, pra deixar na garagem lá, pra curtir de final de semana, eu vou neste  
Cabriolet, aqui... Audi A4. Que é uma mecânica excepcional, um carro de um conforto  
412 muito bom, um motor de grande potência... Agora para o dia a dia de São Paulo, para a sua  
segurança, acho que vai bem este Palio aqui. Porque o Palio hoje é um carro que não tão  
414 visível e não tão roubado, entendeu. Hoje na nossa pesquisa o Palio é um carro que você  
não corre... como o Gol. O Gol é um carro que você corre o risco de ser roubado a qualquer  
416 momento. O Palio já não. O Palio é o terceiro lugar... O Palio tá em terceiro lugar.

418 Mediadora: E ser Fiat? Traz alguma coisa?

420 Carlos Alberto: Claro, é um carro bom, é um carro bom, eu sempre tive, eu tinha uma Palio  
Weekend, uma carro muito bom, mecânica, tração nas 4 rodas, [?] de vento... Então, um  
422 carro pau pra toda obra. Você põe ele em qualquer terreno que ele vai embora. Gosto muito  
da Fiat. Agora eu tou com um Corsa. Carro bom, mas Eu acho que prefiro o Palio. É um  
424 carro muito bom, não tão visível...

426 Mediadora: E a Audi?

428 Carlos Alberto: Ah, Audi porque... Um conversível, chique, né, fala aí, de um designer ...  
Valoriza o conteúdo interno... [risadas] Não tenha duvida... Passa com um Palio e depois

430 passa com um Audi, a diferença é... Muda até o "ooooooooiii"... Então eu acho que é um  
carro que... tem um designer bom....

432

Mediadora: E você Carlos?

434

Carlos: Um carro de guerra, quase... [risadas] Um Crosslander. É um jipão mesmo,  
436 daqueles pra entrar... Você soca qualquer parede com isso aí, aquelas coisas que... Tem  
alguns lugares que a gente vai, que tem uns amigos loucos... que a gente precisava duns  
438 carros destes... às vezes os caras quer subir lá com uns Paliozinhos, sabe... Dá uma dó,  
bicho, dá uma dó! Então eu acho que um carro destes pra você pensar... assim mesmo, para  
440 praia, estrada de terra, buraco, então não tem problema... Não tem tempo ruim,... um  
desnível de suspensão de até 30cm, a roda não perde a tração. Ou seja, você anda em  
442 qualquer...

444 Carlos Alberto: Você já viu o que tem de janela pra você blindar nisso aí? [risadas]

446 [conflito de vozes] Mas ele estaria rico!

448 Carlos: Eu só não passaria pelo Rio de Janeiro... acho que o resto... Ah, por trás tem o nome  
do fabricante, da Land Rover, que é a campeã no Paris Dakar, chiquêrrimo, é... O que o  
450 Land Rover não tem é... carro que você anda até debaixo d'água fcom ele. Você passa do  
nível, da porta, você vai em qualquer lugar com ele.

452

Carlos Alberto: Você mora na Zona Leste? [

454

Carlos: Eu passaria ali no Aricanduva numa boa,. Não tem nenhum problema. E tem a  
456 tradição de ser um carro utilitário, de... de um jipe esportivo de competição pra qualquer  
lugar. Um carro que sobrevive ao Paris Dakar... sobreviver a um Paris Dakar você já tem  
458 uma coisa de muito bom nisso aí...

460 Mediadora: E aí, Helena, o que você conseguiu tirar daí?

462 Helena: Ah, pro meu dia a dia um Troller pra não morrer afogada nestas avenidas, né? E  
um Volvo, como a opção dele, eu também adoro um Volvo. É, o mesmo, perua... Que é  
464 super estável, segurança 100%, e família. Entra todo mundo.

Mediadora: E a Troller, por que a Troller?

466

Helena: Porque é um jipe menor, para você andar dentro da cidade. Ele tem uns coiso lá pra  
468 cima que você não afoga ele, pode entrar na água, que ele tem tração... [risada] porque eu  
pego muito essa Imigrantes, a Ricardo Jafet e eu tenho pavor de andar na água.

470

Mediadora: E aí, Antônio?!

472

Antônio: Eu? um carro pra não sair da garagem, só pra ouvir o ronco dela, pra fazer parte  
474 da minha coleção, nem se fala, não tem nem o que comentar.... A marca é a Ferrari, que é  
incontestável. Esse vermelho sangue, potência, confiabilidade, design esportivo,  
476 conversível, tudo que você pode querer num carro é um Ferrari. Obviamente, não é um  
carro pra ficar andando no dia a dia. No dia a dia, vou ficar no meu Peugeotzinho. Uma  
478 Ferrari destas aí é um sonho de consumo de... de qualquer homem. Só pra ouvir o ronco do  
motor, deixar na garagem brilhando lá... [conflito de vozes] a marca né, que fala muito alto,  
480 e o design deste carro... o design dos carros italianos de um modo geral é sempre... supera o  
dos outros.

482

Mediadora: Você acha inovador?

484

Antônio: Sempre, sempre, eu vou falar, eu também fui fã do Fiat, eu sempre tive Fiat, a Fiat  
486 sempre foi arrojada no seus designers , sempre jogou uma novidade, sempre, sabe? Vem na  
frente as coisas da Fiat, eles sempre foram os pioneiros em muitas coisas, as outras fábricas  
488 copiam o mesmo estilo, a lanterna daquele jeito, o farol daquele jeito... eu sempre tive Fiat,  
o ano passado eu resolvi experimentar e sair da Fiat um pouquinho e partir para um  
490 Peugeot. E não me arrependi não, tá bom, não tenho queixa não. E a Fiat também, é a  
minha italiana...

492

Mediadora: E você? Tava discutindo aqui!

494

Ana Luisa: Mais pra dentro da cidade, assim, um Ecosport está de bom tamanho. Gosto de  
496 carro pequeno, esportivo.

498

Mediadora: E ser um Ford?

500

Ana Luisa: É o que tem de pior... [risadas] Eu gosto do modelinho e tudo, mas não gosto da  
marca. Não sei, meu marido não gosta, eu não entendo muito de carro, vejo mais pelo  
502 visual pequeno um gosto de carro pequeno, esportivo. Mas é um carro bonitinho.

504

Mediadora: E esse segundo carro? Por que um Porsche

506

Ana Luisa: Muito legal. O nome.

508

Mediadora: O que te traz esse nome?

510

Ana Luisa: Nossa... muito legal. [é o Cayenne] Completamente diferente, é o tal negócio,  
você tem de pensar só em você e pensar em família, tipo viagem. Para você estar todo dia  
512 pra lá e pra cá...

514

[acaba o exercício das figuras]

516

[Dinâmica de compra de celular]

518

Mediadora: Gente agora eu queria falar sobre um assunto com vocês, ainda sobre bens de  
compra, bens de consumo... Vocês têm celular? Como é a dinâmica de compra de celular?  
Vocês trocam muito, costumam trocar, usam o mesmo até acabar...

520

522

Carlos Alberto: Eu tenho 3. Toca o dia inteiro. Toca um, eu atendo um "um momento!, toca  
o outro, eu atendo o outro e assim sucessivamente...

524 Mediadora: Como você escolheu?

526 Carlos Alberto: Não, eu escolhi.

528 Mediadora: Quem comprou, por que trocou?

530 Antônio: Pelo tamanho, este último que comprei faz dois meses porque é pequenininho.

532 Reinaldo: Eu comprei não tem um mês... Eu saí de uma operadora depois de 10 anos, eu mudei de operadora, inclusive também por uma questão de serviço, que eu achei péssimo....

534

Carlos Alberto: Eu tenho um que está em resolutio: uma marca diferente da outra.

536

Reinaldo: ... e por tecnologia. Eu acho que o aparelho...

538 Antônio: Toda hora sai, eu só troco quando pifa o meu. O meu pifou e tive que trocar, eu se não eu iria... tinha aquele tijolão que tinha o primeiro lá, que era horrível. Mas foi aparecendo... Era um LG 510, não sei qual que era, é um que tinha viva-voz, gravador. Muito bom, só que caiu dentro da privada e aí... [conflito de vozes] não, ficou mais um ano e meio [conflito de vozes] aí eu sequei ele direitinho e ficou mais um ano e meio funcionando, depois ele começou a “pu-pu-pu”, aí eu falei tá na hora de trocar. É, ele começou a não ligar, eu falei “ah quer saber?”, eu vou pegar um menorzinho, esse aqui é um pequenininho. Mas tem muita besteirada nestes telefones de hoje. Você vê, esse aqui é pequenininho, mas é pra molecada, você faz carinha, você faz... sabe? Um monte de coisa, [mas] o que interessa pra mim é que toque e fala, [com voz quem não tem interesse] o som de musiquinha, baixa na Internet....

550 Carlos Alberto: Acho que esses modelos agora que marcam foto, tiram foto, acho legal, bem interessante...

552

Antônio: Mas pra que comprar telefone com máquina fotográfica?

554

Carlos Alberto: Pra tirar uma foto de você... [risadas]

556

Reinaldo: Mas eu acho que, que nem ele falou, eu por exemplo uma das coisas que eu...  
558 achei super a idéia... a hora que eu vi que um aparelho, um modelo novo que tira foto, quer  
dizer, você manda pela internet, como a gente já tava comentando...

560

[conflito de vozes]

Antônio: Eu tive a opção desse mas pelo mesmo preço deste, o tamanho era maior e eu só  
562 queria um pequenininho.

564

Moderadora: vocês pagam o preço pela inovação?

566

Daniel: Ah, eu espero.

568

[som de todos concordando]

570

Daniel: Era exatamente isso que eu ia dizer, eu já comprei telefone quando era lançamento  
e quando a evolução caminhava mais lentamente. Hoje em dia não vale a pena.

572

Carlos Alberto Eu já paguei telefone por 700 reais hoje ele tá, se eu for vender ele, eu não  
574 pego nem 100 reais. É bem complicado esse negócio de telefone.

Mediadora: Fala carlos...

576

Carlos: Não, eu tava pensando nisso... na primeira... acho que tipo 1994, quando saiu a  
578 primeira leva de celulares eu já fiz a inscrição. Dentre os primeiros 100 mil, eu... isso, na  
época eu já queria um pequenininho, comprei um Nokia que era um dos menorzinhos que  
580 tinha, valia uma fortuna na época, quem tem telefone... depois de um ano, não valia mais  
nada esse negócio, nem o celular nem nada. Depois eu comecei nesta linha, função: eu  
582 preciso falar e ouvir bem, então assim, fui roubado há doze dias, roubaram um aparelho  
desses, comprei outro exatamente igual. Porque era o que eu já tinha aprendido a mexer, as  
584 funções básicas e tal... dei um pra minha mulher, troquei o dela agora, bicho, só o manual



dele era um trem desse tamanho... você faz... há uns dois dias que ela só lê aquele negocio  
586 lá, e ela vem me perguntar “tem que fazer o quê?”

588 Carlos Alberto: Ué, mas você não tá lendo? [risadas]

590 [conflito de vozes]

592 Carlos Alberto: Oi mais engraçado é que você lê o negócio e você pergunta como que é.  
Você tá lendo o negocio e não está entendendo nada... [risadas]

594

Antônio: Mas é pra molecada, a molecada aprende rapidinho. A gente vai ficando meio  
596 lerdo e tal.

598 Carlos Alberto: Porque não adianta você ler, tem que ir lá e começar a mexer nele. Porque  
ai você vai entender a função dele. Se você ler o manual você não entende nada.

600

Mediadora; E você, gosta de mexer com estas funções?

602

Helena: Gostaria, mas pelos valores não.

604

Mediadora: Como que é?

606

Helena: O meu é Nokia.

608

Mediadora: As escolhas...

610

Helena: Ah, não, as escolhas seriam esses de câmera... Acho muito legal pra ficar  
612 mandando... e assim, que seja funcional, mas eu não pagaria o preço dele hoje, por ser caro.  
Pelo que você usa é “alo e desliga” e... [risada] se a gente tivesse naquele outro ambiente  
614 que tava, podendo... ai, eu queria mesmo..

616 Carlos Alberto: Eu comprei esse aqui, eu paguei 700 e poucos reais. Hoje ele deve estar o  
quê? Uns 300? Então eu acho que você acaba perdendo muito dinheiro. Olha, eu tenho 2  
618 aparelhos em casa que tá lá. Eu levei pra vender prum cara e ah, dá uns 50 reais nisso, ah  
então porra, fecha isso e joga fora lá em casa... Porra, 50 conto! “Ah é porque a gente só vai  
620 usar a peça pra repor e tal...” É isso aí que eles fazem. Complicado. Os outros dois que eu  
tenho, o Estado é que me deu.

622  
Daniel: Eu pelo menos não tive um caro, mas eu não fico mais trocando de celular até  
624 porque quando eu comprei o meu, até troquei de operadora para a TIM, aí eu comprei esse  
aqui que era legal, tal, custava 1100. Hoje tá 499. Se eu comprar um outro de 1100 de novo,  
626 daqui a pouco ele tá 499.

628 Carlos Alberto: Três meses, não dá mais que isso!

630 Daniel: Então tem que esperar, tem que esperar tudo já ser lançado por preço mais barato,  
porque eu acho que tá perto, não sei. É porque vai ficar com um, que nem DVD.

632  
Carlos Alberto: Hoje com 300 reais você compra um DVD.

634  
[começa conversa sobre compra de carro zero – o que motiva a trocar de carro?]

636 Mediadora: Agora eu queria conversar com vocês sobre um outro tipo de consumo. Queria  
conversar com vocês sobre a compra de um carro novo, então eu queria entender o que  
638 motiva a trocar de carro...

640 Antônio: Os filhos. [risada]

642 Paula: Eu acho que a melhor marca do carro é o carro zero, dentro do possível, o modelo é  
conforme o que você tem...

644  
Carlos: O bolso...

646 Paula: ...mas o carro dá muita manutenção depois de um certo... Então eu acho que o ideal é  
648 você, de dois em dois anos, sempre estar trocando de carro. Porque se não você acaba... a  
diferença que você paga por trocar pelo carro zero, você acaba gastando em manutenção.

650 Carlos Alberto: Eu troco todo ano.

652 Mediadora: E como vocês programam essa troca?

654 Carlos Alberto: Ah, olha eu tirei a Palio Weekend Adventure zero só que eu dei uma  
cacetada com ela e deu perda total. Ai eu desanimei, peguei o dinheiro e comprei um Corsa.

656 Tá, zero.

Corre menos um Corsa... [risadas]

658

Mediadora: e o que aconteceu nessa mudança, como você fez esse salto?

660

Carlos Alberto: É, a Palio Weekend era um foguetinho, agora eu peguei um Corsinha, é 1.6  
662 16 válvulas. É dos novos, e tenho uma dos antigos. Eu tenho um antigo e um novo. O  
antigo eu já tenho [antes do Palio], é um Corsa GSi que nem fabricam mais. Ele foi...  
664 fabricou dois anos e parou. É, um Corsa GSi 16V, motor 1.6, 16 válvulas, dentro dum  
Corsa você vê que é um negócio....

666

Daniel: Eu acho que este carro foi mico, tipo um turbo, essas coisas...

668

Carlos Alberto: É, porque na verdade ele veio pra testar o motor do Vectra 2.0. Que na  
670 verdade, é o mesmo motor. Então eu tenho ele até hoje, tá lá inteirinho, impecável. Apesar  
do Corsa novo que eu peguei, o zero, também é um carro bom, só que não tem tanto torque  
672 quanto tem a Palio Weekend. Mas se Deus quiser, até o final do ano vou pegar uma desta  
Palio nova, essa Adventure que é show de bola... tudo de bom, um puta carro. Já atropelou  
674 um cavalo. [risadas] Já atropelou cavalo, na Imigrantes, à noite... tava vindo de Itanhaém,  
tenho casa lá também. Na Manoel da Nóbrega, ali, 3 horas da manhã, tou vindo, o cavalo,  
676 vup! A cabeça dele foi parar lá no último banco da... o bicho entrou.. Na cabeça dele.

Passou por mim assim e vum! Ela rodou, olha só a estabilidade, eu soltei a direção, ela  
678 voltou pra pista de novo e eu com o cavalo dentro do carro. Não fez nada em mim, fiquei  
teso. Ah, o cavalo se arrebentou todo, tive que matar ele. O cavalo entrou, assim, no banco  
680 de trás... Na hora que bati, a cabeça fez assim [som de pancada] e ele entrou dentro do  
carro. [conversas paralelas]

682  
Mediadora: Reinaldo, seus carros...

684  
Reinaldo: Eu troquei por um Palio que era realmente um sonho de consumo, eu troquei um  
686 carro, faz questão de seis meses atrás. Agora eu acho assim, um carro pra cidade, eu acho  
que tem um conceito na hora de você comprar, eu falo isso por questão de família. E  
688 eventualmente pra viajar eu é... a questão de um carro fica mais guardadinho, eu acho que a  
troca no meu caso pelo menos, ele não ocorre por um tempo maior. Agora pra trabalho,  
690 acho que normalmente... Tenho um Marea, e tenho um Palio e eu trabalho com um outro,  
um Ka, na realidade, pra fazer o trabalho porque eu não paro, fico o dia inteiro na rua.  
692 Então o carro pra cidade, o Ka agora eu tenho há um ano, vai completar um ano.  
Provavelmente até o final do ano vamos estar trocando e o Palio, que é o da minha esposa,  
694 acabamos de trocar.

696 Carlos Alberto: É um bom carro o Ka.

698 Reinaldo: Olha, pra cidade, eu acho assim, é...

700 Reinaldo: É tranquilo, o consumo dele, gasta muito pouco, eu rodo demais, eu rodo a cada  
4 dias em torno de 500, 600km. Apesar de São Caetano ter 15km<sup>2</sup>, é minúscula a cidade,  
702 mas eu rodo demais dentro da cidade. Tem essa vantagem na economia, e como não tem a  
necessidade de estar com ninguém dentro do carro, então é bem tranquilo.

704  
Mediadora: como foi a escolha por esse carro? Você demorou pra fazer a escolha?

Reinaldo: Não, eu já tinha... um Ka, é, eu já tinha o Ka, então eu só troquei. Então, eu  
708 mantive a marca... Assim, a Ford, eu vejo pelos dois lados porque eu tenho Fiat e tenho  
Ford. A Fiat, eu acho que hoje ela está muito mais avançada que a Ford, mas a Ford ainda  
710 é um dos carros que internamente, ela tem um acabamento muito bom, em termos de  
conforto interno...

712  
Carlos Alberto: Eu acho que o designer da Ford deixou a desejar. Mas internamente é um  
714 carro muito bom.

716 Daniel: Eu tenho uma opinião minha, que eu discordo dos três neste ponto. Acho a Ford  
espetacular no design... Não, eu tenho um Volkswagen Gol, mas eu acho a Ford espetacular  
718 no design exatamente porque ela faz carro que você olha, acha esquisito depois, você vê e  
fala pô, ela tomou atitude, foi inovador e... Eu acho acabamento é também impecável,  
720 apesar de que eu acho o Ka meio mal acabado. Minha namorada ela tem o Ka que é  
completinho mas você encontra uns buracos, podia ter colocado uma tapeçaria, uma fiação  
722 exposta no porta-malas... e ela comprou zero também. Apesar de eu achar muito bem  
acabado... eu acho que isso vale pra todas as montadoras. Eles fazem umas economias que  
724 eu não entendo. Por que é que não tem de repente desembaçador no vidro traseiro? Isso é  
uma bobagem, se o pessoal tiver escutando aí, e não sei se encarece muito o custo do carro.

726  
Paula: É um acessório... num é acessório, é necessário...

728  
Daniel: Pois é, [conflito de vozes] eu não considero isso um acessório... sinceramente, se  
730 um dia eu trabalhar na indústria automobilística posso mudar meu conceito, mas... não  
acho, realmente.

732  
Antônio: O Corsa hoje é assim, ou é direção hidráulica ou é ar condicionado. Não pode ter  
734 as duas coisas. O Corsa é assim, você compra ou com direção hidráulica ou com ar  
condicionado.

736 Não tinha um carro com direção e ar-condicionado.

738 Carlos Alberto: O meu eu comprei sem ar.

740 Ana Luisa: Direção com certeza é muito melhor.

742 Carlos Alberto: É, você ficar [som de fazendo força]. [risadas]

744 Paula: Ah, mas no calor de SP também... ter ar condicionado neste trânsito é tudo. Você  
liga lá o ventilador é bafo quente...

746

Mediadora: Gente, vamos ouvir aqui o Daniel, você tinha que carro?

748

Daniel: Eu tive um Palio EX, agora eu estou com um Gol, mas ainda tenho um Palio  
750 também mas ficou com o meu irmão, ele comprou de mim, daí a gente troca em dia de  
rodízio, é bom... meu irmão trabalha do lado de casa eu trabalho no centro, se não ele não  
752 usa carro pra trabalhar. Mas quanto a... design, eu acho que a Ford é uma das mais  
inovadoras, eu admiro pra caramba, por exemplo o design do Focus.

754

Mediadora: E por que não comprou um Ford?

756

Daniel: Porque dentro do dinheiro que eu tinha pra gastar, o Gol era o que mais valia a  
758 pena.

760 Mediadora: O que competia ali com o Gol?

Daniel: Competiam todos os carros 1000. Comprei um mil, é. Só que o Palio era um Fire, já  
762 num é.. eu não gosto de pegar carro que o design que não é o atual. Exatamente, então,  
porque o Palio Fire tem a frente antiga, né? Então, se eu fosse optar por comprar um Gol  
764 que o design é o atual, que foi o que eu comprei, e um Palio Fire, eu não queria. Apesar de  
que mesmo o Palio novo...

766

Carlos Alberto: O Palio hoje é totalmente diferente.

768



Daniel: Não, o Fire é o antigo. Ele não é o primeiro.

770

Carlos Alberto: O Palio hoje é diferente...

772

Daniel: Porque o novo Palio é totalmente diferente. Eu não me acostumei muito com o  
774 Palio novo. O Fire, ele só é do antigo. Não o que era o antigão, o que era agora, em 2003. O  
novo tem [1000], mas ele estava numa faixa de preço acima do que eu podia pagar na hora,  
776 e também o negócio do design não tava muito... é, eu tou achando ele ainda esquisito. Mas  
é aquele negócio: toda inovação você demora para se acostumar.

778

Carlos: O meu é exatamente o contrário, vou trocar o Gol pelo Palio porque achei demais o  
780 novo Palio.

782 Daniel: E eu também penso que um carro também tem que enxergar como um negócio, Gol  
você vende na hora que quiser. É muito fácil vender. Assim como o Palio, assim como o  
784 Ka, mas o Gol tem uma facilidade enorme. Até ele falou que é o primeiro em estatística de  
roubo, também por isso o seguro é mais caro, e porque a procura é grande, significa. Então  
786 se eu quiser vender o Gol amanhã, vende. Porque eu acho que não vai ter problema. Eu  
enxergo isso, quando eu estou comprando um carro nessa faixa de preço, agora o dia que eu  
788 puder comprar um carro que eu realmente eu sonho, vai, e puder comprar um carro alemão,  
eu não vou pensar neste negócio de negócio. Ah, o dia que eu for vender, eu nem vou  
790 pensar, perder dinheiro, perder 10mil, não tem problema. Mas enquanto é assim... tem que  
pensar como negócio.

792

Mediadora: Eu queria entender por que você trocou de marca, né...

794

Daniel: é, mas é que enjoa... Eu gosto da Ford, da Fiat, da Volks... Eu só não gosto muito  
796 da GM, acho que eu tenho impressão que GM, se você andar no Celta, ele tem um barulho  
meio de Chevette ainda. O câmbio eu acho ruim, a relação de marchas, eu não gosto...

798

Carlos Alberto: Eu já acho ruim o do Ford. Eu já tive XR3, aquele câmbio mole...

800

Ana Luisa: Muito grande, eu não sei...

802

Daniel: Câmbio de Peugeot também. Eu acho duro.

804

Ana Luisa: Eu tenho um Palio, é zero, eu passei o outro pra minha filha, e aí pra mim... é, também era Palio, e aí pra mim o ideal é ficar dois anos com o carro. Porque é quando começam os probleminhas, então se é pra gastar, vamos gastar investindo.

808

Mediadora: E por que você manteve?

810

Ana Luisa: Eu gostei [de manter a marca] pela economia, você acaba acostumando eu um carro de.. bom, é um carro gostosinho. Pra gente que tem que estar rodando em São Paulo...É complicado, tem que ter um carro..... econômico... ...que não chame muito a atenção, né?...que não seja tão visado, que não seja caro...

814

816

Carlos Alberto: Seguros, tem que ver este negócio de seguros, é um absurdo!

818

Ana Luisa: A manutenção... [vários falando ao mesmo tempo],

820

Carlos Alberto: É um absurdo o que as seguradoras estão pedindo.

822

Ana Luisa: Olha, eu tinha um Cuore pequenininho, que era a minha paixão. Nossa, uma gracinha.

824

Daniel: É de brinquedo, isso...

826

Ana Luisa: Tudo parece de brinquedo. Você já viu o motor? É 750! Não é 1000, é 750!

828

Mas é uma gracinha, adorei, amei! Só que a manutenção dele é inviável.

830

Antônio: O mercado dele deve ser uma droga.

832 Ana Luisa: É, muito caro, a suspensão.

Carlos Alberto: É que nem o meu, o meu Corsa hoje, as pecas por quê? Porque não fabrica  
834 mais, ou dia precisei de uma peça, tive que mandar vir da Argentina a peça, 90 dias para  
chegar aqui no Brasil. Entendeu? Uma peça que custa.... um absurdo.

836

Antônio: Tive um Twingo que é um carro excelente, o Twingo é um carro que tive muito  
838 medo, mas é um carro excelente, um carrinho que agüentou bem, eu comprei pra minha  
mulher, na época eu comprei usado, morrendo de medo. Bicho, a carro não quebra!  
840 Também, quando quebra o preço dobra.

842 [conflito de vozes]

844 Mediadora: Pera aí gente, senão não consigo prestar atenção nos dois... E você, como que  
é?

846

Antônio: Ah, eu sempre tive Fiat na minha vida, desde o 147, o primeiro 147 que saiu...

848

Carlos Alberto: Você é um sofredor, então...

850

Antônio: Eu fiquei 8 anos com o 147. Comprei novo, zero... Aí depois fui trocando o Fiat,  
852 tive o Premio, o Tipo, eu capotei um Tipo.. falando do seguro, eu capotei este carro na  
Raposo e não aconteceu nada comigo, o carro arregaçou inteiro. Então é um carro super  
854 seguro. Depois tive um Tempira, agora...resovi comprar um pegeout. O custo benéfico dele  
era mais barato que comprar um Brava, ele vinha todo equipado.

856

Mediadora: E como você chegou na pegeout?

858

Antonio: É propaganda, revista...Mas desde que lançaram o pegeout eu já vinha namorando  
860 ele...Ai um daí eu fui numa concessionária olhar de perto, gostei, meu filho "oh, pai...".... e

o custo dele, pelo que tinha de equipamento, esse valia mais a pena, to adorando, super econômico...visibilidade é ruim, mas eu to gostando, design eu acho bonitinho...

864 Mediadora: E ai, Helena, como que ta, que carro você tem agora?

866 Helena: Assim, ultimamente, a uns quatro anos atrás, eu vendi tudo que eu tinha que era pra comprar um sonho, que era ter uma casa. E assim, a minha linha de automóveis a maioria é a volkswagen, hoje a gente ta com carros antigos, então com o que eu tinha de dinheiro tinha que ver os beneficio, que é ar condicionado, direção...

870 Mediadora: Que carro que é?

872 Helena: Uma Belina, porque com o dinheiro que tinha não dava pra comprar um novo com tudo isso...

874

[conflito de vozes]

876 [conversas paralelas]

878 Mediadora: E você Paula?

880 Paula: Eu tenho um Palio... mas a gente troca bastante não é nem por não ter cuidado, mas como a gente pega terra e estrada, então acaba o carro...

882

Mediadora: Como que foi a escolha pelo Palio, dentro das várias opções que tem ?

884

Paula: Mais ou menos assim, é o dinheiro que você tem na hora para comprar um carro zero. Eu sou fã da Fiat, meu marido ficou: “bom, a gente vai comprar ou um Gol, ou um Palio”. E eu “Palio, Palio, Palio”... [risadas] E a gente acabou pegando uma promoção num final de semana e aí fechou com o Palio da Fiat. E eu tou super satisfeita, eu gosto muito do Palio.

890

[de onde vêm as informações?]

892

Mediadora: O que eu queria entender de vocês é como que vocês chegam na decisão desses  
894 carros, que queria saber de onde vem as informações, vocês falaram de diversos atributos,  
segurança, amortecedor, como vocês ficam sabendo disso?

896

[conflito de vozes] Jornal e televisão. Caderno de veículos. Revista. Tem revista que fala  
898 muito de automóveis..

900

Daniel: No meu caso, eu acesso muito pelo Carsale, no micro, na Webmotors... às vezes,  
uma Quatro-Rodas, às vezes os sites das montadoras...

902

Carlos Alberto: Só os folhetos que você pega na rua já...

904

Daniel: ...é, folheto na rua...

906

Antônio: A Quatro-Rodas, ela faz isso tudo pra gente.

908

Carlos Alberto: Mas eu acho que as pessoas vão mais pelos... montinhos de folhetos que  
910 você recebe na rua.

912

Carlos: Não, não, não, eu até não gosto...

914

Ana Luisa: Eu acho que isso não funciona folheto, de tanta raiva que eu tenho.

916

Carlos: Eu não gosto de folheto.

918

Carlos Alberto: Dá raiva mas você pega, você dá uma olhada.

920

Ana Luisa: Não, não, eu não pego.

922

Paula: É, eu não pego se não o carro vira uma lixeira.

924 Daniel: Só funciona quando você já está pensando, aí de repente você quer até achar aquele  
cara mas eu não gosto.

926

Carlos: Você quer ver? Os jornais quando eu fui comprar, eu pesquisei pelo jornal, então  
928 estou no domingo, eu pegava lá, ficava vendo quais eram as promoções e qual estava mais  
barato, praquela coisa no momento... vou, eu tenho uma Palio Weekend – é, jornal, jornal.  
930 Jornal normal - que é uma beberona... Um ótimo carro, é fantástico, mas bebe pra caramba  
pra rodar na cidade não dá, ele é ótimo pra você viajar, porque com 2 crianças você pá-  
932 chum no bagageiro, pra que gastar... mas bebe bastante pra rodar na cidade. Então eu tenho  
um Golzinho que... eu acho que tem um péssimo acabamento, depois que eu andei com ele  
934 zerinho, tal, tal, me arrependi porque... o cara foi instalar o som, aí me solta aquele tapete  
que depois nunca mais volta pro lugar, entendeu? Sério, nunca mais... [conversas paralelas]  
936 se o cara pedir pra soltar o tapete para o som, esquece... [conversas paralelas] nunca mais  
volta pro lugar aquele tapete. É, então, na época, foi essa relação, preço... na época para  
938 você pegar o... Gol Special, o Specialzinho, e aí o preço, tinha uma promoção legal e então,  
valeu. Agora ele está com 40.. 45 mil km. Ele é 2000/2001. O Gol é mais novo e já está  
940 com quase 50... O Palio eu só uso...

942 Carlos Alberto: Mas você sabe, eu acho que o governo pressiona tanto as montadoras em  
abaixar o preço que a cada ano que passa o acabamento vai piorando. Porque aí você não  
944 vai precisar diminuir o custo, eles vão ter que tirar de algum lugar, então eles vão ter que  
tirar do acabamento. Tanto é que tem concessionárias que você vai comprar o carro, o carro  
946 vem sem tapete, meu! Tem que comprar o tapete e por o tapete! É, o tapete você não tem,  
tem que comprar o tapete! É absurdo isso!

948

Daniel: Quando eu fui comprar o meu carro, você tinha uma roleta. Ou você ganhava som  
950 com MP3, ou era o tapete ou era o protetor de cárter! É tipo o Roletrando. Só que tinha 200  
tapete, tapete, tapete, um MP3.

952

[conflito de vozes]



954

Daniel: Se sair sem protetor de cárter da concessionária com seu carro, se você pegar um  
956 buraco, você arranca seu [cárter?] fora! [?] seu motor!

958

Antônio: Aí você consegue pegar um completão. O básico no Peugeot vem de série.  
Vem de série. Protetor de Cárter... eu ganhei o tapetinho. [risadas]

960

Carlos: Sabe o temporizador do limpador do pára-brisas? Não tem. O modelo básico do Gol  
962 Special não tem. Ou você fica com aquele negócio tatatatata, ou está parado.

964

[conflito de vozes]

966

Antônio: É que vocês não viveram na época do Pé de Boi... o Pé de Boi só tinha espelhinho  
de um lado, tinha fechadura só de um lado. O banco do Pé de Boi era uma capa! O Fusca  
968 Pé de Boi o pára-choque era pintado., era o espelhinho... mas tinha a fechadura de um lado  
só, não sei qual era... um Fiat que saiu com a fechadura de um lado só da porta.

970

Carlos: Esse Gol básico parece o meu, de um lado você tem um espelho normal, do outro  
972 tem um espelho pequenininho. [risadas] é oito ou oitenta... aí fui trocar e foi uma  
dificuldade porque o espelho já não era original.. pelo menos no Palio, você já vem com  
974 tudo isso resolvido, no mesmo modelo básico, no Fire mesmo

976

Antônio: Tudo opcional, opcional, ne?

978

Carlos Alberto: Quando eu vou comprar um carro eu faço assim: eu vou na  
concessionária...

980

Mediadora: Como você chegou na concessionária?

982

Carlos Alberto: Como eu cheguei? Jornal, anúncio de papelzinho...

984

Mediadora: Vocês não conversam com alguém?

986 [conflito de vozes]

988 Paula: Na concessionária é mais difícil. Você tá passando e - ah, tá aberto hoje, num domingo. Você pega e entra, e vai dar uma sapeada.

990

Carlos Alberto: Aí você vê aquele monte de gente dançando, aí, vamos ver aqui, aqui tem promoção. [risadas] aí eu pergunto: a quanto que você vai fazer esse carro pra mim? Ah, é tanto. Aí é que eu ligo na outra e falo, bom o cara vai fazer tanto aqui pra mim, você vai me fazer quanto?

996 Ana Luisa: Ah, eu também faço isso.

998 Carlos Alberto: Ah, quanto ele vai fazer, 17? Ah, eu faço por 16 e 500.

1000 Paula: ... e te dou isso...

1002 Carlos Alberto: Eu fico sentado, “olha o cara vai me fazer por 16 e 500. Quanto você faz?” “Ah, faço 16”. Péra um pouquinho... ligo em outra. “olha eu tenho um orçamento aqui de duas concessionárias. A tal e a tal, uma vai me fazer 16 e 500 e a outra 16. Quanto você faz?” Até chegar num valor mínimo que eu possa pagar.

1006

Mediadora: Mas como você chegou na marca, na concessionária da Fiat, na concessionária da volks...

1010 Carlos Alberto: Ué, eu vou pelo que o.... a empresa tá me dando a mais. Tapete, protetor de cárter, som... Peraí, vocês vão me colocar os três no meu carro? botar os três, então.

1012 Documentação em ordem.

1014 Antônio: Você quer ver como a gente faz? Fui levar minha filha fazer uma prova do ENEM. Passei na frente de uma concessionária Peugeot. Deixa eu dar uma olhadinha de

1016 leve. Você olha, você vê, vai passando, sem fazer nada num domingo... parei e fui olhar,  
então aquilo ficou. Mas você passando por acaso, entendeu? Eu não fui olhar  
1018 especificamente para isso. Foi uma casualidade. E quando eu fui ver de perto, aí eu acabei  
comprando porque o vendedor era muito bom, eu falo até hoje para ele, você é um bom  
1020 vendedor, eu fui lá para olhar e o cara já tava fazendo a nota. Não falei que eu ia comprar e  
meu filho “pai, compra, compra, compra”. Então acabei ficando. Então foi uma coisa  
1022 assim. O vendedor também tem muita...

1024 Daniel: ... ajuda muito.

1026 Antônio: ... ele tem uma lábia, com um jeitinho, ele foi fazendo o pedido... “Mas eu vim só  
olhar pra ver preço!” “ah tá, mas você vai comprar...”

1028

Carlos Alberto: Ah, eu entrei na DaVinci Mais porque eu passei na verdade e vi mesmo,  
1030 cheio de pessoas, um monte de gente, bexiga, aquelas coisas... deve estar rolando alguma  
promoção aí, porque estava lotado! Né, alguma coisa... Aí eu entrei, a hora que eu entrei o  
1032 cara já: “Vem aqui, em que carro o senhor está interessado?” “Estou interessado numa  
Palio Adventure e tal...” ele “vamos fazer um test-drive já e aí você pisa” “assim, não....”

1034

Carlos: A hora que você senta, ligou, já era...

1036

Daniel: Já era... [risadas]

1038

Antônio: Devia ser proibido... [risadas]

1040

Carlos: Verdade. [risadas]

1042

Antônio: É que nem comprar pela internet, viu? Devia ser proibido. [risadas]

1044

Carlos Alberto: Acho que o atendimento é muito importante. [conflito de vozes] ... uma  
1046 funcionária que eu entrei que eu “olha eu tou precisando ver uma Palio Weekend “ah, o

senhor aguarda um pouquinho?” Aguardo? E eu estou aqui para ficar aguardando um  
1048 pouquinho? Tchau. Ah, o senhor senta que estou atendendo um outro cliente. Ah, então  
você não tem outro vendedor? Ah, então vou em outro...

1050 Antônio: E o pós-venda também é importante, você tem... depois que você compra...

1052 [conflito de vozes]

1054 Paula: É tão importante quanto. Você pode virar cliente não compro mais da marca.

1056 Mediadora: Eu queria saber um pouco das fontes de informação, pode ser em revistas,  
jornais, pessoas...

1058 Daniel: Shoptur, por exemplo.

1060 Mediadora: Shoptur?

1062 Daniel: É. Eu vou contar como é que foi o meu caso. Quando foi se aproximando o  
1064 momento que eu realmente... eu tava com o dinheiro do carro, eu comecei a realmente  
chegar tudo: jornais.. fazia comparação de preços, sempre que você pega, no caso, o jornal  
1066 que eu leio é a Folha. A Folha, sempre no Caderno de Automóveis, tem lá... a concorrência  
é braba. “Fiesta neste fim de semana com IPVA grátis”, o outro vai lá “Fiesta com protetor  
1068 de cárter” e neste momento eu vou checar, sentar na frente da TV e deixava no programa  
Shoptur direto. E também dum outro cara gordão, não sei o nome. Todos, era um atrás do  
1070 outro. Eu ia vendo, ia vendo, ia vendo... aí pronto, eu cheguei em algumas opções que  
estavam dentro do que podia pagar. Não, eu cheguei à conclusão sozinho.

1072 Mediadora: E você conversou com alguém sobre as opções?

1074 Daniel: Não, não, eu cheguei a conclusão sozinho

1076 Mediadora: Nem a namorada que tinha lá um ...

1078

Daniel: Não, ela deu opinião, mas... que ela acha mais bonitinho... mas também na verdade, acho que a maioria compra mesmo carro pela beleza.

1080

1082

Antônio: Eu tenho um amigo que lê tudo quanto é revista de automóvel... quando preciso chego e falo: “escuta, o que é que você leu sobre deste carro” [risadas] Ele sabe tudo! A gente conversa muito de carro.

1084

1086

Carlos Alberto: Acho que o Shoppingtur é um negócio legal.... sempre... tch-tch, colo lá no Shoppingtur

1088

1090

Daniel: Legal, você tem uma idéia de preço até de semi-novo. De novo, sabe de compra de novo, o que neguinho tá oferecendo, o que não tá. Mas pra mim foi assim, quando estava chegando o momento em que eu estava com dinheiro de comprar o carro, eu massacrei de anúncio, em tudo que é lugar e aí eu achei dentro do dinheiro que eu ia gastar, eu fiz a comparação, fui ver cada um e cheguei à conclusão: é esse que eu quero.

1092

1094

Carlos Alberto: Acho que você também tem que ficar ligado porque as concessionárias dão muita gafe. Mete uma propaganda e você chega ali na hora e tal então tem que ficar esperto e ficar nisso aí também. Porque eu tive numa concessionária, vi a propaganda, sem data, sem nada, tava um preço na placa, quando eu cheguei lá, era outro.

1096

1098

1100

Daniel: No Procon você ganha.

1102

Carlos Alberto: É, na hora. Shh, amigo, vou comprar por este preço aqui, ó. Então, isso aí também tem que estar ligado, porque tem muito disso.

1104

Carlos: E taxa de juros?!

1106

Carlos Alberto: Os caras faz umas contas...

1108

Carlos: Vamos ver essa calculadora, 1 vírgula quanto mesmo? A-ham. Deixa eu ver, passa  
1110 a capinha. Vê de novo. Não, você tá trabalhando com 2,5, não com 1... “não, mas é que  
entrou”. Não, mas aqui... Aí começa...  
1112  
Carlos Alberto: E o contrato que eles dão para você assinar ali na hora que não dá pra  
1114 enxergar nada? Nem com a lupa... “Assina aí, to” “Que assina aí o quê...”. Mas olha,  
calculadora, como eles têm prática com calculadora. Tuf, tuf tuf, aí você fica ali..  
1116  
Antônio: Não é o dono da Romer que foi seqüestrado?  
1118  
Mediadora: E a Helena, que ta procurando, ta pensando, você ta antenda?  
1120  
Helena: Eu procuro muito naquela Feira do Automóvel, eles mostram lançamentos,  
1122 melhores de uns, piores dos outros, fazem muito essas comparações. Como meu marido  
assiste muito este jornal, porque gosta de estar vendo, de estar ligado nos lançamentos de  
1124 carros, a gente já... concorda. Ele tem costume de domingo dar uma passadinha nestas  
televisões e no jornal geralmente vem um...  
1126  
Antônio: A decisão é sempre dele, né? Se for ouvir mulher, vai querer comprar um com  
1128 couro e tal... você compra e não vende nunca mais!  
[risos]  
1130 [conflito de vozes]  
1132 Você precisa ver, o Twingo era um carro que porque tinha [?], pô, não vende!  
1134 Daniel: Aliás, tem algumas marcas que você não vende. Tem um ranking aí dos carros mais  
encalhados... não sei quem, mas eu sei que Subaru, todos. Subaru, todos, eu acho que quem  
1136 importa é a Ford, não sei...  
1138 [exercício dos meios de comunicação]



Mediadora: Gente, eu tenho uns meios de comunicação aqui, inclusive os informais, assim,  
1140 de pessoas, e eu queria que vocês me dissessem quais vocês já usaram, ou estão usando no  
momento..., e eu queria que vocês me dissessem quais desses influenciaram, tiveram um  
1142 papel decisivo, antes mesmo de chegar na concessionária, chegar na marca

1144 Carlos: Salão do Automóvel é legal pra passar raiva.

1146 Reinaldo: Eu colocaria a própria concessionária. eu acho que ainda quando você está  
predisposto a comprar um carro zero...

1148 Carlos: Propagandas...

1150 Reinaldo: ... é a própria vitrine – é como a padaria que você vai compra um pão francês e  
1152 acaba levando uma ciabata, é pelo visual – aí eu acho que é mais ou menos a mesma coisa.  
Se você já tem mais ou menos... eu vou mais ou menos pelo que o Daniel falou, você  
1154 compra pela beleza, você compra pelo estilo que vai te afeiçoar também, é claro que [tem]  
o poder aquisitivo, pelo que você tem no bolso, mas tem um padrão. Você tem 4  
1156 montadoras que todas tem mais ou menos o mesmo preço. E você vai compra aquilo que  
vai pelo seu estilo pessoal. E a concessionária passa a ser isso, quer dizer o carro que está lá  
1158 sempre tá um pouco mais equipadinho, tem sempre um detalhezinho ou outro que não tem  
no convencional, vamos dizer assim, e que acabam te chamar atenção.

1160 Carlos Alberto: Mas pra chegar lá, acho que o negócio de panfleto funciona muito, porque  
1162 mesmo que você não pegue, se te põe no pára-brisas, você vai ter que tirar de lá. E você vai  
ter que olhar pra tirar de lá. E se te interessar, você vai guardar.

1164 Antônio: Mas eu acho que a revista, neste ponto, a Quatro-Rodas, eu comprei meu 147  
1166 porque eu fiquei namorando até lançar, falaram que ia sair no Brasil, eu eu fiquei  
namorando; Peugeot a mesma coisa, eu olhei na revista Quatro-Rodas e ficava... eu acho  
1168 que a revista Quatro-Rodas é a melhor vitrine para você saber novidades e...

1170 Carlos Alberto: Ah, mas ninguém compra revista Quatro-Rodas...

1172 Mediadora: Você acha que ela é melhor que os jornais?

1174 Antônio: Eu acho.

1176 Mediadora: Por que?

1178 Ana Luisa: Ai sim. Ah, não sei, meus filhos tem essa Auto Esporte, Quatro-Rodas, eles têm tudo sobre carros, eu fico fascinada, encantada!

1180

1182 Paula: Eu acho que estas revistas de carro é bom para ter informação. Agora, pra você chegar e comprar, eu acho que você tem que ter outra coisa, um jornal que fala: promoção, promoção hoje. Hoje estaremos abertos...

1184

1186 Carlos Alberto: Não é todo mundo que compra Quatro-Rodas, né?

1188 Ana Luisa: Mas quando você quer saber de um lançamento e estar atualizado...Se você quiser só pra ver um carro, acho que vale a pena. Outra coisa que eu faço eu pergunto pro mecânico. Que carro o senhor acha que...

1190

1192 Antônio: Ih, ele não vale, só vai te dizer carro porcaria...Ele lê o Jornal da Tarde, pra que precisa levar lá?

1194 [conversas paralelas]

1196 Reinaldo: Eu acho que o Jornal da Tarde também ajuda. Quem às vezes quer uma ajuda, um orçamento, eu acho que...

1198

1200 Mediadora: Como que é essa decisão de compra? Vocês falaram muito do preço ..., eu queria entender qual é o ranking dos critérios, o que é mais importante?

1202 Antônio: Começa com o dinheiro no bolso, lógico. Exato, depois você vê, né, se...

1204 Carlos: Os benefícios.

1206 Paula: Você nem pesquisou o seguro do carro também?

1208 Daniel: Pesquisei.

1210 Paula: E isso aí não contou no final?

1212 Daniel: Se for mais no final, não. É, mas manutenção conta a favor. Pra mim, conta pra  
1214 mim primeiro o dinheiro. Aí vou eliminando: primeiro, design. Esse sim, esse não. Aí,  
acabamento, esse sim, esse não.

1216 Antônio: Design é um tópico importante. A gente fala, mas um monte de gente vai pela  
cara do carro.

1218 Daniel: Eu diria que é a maioria.

1220 Carlos Alberto: Eu acho que cor influencia muito. A cor do carro.

1222 Reinaldo: Eu continuo batendo nesta tecla, eu acho que por mais que o preço seja  
1224 compatível, se não gostar do carro...

1226 Carlos Alberto: Compre um carro branco, pra vender ele depois, você vai ficar com um  
mico.

1228 Reinaldo: Por mais que o preço seja uma coisa atrativa, e eu não tiver grana para comprar  
1230 um zero, ou um Palio zero, eu vou em compro um anterior porque é um carro que... né...  
gostei do design do carro, de repente eu posso até ficar com um carro que é semi-novo, que

1232 tem as garantias da concessionária. Eu me sentir bem por aquele produto que eu tou  
usando.

1234

Mediadora: E a manutenção que vocês falaram?

1236

Daniel: Exatamente o que o Reinaldo está dizendo, é muito importante o design do carro.

1238

Eu até falei que o Uno é feio, é a minha opinião só, pode até não ser a dos outros, mas se eu  
tivesse dinheiro para comprar um Uno zero, eu não compraria. Aliás, pra comprar Uno, eu

1240

não compraria. Porque realmente o design... Eu compraria um semi-novo porque eu jamais  
vou comprar um carro que eu não ache bonito. Só entra nesta seleção de tem isso, tem

1242

aquilo, se realmente me agrada. Se não agradar, nem entra.

1244

Mediadora: Não entra nem no preço?

1246

Daniel: Não, não, o Uno nunca entrou em consideração nenhuma.

1248

Paula: Eu acho que a maioria das pessoas...

1250

Carlos Alberto: Designer do carro em primeiro lugar. Depois preço.

1252

Daniel: É isso. Depois você pode pagar, aí você vai ver se...

1254

Carlos Alberto: Primeiro eu olho. E falo, putz, gostei deste carro, hein? Você não sabe nem  
quanto ele custa.

1256

Mediadora: Eu queria saber assim, na manutenção vocês falaram que tem uns carros com  
manutenção mais difícil, e tal, vocês já experimentaram todos, como vocês sabem da  
manutenção de cada um?

1260

Carlos Alberto: É só... deixa no mecânico que você vai saber...

1262

Antônio: Conversa com os amigos.

1264

Paula: Pergunta para quem tem.

1266

Carlos: Eu acho que é mais informal.

1268

Carlos Alberto: Eu converso com um amigo mecânico...

1270

Antônio: O Golf é um carro bonito, tal, mas tem uma manutenção cara. Eu sei quem tem, eu converso e...

1272

1274 Mediadora: E isso é importante, dentro daqueles critério?

1276 Carlos: Manutenção?

1278 Carlos Alberto: Eu pergunto pra mecânico.

1280 Daniel: Primeiro, a gente busca... acho que todos aqui buscam um carro que dê pouca  
manutenção pelo que a gente já escuta falar. Pessoas que tem o carro ou até mesmo de  
1282 mecânicos.

1284 Carlos Alberto: Olha, eu tinha vontade de comprar um Tipo. Eu cheguei no mecânico e  
falei, 'estou precisando comprar um Tipo, o que você acha?' "Olha Carlos, o Tipo é um  
1286 carro que tá dando problema em caixa de direção..."

1288 Antônio: Mas se você troca todo ano, não tem que se preocupar com isso. Eu num demoro,  
por isso dá pouca manutenção. Quem troca todo ano, não tá nem aí, né?

1290

Reinaldo: Mas tem carro com problema crônico...

1292

[conflito de vozes]

1294

Mediadora: Olha, ele ta falando que tem carro que tem problema crônico, então na compra jé é importante...

1296

1298

Reinaldo: Eu não sei o nome, na linha da Fiat mesmo... meio arredondadinha a traseira dele... não o Brava, da linha da Palio, mas....

1300

Carlos: O Siena?

1302

Reinaldo: O Siena, meu... Logo que saiu, todo mundo que tinha, todo mundo reclamava, com relação à troca de marcha, com relação a barulho...

1304

1306

Mediadora: Ah, eram coisas de fábrica...

1308

Reinaldo: ...uma amiga que chegou à concessionária e trocou 3 vezes o carro. Que era realmente... enfim, 3 vezes e ela acabou trocando, não de marca, mas de modelo. Da própria Fiat.

1310

1312

Carlos Alberto: Olha o meu Corsa é de 96. O antigo. Há seis meses eu recebi uma carta da GM que era pra mim (sic) levar o Corsa lá na GM que eles tinha que trocar o suporte do cinto de segurança. Um carro 96 meu! Olha, pra você ver quanto tempo eles demoraram pra detectar este defeito e trocar a peça, entendeu?

1314

1316

Mediadora: E essas revistas especializadas, jornais, saem informações nesses comparativos sobre manutenção?

1318

1320

Antônio: Saem, saem sim... testes de ruído, roda 10000km, desmonta, depois analisa o carro inteirinho...coloca os resultados...

1322

[conflito de vozes]

1324



1326 Carlos Alberto: colocar eles colocam, mas precisa ver se isso é real, se eles fazem isso mesmo.

1328 Mediadora: Você confia?

1330 Carlos Alberto: Eu não.

1332 Antônio: A Quatro-Rodas é. Eu confio.

1334 Daniel: Eu confio. Acho que os caras são imparciais.

1336 Ana Luisa: Eu acho que eles são bem profissionais, sim. Eles só fazem isso

1338 Carlos Alberto: Eu não confio, sabe porque eu não confio? Porque saiu tanta reportagem sobre o Corsa na época que eu comprei que dez anos depois eles vêm pra detectar um

1340 problema no cinto de segurança. Que confiança eu vou ter?

1342 Daniel: Ah, mas isso é normal,...

1344 Mediadora: Não, mas aí não é confiança na revista, não no fabricante...

1346 Carlos Alberto: Então. mas a revista publicou! A pancada, o cinto de segurança...

1348 Antônio: Não, mas eles pegam o carro da montadora, eles rodam 30000km o Brasil todo com o carro, depois desmonta o carro inteiro e vê as peças que foram desgastadas, se deram

1350 problema, eles vão descrevendo tudo que aconteceu com o carro no trajeto. Eu acho isso importante. Ele está me dando 30000km pra você, para você saber se o carro vai dar este

1352 tipo de problema. O cinto pode ter passado despercebido. Mas isso não é falta de confiança na...

1354 [conflito de vozes]

1356

Mediadora: E em que você confia?

1358

Carlos Alberto: Eu confio em mim, ali sentado naquele volante.

1360

Ana Luisa: Mas o cavalo não confia.... [risadas]

1362

Carlos Alberto: Mas se eu tivesse com este meu carro, eu teria voado pra fora por causa de um parafuso do cinto de segurança.

1364

1366 Reinaldo: Mas eu acho que hoje com meio de informação massificado, globalizado eu acho.. eu vejo pela...

1368

Carlos Alberto: Ah, eu não dá pra confiar....

1370

Reinaldo: ...A Ford teve um problema seriíssimo nos Estados Unidos com a Explorer deles mas não era um problema do carro, era um problema de pneu. A Bridgestone percebeu depois que na realidade, a banda que ele fez pro pneu tava errada. Então no fim, ele vai trocar o cinto de segurança e vai ver que não é o fabricante, não é a montadora. É o fabricante da peça que na realidade.

1376

Mediadora: E tem mais algum outro veículo que vocês acham, confiável, sem ser a Quatro Rodas?

1378

1380 Reinaldo: Eu citei o Jornal do Carro, que eu acho que faz um trabalho a mais de 20 e tantos anos...

1382

Mediadora: Você acha que é mais importante que os especializados?

1384

Reinaldo: Se a gente for pensar pelo custo de compra talvez da revista, nem todo mundo de repente compra elo preço da revista...

1386

1388 Antônio: O Jornal do carro é mais limitado, a Quatro - Rodas tem uma abrangência bem maior..

1390

Mediadora: Mas é confiável?

1392

1394 Antônio: Extremamente confiável! ... pra mim é, já tive provas de teste de líquido de arrefecimento, porque a maioria destes líquidos era 99% água e 1% corante, então eu aprendi muita coisa, é verdade, aí ensinaram você a comprar só em concessionária estes líquidos, porque se você põe uma coisa colorida, uma água colorida lá, você estraga todo o sistema de arrefecimento, então este tipo de informação que a Quatro - Rodas dá, ela é imparcial mesmo. Fala, mete a boca em quem tem que meter e fala bem de quem tem que falar. Então eu há muitos anos, desde pequeno, eu leio a Quatro - Rodas, então você vai adquirindo confiança e até hoje eles tão aí, eles ... são um veículo de referência em relação a carro.

1402

Daniel: Eles são o mais lembrado... [outras vozes de concordância se ouvem].

1404

1406 Carlos Alberto: Olha, você quer ver uma prova de tudo isso aí? A Land Rover. Fizeram um monte de teste com ela, um monte de coisa... O Leonardo quase matou num sei quantas pessoas aí numa Land Rover porque soltou um parafuso do eixo. Não, deu defeito de fábrica.

1410 Daniel: Mas por aí dizem, não foi provado, mas dizem, que a morte do Senna foi uma falha do carro. Eu acho que tudo é passível de falha, não devia ocorrer mas a gente sabe de casos do mundo inteiro. Porra, falha acontece. A gente fica...

1412

1414 Reinaldo: Acho que hoje é que o atendimento ao consumidor, pelo menos nesta questão de.... a montadora, ela também testar...

1416

Mediadora: Reconhecer...

1418

Reinaldo: Fala a verdade, hoje você tem uma linha de produção que ela trabalha com Just-In-Time, que você não tem tempo de fazer teste. O teste é do teu fornecedor. Ou você testa no seu fornecedor ou não...

1422 [conflito de vozes]

1424 Reinaldo: ... quando você está comprando um carro, você está comprando uma marca, e  
1426 você confia na sua marca e nos fornecedores dela. A Zefer, lá em São Caetano, quantas  
vezes eu não vi a própria Zefer estender o recall de caixa de direção, que é uma coisa  
1428 seriíssima, porque ela, depois de n testes feitos, ela acabou percebendo que um caminhão  
Mercedes, que é o top dentro de caminhões, tem lá n problemas... ela acaba estendendo isso  
1430 porque assim, eu tenho um número de chassi, você tem aquela quantidade de peças que  
foram entregues... tem toda uma logística por trás, hoje em dia pode acontecer isso, de  
1432 repente num carro, de repente... Mas se a gente for pensar atrás até, não querendo por o  
dedo na política, mas o nosso atual presidente, num momento de greve, mandou soltar  
1434 parafusos de roda de carro pra... né? Ter acidente. Se a gente fosse pensar por esse lado,  
pode acontecer a qualquer um e a qualquer momento. E pode ser que num carro que  
aconteceu com o Leonardo, isso vai fazer que o fabricante chame todo um lote...

1436

Antônio: Pode até ter comprado um carro fabricado numa quarta-feira de Cinzas... pega  
1438 aquele carro carimbado... tem cara que é assim. Pega carro que só dá problema, que enche o  
saco.

1440

Carlos Alberto: Só vou confiar num carro depois que eu usar ele, e vender ele e não me dar  
1442 problema, aí eu confio. Este carro não me deu problema.,

1444 [conflito de vozes]

1446 Ana Luisa: Você vai querer trocar por um mesmo carro zero e pode ser que dê problema.

1448 Carlos Alberto; Exatamente. E por isso que eu não vou confiar no que a revista está me  
dizendo ali: você pode andar a 200 por hora porque o carro vai andar. Eu não vou andar a  
1450 200 por hora porque eu estou confiando na revista. Se você confiar a andar a 200 por hora,  
a revista tá dizendo aquilo, ela publicou aquilo. Então você pode andar a 200 por hora. É  
1452 meio complicado esse negócio confiar naquilo que está escrito ali.

1454 Antônio: Não, ele testou naquelas condições que ele está descrevendo o que ele constatou.  
É um experimento científico. Eu estou constatando que se você tomar este remédio, você  
1456 vai ter um monte de critério pra fazer isso. Agora, ter efeito colateral como foi descrito?  
Pode.

1458 Carlos Alberto: Aí vou eu, que sou meio xarope a duzentos por hora e bum! Solta a roda...

1460 Reinaldo: Uma coisa é o cara andar a 240, numa reta e fazer uma curva e ligar o que eles  
chamam de anjo da guarda que a BMW tem, que ele solta as 4 rodas, o cara faz a curva  
1462 redondinho, o carro sai todo... outra coisa é vou eu tentar fazer isso. Ai é questão de cada  
um...

1464 Carlos Alberto: Eu vou muito pelos amigos: olha, você tem um carro? O que você acha  
1466 deste carro? Eu acho um carro bom, tem uma estabilidade legal...

1468 Moderadora: Vocês também vão pelos amigos?

1470 Ana Luisa: sim...

1472 Paula: Claro, com certeza.

1474 Antônio: Meus amigos são todos mais ricos que eu, eles compram carros melhores então...

1476 [risadas]

1478 Mediadora: Gente, eu queria retornar a uma coisa que a gente falou no primeiro exercício,  
dos carros, daquele carro ideal, que vocês escolheram, desse carro real, pra escolha real de  
1480 vocês, dos carros que vocês compraram ou estão pensando em comprar, o que ficou?

1482 Antônio: Tem um abismo...

1484 [risadas]

1486 Mediadora: Eu quero saber assim, de repente você tem um carro que tenha a segurança do  
Volvo e que te atenda, ou sei lá, é completamente diferente...

1488

1490 Reinaldo: Não digo que não, assim... eu tenho um Marea que eu acho um carro  
extremamente confortável. E até certo ponto seguro, confiável. Mas não ao ponto... como...  
aquilo que eu vejo no Volvo, não.

1492

1494 Mediadora: Mas em menor escala?

[em tempo: as mulheres praticamente não falaram mais desde a fita 2]

1496

1498 Reinaldo: Ah, em menor escala, sim. Acho que pra mercado, assim...

1500 Antônio: Tem sim, você sempre tem uma base. Esportivo, a linha, a cor... Alguma coisa em  
comum tem que ter, porque se não... Aquele lá está num nível lá cima, outro aqui embaixo,  
mas estão na mesma direção. Você segue uma linha do teu gosto. Meu gosto é esportivo,  
1502 com cores bonitas... prata, porque só tem prata. Uma coisa muito ruim, que eu não gostei, é  
que só tem prata. Que tenha roda de liga leve, então você sempre segue uma linha. Uma  
1504 pessoa que goste de offroad vai escolher uma linha offroad. Quer dizer, não é um Cayenne,  
mas é um Ecosport. Então tem mais ou menos a mesma linha, mas logicamente com  
1506 patamar diferente. A gente tem uma tendência. Eu gosto de carro esporte.

1508 Carlos Alberto: Eu também, gosto de esportivo.



1510 Mediadora: Qual que você tinha escolhido nas figurinhas?

1512 Carlos Alberto: Uma cabriolet.

1514 Mediadora: Continuou no esportivo! E você Daniel?

1516 Daniel: Se for transferir pra uma realidade, aquele carro?

1518 Mediadora: O carro que você tem, e aquele carro que você idealizou, você conseguiu...que  
nem ele falou...continuei no esportivo...numa perua...

1520 Daniel: Diria que nem continuei no esportivo, porque meu carro eu nem considero  
1522 esportivo. Pode até ser, se colocasse uns acessórios. Mas esportivo, conforto, segurança,  
apesar de não ter nada a ver um com o outro. O que me fez comprar este carro é exatamente  
1524 as coisas que eu gosto num carro, a esportividade, apesar de Uno não ser... é tem os  
acessórios... mas e o conforto que te proporciona e a segurança, e a paixão pelo carro, que  
1526 isso o brasileiro tem muito. Talvez seja um dos povos que seja mais apaixonado pelo carro  
do planeta.

1528 Carlos Alberto: Fora que o test-drive... é uma coisa de você sentar, o cara você não quer  
1530 nem... "Senta e anda no carro". Você senta no carro e se apaixona.

1532 Mediadora: E o seu Carlos?

1534 Carlos: Eu... um Rover. Um jipão, eu escolhi jipão. E eu tenho um carro família. Um  
Palio... é um carro, uma perua. Não nessa troca agora, mas quando eu for trocar essa Palio,  
1536 eu vou tentar me aproximar, [porque] daí eu vou para uma Adventure. ... exatamente,  
porque com a Adventure você vai fazer uma série de coisas que não faz com a... espero que  
1538 não saia de linha porque vai demorar uns 2 anos até, 3... eu tenho que primeiro acertar esse  
agora.

1540

Carlos Alberto: Ela vai estar mais bonita ainda.

1542

Carlos: É, eu espero que esteja mais bonita ainda quando eu a alcançar. Porque essa coisa  
1544 de viajar, de pegar estrada é muito forte, de a gente ir para lugares... é, quem ia para a praia  
de Boiçucanga, acho que quem conhece sabe a loucura que é isso aí... é um pouco disso que  
1546 eu ainda tenho dentro de meus passeios. Então eu acho que dessa vez agora, não agora, mas  
da próxima vez, lá na frente, quando eu tiver que trocar de novo a Palio, eu vou me  
1548 aproximar do jipão que eu queria, com esse misto de perua e esportivo.

1550 Mediadora: E você Ana?

1552 Ana Luisa: Eu acho que o esportivo mesmo, meu marido tem uma Blazer, já que é para a  
família inteira, mais seguro e pra praia, o meu que é mais esportivo, mais só pra mim  
1554 mesmo. É, pessoal, para trabalhar, o outro pro final de semana, sair de domingo junto.

1556 Carlos Alberto: Olha que egoísta, o marido já pensa na família, ela só pensa nela [risadas]

1558 Ana Luisa: Porque eu uso o carro!

1560 Antônio: Ela enche de [?] da molecada para levar pras baladas.

1562 Ana Luisa: Isso! Minha filha tem o carro dela, meu filho... quer dizer, já é uma fase que  
cada... aí de final de semana que sai todo mundo junto, a gente vai com um carro só.

1564

Mediadora: E aí, Paula?

1566

Paula: Bom, eu acho que aquele carro que eu escolhi não tem nada a ver com o carro que eu  
1568 estou agora... é, um Toyota... não tem nada a ver com o carro que to agora... lá em casa  
também não tem muita essa de esse é o carro do marido, esse é o carro pra passar com as

1570 crianças. A escolha desse carro foi pela praticidade, porque é econômico, é um carro bom, a  
gente gosta dele mesmo, do design. Não tem nada a ver.

1572

Mediadora: Nem o design? Nem a cor?

1574

Paula: Hum... Não, não.... Foi esse carro. É esse carro? É, esse, então é ele, vamos ver. É  
1576 essa cor, vai ser assim, vai custar tanto.. não teve nenhuma relação, eles são totalmente  
independentes.

1578

Mediadora: E no que você pensa comprar, Helena?

1580

Helena: É, sei que mais ou menos uma linha de raciocínio do que eu gosto. Eu tive uma  
1582 Veraneio, é um carro de... fora de estrada. Hoje eu tenho um Logus e uma Belina, são  
carros de família. Eu escolhi um carro que é um fora de estrada e um carro que é família,  
1584 grandão. Escolhi uma Land Rover e um Volvo. Então são carros grandes, que entram todo  
mundo. Porque meu marido é grande, minha filha é grande, pequena só tem eu e a  
1586 pequenininha. Então, assim, a gente procura um conforto pra família.

1588 [mediadora pede licença e sai da sala para falar com os observadores]

1590 Mediadora: Agradecimentos e encerramento do grupo.

## Grupo de Foco Carros Médio

2

4 Mediadora: bom, primeiro eu queria esclarecer um pouco o que a gente veio fazer aqui, né,  
queria explicar um pouco que a Franceschini é uma empresa de pesquisa de mercado, que  
6 ta a mais de 10 anos n mercado, eu sempre digo mais de 10 anos, acho que já é mais de 15!  
A gente trabalha com todos os tipos de pesquisas, e esse é um dos tipos de pesquisa que a  
8 gente costuma fazer. Acho até que algum de vocês já devem ter ouvido algumas pesquisa,  
eleitorais, as vezes ta na rua, faz não faz, consome sim ou não, gosta sim ou não, então,  
10 aqui é bem diferente, a gente vai conversar e ver um pouco mais das razões dos sim's ou  
dos não's, e entender um pouco mais das motivações e ir um pouco mais afundo do que  
12 uma simples resposta.

Como qualquer outro trabalho a gente tem algumas regrinhas, a gente filma, a gente ta  
14 filmando aqui com essa câmera, esse microfone, a gente ta gravando aqui no centro, e tem  
um pessoal me auxiliando aqui atrás desse espelho, são pessoas que trabalham comigo, que  
16 conhecem o trabalho, conhecem a pauta da discussão e que vão me ajudar caso eu de um  
deslize, as vezes eu vou me empolgar na conversa de vocês e perder um pouco o rumo,  
18 então eles estão ai pra me ajudar, se vier algum bilhetinho.

E a gente logo vai matar a curiosidade de vocês, vocês já têm algumas coisas em comum, e  
20 vão perceber durante essa discussão outras coisas em comum que vocês têm.

Me apresentando, o meu nome é Adriana, trabalho aqui na Franceschini já faz quatro anos,  
22 moro por aqui assim na zona sul, não pego rodízio nem nada, venho assim bem  
tranquilamente, gosto muito do que eu faço, acho que tem um retorno muito gostoso, a  
24 gente vê que a opinião que a gente colheu das pessoas, dos consumidores, deu um resultado  
positivo pro mercado ou seja pra quem esteja utilizando nosso serviço ou coisa assim,  
26 trabalho só de segunda a sexta, o que eu vejo que hoje em dia é uma bênção, porque eu vejo  
que muita gente trabalha de segunda a segunda, e nos fins de semana cinema, namorar,  
28 teatro, leitura, uma coisa mais light assim, não sou muito de balada. E aí eu vou pedir pra  
cada um de vocês que se apresente, pra gente conhecer um pouco mais, dizendo onde mora,  
30 o que que faz, em que trabalha, pra gente se conhecer e se chamar pelo nome. Pode se  
apresentar, por favor, qual o seu nome?

32

Charles: Charles, eu sou arquiteto, trabalho como arquiteto, e gerencio uma empresa de  
34 imobiliária, aqui em Moema

36 Mediadora: pertinho

38 Charles: é, tava, em atrasei, mas...

40 Mediadora: ah, acho que foi você que eu atendi

42 Charles: foi! É... Quê mais...

44 Mediadora: O que mais você gosta de fazer?

46 E: Qual imobiliária?

48 Charles: Oi?!

50 Mediadora: Qual imobiliária?

52 Charles: Casa Dourada

54 Clarisse: Já vi plaquinha!

56 Charles: Ah, é?! (risos) Bom saber!

58 Mediadora : Segunda a Sexta?

60 Charles: Segunda a Sexta, sábado, domingo e feriados!

62 (risos)

64 Charles: Na verdade eu não faço plantão, mas se precisa eu atuo como médico

66 Mediadora: E os fins de semana livre?

68 Charles: Final de semana livre eu viajo, fico aqui, cinema

70 Mediadora: Viaja pra onde?

72 Charles: Meus pais moram no interior, as vezes eu vou pra casa deles, as vezes vou pra  
praia

74 Mediadora: Você mora sozinho, filhos?

76 Charles: Moro com meu irmão. Não, meus pais moram em Valinhos, perto de Campinas, se  
78 aposentaram e foram viver lá.

80 Mediadora: Ah, que delícia!

82 Mediadora: E você, qual é seu nome?

84 Lídia: Meu nome é Lídia.

86 Mediadora: Conta pra gente, Lídia, como você é...

88 Lídia: Sou casada, tenho duas filhas, uma de 5 e uma de 11, e moro na Saúde, sou  
consultora da Natura, não paro em casa, saio muito, fins de semana procuro viajar, mas não  
90 é sempre, né, compromissos... e meu marido também gosta de pescar... e o que mais...

92 Mediadora: Pra onde vocês costumam ir?

94 Lídia: Itu, aqui perto, Mogi...



96 Mediadora: Vai com a família toda?

98 Lídia: Família toda, e amigos, parentes ...

100 Mediadora: Com a turma toda, então?!

102 Lídia: Com a turma, sempre viajando!

Mediadora: Legal, Lídia.

104

Clarisse: Meu nome é Clarisse. Também sou casada, tenho duas filhas, uma de 15 e uma de 12, trabalho na Caixa Econômica, nos fins de semana quando eu não tenho que ser motoristas ... (risos)

108

Mediadora: Como assim?! Explica essa história!

110

Clarisse: Não, é que eu acho que até os 15, ou, espero que até os 17, 18, espero estar levando elas com as amigas para as baladas.

114 Mediadora: Melhor assim, né?

116 Clarisse: Melhor assim, ta indo levar, ta indo buscar, to sempre acompanhando o que as duas estão fazendo, então eu levo elas pra cá e pra lá, a gente sai bastante e fins de semana passa tão rápido que não vejo! (risos)

120 Mediadora: E da tempo de curtir o marido?!

122 Clarisse: Ah, com certeza! Dá pra conciliar! Também tem uma casa na praia, a gente vai pra lá sempre que dá.

124

Mediadora: Que praia que é?

126

Clarisse: Em São Batista.

128

130 Rico: Meu nome é Rico, trabalho na Oracle, to estudando administração, graças a Deus ano  
que vem acaba, (risos) trabalho só de segunda a sexta-feira também, fins de semana tento  
aproveitar, pegar um cinema, ir ao teatro de vez em quando, não tenho não tenho casa fora  
132 de São Paulo, mas ainda bem que tenho bastante amigos que têm!

134 E: Melhor coisa é casa de amigo!

136 (risos) (vozes conflitantes)

138 Rico: São Sebastião, vou pra Itu, daí quando não dá, fui pra Campos agora, quando  
começou o inverninho, final de semana é sempre...

140

Clarisse: Passa rápido, né?!

142

144 Rico: Passa, passa rápido, a idéia é começar o final de semana na sexta-feira M: E pra onde  
você costuma ir?

146 Rico: Itu, São Sebastião, e outros lugares, hotelzinho, pousadinha, Internet tem foto e  
tudo...

148

Mediadora: Onde você mora?

150

Rico: Eu moro na Aldeia da Serram, que é outra viagem também! (risos)

152

E: Já é um passeio também!

154

(vozes conflitantes)

156

158 Rico: Trânsito da noite eu não pego porque na volta eu volto tarde, saio do trabalho, vou pra faculdade, daí...

160 (vozes conflitantes)

162 Mediadora: Gente, eu vou pedir pra gente evitar falar duas ou três ao mesmo tempo, porque além de eu não conseguir prestar atenção, depois quando a gente grava e na fita e no áudio fica realmente..., a gente não consegue entender! Pode continuar...

166 Rico: E com trânsito já nem me importo mais, de manhã é uma hora de viagem, vou escutando AM, CD, Cultura é bom também... Cultura de manhã das 8h às 9h tem um programa que eu acho fantástico!

170 Mediadora: Noticiário...

172 Rico: Noticiário, às vezes não dá tempo de ler...

174 Mediadora: E já que vai ficar uma hora no carro...

176 E: É, e passa tão rápido com um sonzinho no carro, né?!

178 Mediadora: É, tem que pensar em outras coisas...

180 E: Paquerar é bom no trânsito!

182 Mediadora: Olha só! (risos)

184 E: Não dá nem pra escurecer o ...

186 (risos) (conflitos de vozes)

188 Mediadora: Qual é seu nome?

190 Carlos Alberto: Carlos Alberto

192 Mediadora: Vou por só Carlos, ta bom?! Conta pra gente onde você trabalha, o que você faz, onde você mora ...

194

196 Carlos Alberto: Eu tenho uma marcenaria, e sou casado, tenho uma menina de 19 e uma de 32!

198 Mediadora: Menina?! (risos) Filhote!

200 Carlos Alberto: É que filho, quando têm 13 e 14, você leva pela mão, quando tem mais, você não consegue levar pela mão, mas continua preocupado com eles. Então eu tenho a

202 marcenaria, não tenho dia pra trabalhar, porque é de segunda à segunda, desde que o cliente queira, sábado e domingo às vezes eu viajo, vou pra baixada, Bertioga, tenho uma casinha

204 lá...

206 Mediadora: E vai a família toda, como é?

208 Carlos Alberto: vai todo mundo, filho vai junto...

210 Mediadora: Ih, até o cachorro?!

212 Carlos Alberto: Vai, no meu caso vai dois!!

214 (risos)

216 Carlos Alberto: Mas é bem corrida a vida de hoje.

218 Mediadora: É, ainda mais você que depende de, né, de alguém solicitar, que nem ele, fica  
de plantão!

220

Mediadora: Qual o seu nome?

222

Jussara: Jussara. Atualmente não to trabalhando, já trabalhei muito , agora estou com um  
224 pouco de folga.

226 Mediadora: Férias!

228 (risos)

230 Mediadora: O que você fazia?

232 Jussara: Trabalhei em banco por 25 anos, já aposentei. Banco do Brasil. Aí aposentei e  
agora estou procurando outro caminho, outra profissão, estudando um pouco...

234

Mediadora: O que você tem estudado?

236

Jussara: Eu estou fazendo um curso de arte terapia, eu quero trabalhar na área de saúde,  
238 terapia, alguma coisa assim. E fins de semana pego cinema, teatro, e não viajo muito em  
fins de semana, porque eu gosto de viajar e tirar umas férias, férias anuais, aí procuro um  
240 lugar, no nordeste, coisa assim

242 Mediadora: Uma semana, um mês...

244 Jussara: É, uma semana, um mês não!

246 (risos)

248 Jussara: E é isso...

250 Mediadora: Família, costuma ler, visitar alguém...

252 Jussara: A minha família a maioria está por aqui, às vezes a gente vai pra interior, Jaú,  
Ribeirão Preto...

254

Mediadora: E você, qual o seu nome?

256

Edilene: Edilene, eu trabalho com segmento de couro, representante comercial, vendo  
258 bolsas, pastas, carteiras, faço faculdade de direito, trabalho em Goiânia, Brasília, faço  
almoço, faço janta, sou motorista da filha...

260

Mediadora: Trabalha bastante!

262

(risos)

264

Edilene: Assim, minha vida é super corrida, às vezes eu falo que...

266

Mediadora: Quantos anos que tem sua filha?

268

Eilene: Onze

270

Edilene: Às vezes eu falo brincando que ser mãe é muito chato, porque você não tem tempo  
272 de ser mãe integralmente, então... Eu faço muita coisa..., quem precisar de bolsas de  
couro...

274

(risos)

276

Mediadora: E fins de semana, como é que fica o lazer?

278



Edilene: lazer, todo final de semana eu vou pra praia, às vezes dou uma esticadinha até  
280 Goiânia, interior, tenho família, vou até Goiânia, passo o fim de semana e volto... Todo  
mundo acha muito longe, 1000km, pra mim não é, às vezes vou até o pantanal

282

(conflito de vozes) (risos)

284

Mediadora: E a filha vai junto, acompanha essa festa e essa farra toda?

286

Edilene: vai junto, a filha adora farra! E quando não viaja tem o cinema, às vezes eu deixo e  
288 vou embora, agora o shopping colocou uma van dentro do meu condomínio, quando a gente  
dá autorização eles pegam as crianças

290

Mediadora: Onde você mora?

292

Edilene: Marajoara. Aí eles pegam as crianças, levam, deixam dentro d shopping, e volta. E  
294 você tem esse descanso de shopping

296

Mediadora: Bom, né?!

298

Edilene: É, porque se eu tiver a opção eu não vou ao shopping, não vou ao cinema, eu  
também tenho a Sky em casa, prefiro ficar vendo um filme em casa.

300

Mediadora: Eu gostaria de falar de algumas coisas, que assim, a gente já foi citando um  
302 pouco, mas eu queria aprofundar um pouco mais. A gente falou de alguns hábitos de lazer,  
e eu queria focar um pouco em hábitos, assim, de informação, quer dizer, o que vocês  
304 costumam ler ou ouvir, vocês falaram de rádio, né, que... Falaram de alguns jornais,  
noticiários que ouvem no rádio, tem algum jornal que vocês assinam, algum que vocês têm  
306 o costume de ler, assim, no dia-a-dia?

308

Edilene: Eu sou viciada em Globo News... A minha filha fala "você é viciada em jornal",  
porque eu sei os horários de todos, então...

310

Mediadora: Passa de um pra outro

312

Edilene: Passo de um pro outro, termina um, começa o outro, termina um, começa o outro...

314

Mediadora: O que você costuma assistir? A noite é que passa?

316

Edilene: À noite, às vezes eu fico com preguiça de assistir o Jornal Nacional, aí o outro  
318 começa meia noite, aí eu assisto meia noite, ou então de manhazinha eu acordo e assisto.

320

Mediadora: Assina algum?

322

Edilene: Não, porque eu uso Internet, então não assino mais.

324

Mediadora: Vocês também fazem isso, mais pela Internet, ou assinam?

326

Jussara: Eu gosto de ver o Jornal Nacional mesmo, e assino a Folha de fins de semana, pra  
não dizer que não assino nada!

328

(risos)

330

Jussara: Se bem que ultimamente não estou gostando muito de leitura, quando trabalhava  
332 era obrigação ler todo dia, agora já não precisa mais.

334

Mediadora: Tirou férias disso também!

336

(risos)

338

Jussara: Mas eu gosto de acompanhar, e quando eu posso eu vejo o jornal da manhã, e  
também das 7hs às 8hs.

340

Mediadora: E revistas?

342

Jussara: A Veja.

344

Clarisse: Eu assino o Estado. Gosto de escutar na parte da manhã CBM, na hora que eu acordo já tá a rádio tocando, né, desperto com ela, então ali já começa...

346

(risos)

348

Jussara: Já começa realmente a acordar! (risos). Gosto de assistir o jornal da Globo, da Cultura, depende da hora que eu chego, se eu sei que tem algum lugar que tá passando, pelo menos tento saber... Falar assim, que eu leio todo dia o jornal que assino é mentira, eu leio normalmente a manchete, a primeira folha, e aí depois dou uma folhada em uma coisa que me interessa e é isso que eu faço. Eu gosto de ler livros...

350

352

354

Mediadora: Quais?

356

Jussara: Agora estou lendo "Perdas e Ganhos", mais livros auto-ajuda, eu leio bastante,

358

Lídia: Também gosto.

360

Jussara: Agora peguei uma mania de ir trabalhar de metrô

362

Mediadora: Mania? (risos)

364

Jussara: Não, é que eu me acostumei. É que adoro ir de carro, mas em função de muito trânsito eu tô indo de metrô e aí eu descobri o lado bom da coisa, né, pego o livrinho e vou, é um tempo muito legal. Revista eu compro Atrevida, que as minhas filhas lêem e eu acabo lendo (risos)

366

368

(risos)

370

Mediadora: O Charles quer falar um pouquinho?

372

Charles: Bom, eu assino O Estadão, a Veja, não assisto muito noticiário de televisão e nem escuto muito rádio

374

376 Mediadora: É mais leitura mesmo...

378 Charles: Leio e internet também

380 Mediadora: Mas o que vocês costumam ver na Internet? Assim, que sites que vocês entram?

382

Clarisse: No da Caixa! (risos)

384

(risos)

386

Clarisse: Olha, quando eu vejo Internet, às vezes eu fujo, porque assim, diariamente, hoje eu abri minha caixa postal no meu trabalho e tinha assim, 120 emails pra eu ler, informativos e tal, quando eu chego em casa só ligo o computador pra jogar paciência!

388

390 (risos)

392 Rico: Já ta dando basta no outro dia!

394 Mediadora: Ah, você também trabalha com isso, como é pra você?

396 Rico: Eu leio o Estado, gosto do Estadão, na Internet, lá você consegue procurar pelo índice de notícia, eu fui procurar outro dia o que Dirceu falou, e do Lula, e escuto rádio, adoro escutar rádio, por ta muito tempo no carro as músicas começam a ficar repetidas, então passei a escutar...

398

400

Clarisse: Não é?!

402

Rico: É.

404

Clarisse: E só dá propaganda!

406

Rico: Daí eu escuto CBM e Cultura. Televisão assisto pouco, se eu to em casa assisto

408

Cultura, gosto da TV Cultura, Vitrine, acho um programa fantástico!

410

Mediadora: Vocês assistem também?

412

Jussara: Eu assisto.

414

Mediadora: E você, como que é?

416

Carlos Alberto: Eu?! Eu trabalho na marcenaria o dia inteiro, o rádio fica ligado o dia inteiro na Tupi! (risos)

418

(risos)

420

Carlos Alberto: À noite, quando dá e não tem cliente, eu assisto o Jornal Nacional, mas

422

quando tem..., você marca às 19hs, volta 23hs ou meia noite...

424

Mediadora: Revistas, Jornal, alguma coisa assim?

426

Carlos Alberto: Não dá porque eu saio às 7hs, chego às 17hs, tomo banho e às vezes vou atender cliente, então às vezes não dá tempo, então é meio corrido, férias, que nem eles

428

estavam falando, tirar 30 dias de férias, eu acho que em toda a minha vida eu nunca tirei 30 dias de férias, nunca (risos)

430

(risos) (conflito de vozes)

432

434 Carlos Alberto: É muito complicado, você deixa de trabalhar, você deixa de receber, e você  
não pode porque a família te exige, então você pára, chego no fim você fala, será que valeu  
a pena?!

436

Charles: Valeu!

438

Edilene: Eu acho que não, trabalhar...

440

(risos) (conflito de vozes)

442

444 Carlos Alberto: Quando você chega numa certa idade, você vê que valeu, mas valeria mais  
se você tivesse disponibilizado um pouquinho mais para seu lazer...

446 Mediadora: Falando um pouco sobre isso, lazer e as coisas que a gente gostaria de ter e às  
vezes não temos a chance e nem oportunidade, eu queria que vocês assim, viajassem longe  
448 e dissessem qual o sonho de consumo de vocês, entendeu?!

450 Jussara: Dar a volta ao mundo! (risos)

452 Mediadora: A volta ao mundo?

454 Edilene: Ah, ganhar uns 13 milhões acumulados, meu sonho!

456 Clarisse: Seria bom, né?!

458 Edilene: Hoje eu sonhei o dia inteiro!

460 Mediadora: E o que você iria fazer com esse dinheirão?

462 Edilene: O que eu ia fazer? A primeira coisa, em primeiro lugar eu ia quitar minhas  
dívidas!



464

(risos)

466

Edilene: Comprava um barco, um iate, 54 pés, convidada as pessoas que eu mais gosto, aí eu estava propondo, eu falei, acho que vou propor casamento ao meu professor de tênis, daria 1 milhão pra ele e falava...

470

(risos) (conflito de vozes)

472

Edilene: Compro o meu professor, dou 1 milhão, e durante 10 anos você é meu. Depois de 10 anos, aí, se você quiser trocar...

476

(risos) (conflito de vozes)

478

Mediadora: E a J, falou que queria...

480

Jussara: Dar a volta ao mundo!

482

Mediadora: Começar por onde?

484

Jussara: Acho que pela Europa, e depois para a Índia, mas conhecer todos os países mesmo

486

Mediadora: Mas essa volta ia durar quanto tempo?

488

Jussara: Ah, uns 2 ou 3 anos

490

Mediadora: Nossa!

492

Jussara: Porque eu acho que não é só conhecer, chegar e olhar, eu queria ficar, estar

494

Clarisse: Viver!

496 Mediadora: Vivenciar, né?!

498 Jussara: Vivenciar, porque conhecer é você chegar, olhar um lugar, olhar um museu,  
pronto, vá viu

500

Edilene: Você devia ir sabe pra onde? Pra um Quibute

502

Charles: Quibutz, Israel

504

Edilene: É, pra ela seria legal nessa fase dela, você ia se dar muito bem num quibutz!

506

(risos)

508

Edilene: É, porque ela ta numa fase boa, aposentou, mexeu com dinheiro, com banco, que é  
510 uma coisa estressante, né?!

512 Mediadora: E o que ia mudar na sua vida voltando desses 2 ou 3 anos? Você voltaria pra  
cá?

514

Jussara: Talvez, talvez se eu não encontrasse um lugar mais interessante pra continuar  
516 morando, até a oportunidade de escolher outro lugar pra viver...

518 Mediadora: hum... Você faria isso, olharia com esses olhos?

520 Jussara: Acho que sim, eu tenho muita vontade de ficar 3 meses na Itália, sei lá, fazendo um  
curso de artes, coisa assim, é que não tem dinheiro!

522

(risos)

524

Mediadora: E aí, gente você aqui desse lado?

526

Clarisse: Eu compraria uma big casa

528

Mediadora: Aqui?

530

(risos) (conflito de vozes)

532

Clarisse: Eu compraria lá pelo planalto paulista, lugar que eu gostaria de morar

534

Mediadora: Como que é essa casa?

536

Clarisse: É uma casa que tenha 3 a 4 quartos, não precisa ter muitos quartos porque eu quero que minhas filhas continuem juntas, brigando diariamente (risos). Mas eu queria que fosse uma casa que os quartos tivessem varandinha, um quintal...

540

Mediadora: Um cachorro...

542

Clarisse: É, cachorrinho! Um lugar pros meus piriquitinhos, q eu também tenho, enfim, uma casa que fosse aconchegante, gostaria que tivesse varanda, no quarto, uma piscina, uma churrasqueira, já tava de bom tamanho.

546

Mediadora: O que ia mudar tendo essa casa?

548

Clarisse: Ah, eu acho que eu viveria melhor, só, inventaria alguma coisa pra eu fazer, eu gosto de trabalhar onde eu trabalho, é, só que eu gostaria de ter uma coisa menos compromissada, ia fazer uns artesanatos, umas coisas mais zen, assim, umas coisas que eu curto, lógico, teria um super carro novo...

552

554 Mediadora: Ah! Com a super casa nova!

556 (risos)

558 Clarisse: Com a super casa nova um super carro novo!

560 Mediadora: Que carro seria esse?

562 Clarisse: É pra sonhar, sonhar, sonhar?!

564 Mediadora: Sonhar! Não vem com sonhinho não!

566 Clarisse: Uma Ferrari, lógico, uma Ferrari vermelha!

568 Mediadora: Conversível?

570 Clarisse: De preferência, né?! Enfim, acho que não só pra mim, mas pra toda a minha  
572 família, a minha mãe, minhas irmãs, minhas tias, eu acho que a gente acabaria distribuindo  
um pouco dessa...

574 Mediadora: Felicidade, né?!

576 Clarisse: Desse bem estar, não gostaria de ser só pra mim, porque, sei lá, muito egoísmo...

578 Mediadora: E aí?!

580 Charles: Bom, sou eu?! Não gosto de frio, odeio frio, então meu sonho, já que é pra viajar,  
eu queria não ter que trabalhar mais, ter dinheiro suficiente pra não ter que trabalhar nunca  
582 mais...

584 Edilene: Não, mas você já ganhou na mega!

586 (risos)

588 Charles: Então, mas eu acho que se eu ganhasse na mega não ia dar pra fazer o que eu quero!

590 (risos)

Charles: Treze milhões não ia dar, porque eu ia querer morar, assim, não ter uma residência  
592 fixa, então vamos supor, só em lugares de verão, tem um casal que faz isso que eu fiquei sabendo, e achei o máximo, por exemplo, agora é Verão em Paris, então eu vou pra Paris,  
594 fico 1, 2 meses em Paris, depois, na hora que começa a esfriar eu vou pra Índia, fico mais 2, 3 meses na Índia, depois venho pro Brasil...

596

Mediadora Você vai correndo atrás do Sol!

598

Charles: Exatamente, vou correndo aí pelo Globo, esse pessoal eles fazem isso em navio e  
600 por avião também, eles têm o barco deles, etc, são uns milionários aí. Eu não preciso ter um barco não, só ia de avião mesmo, morava em Hotel, pro resto da vida seria o suficiente!

602

Mediadora: Pôxa, só isso?!

604

Edilene: Só que ele esqueceu, e os filhos, e a mulher?

606

Charles: Vai junto!

608

(risos) (conflito de vozes)

610

Mediadora: Qual é seu sonho?

612

Rico: Ter uma casa, minha casa, gosto de lugar aberto, eu não gosto de lugar fechado,  
614 quero ter uma casa na praia, uma casa em Campos, quero ter verba pra, putz, ta tendo um show em Nova Iorque, vamos!

616

(risos)

618

620 Rico: E frio é legal cara, já esquiou? Vai esquiar, cara, é maravilhoso! Aí vamos pra Austin,  
622 não tem problema, vai pro Canadá, vê a neve, ta com saudade do Sol?! Vai pra Bahia, vai  
624 lá, como um acarajé, ta com saudade da comida brasileira. Pronto. Quer frio de novo? Vai  
626 pra Moscou, vai prum cantinho, um lugar gostoso pra tomar um café, ta sentado,  
628 tranqüilo...

630 Edilene: Mas com 26 anos, trabalhando na Oracle, você chega lá!

632 Rico: Essa é a idéia!

634 (risos)

636 Mediadora: Vocês vêem que ele tem um plano, assim, certinho bem construído! E você,  
638 qual que é o seu sonho Carlos?

640 Carlos Alberto: O sonho era ter dinheiro para poder parar de trabalhar. É que eu trabalho  
642 desde os 14 anos, então já é bastante. Eu já consegui uma casa, duas, uma casa em Bertioga  
644 e uma em São Paulo, dois apartamentos, a gente consegue viver, e tem mais o que meu pai  
646 deixou. É um dinheiro razoável, mas não é sempre pouco o que a gente tem, tem que ter  
648 mais, eu agradeceria se eu pudesse tirar de férias os 30 anos que eu não tive!

650 Mediadora: Os 30 anos!

652 Carlos Alberto: É, ficar uns 30 meses assim, parar e falar, eu parei e vou descansar.

654 Mediadora: E o que você faria nesse descanso?

656 Carlos Alberto: Ah, viajara, com o dinheiro que teria viajaria o mundo inteiro.

658 Mediadora: Começando por...

660



Carlos Alberto: Acho que pela Espanha, é, sou descendente de espanhóis, tenho familiares lá, tudo, aí veria tudo que tenho direito de ver que eu não vi nesses 30 anos. Então eu acho que era uma boa...

Mediadora: Recuperar esses 30 anos!

Carlos Albertos: É o que eu te falei. A gente trabalha bastante, pra construir um patrimônio, pra chegar na velhice e ter alguma coisa. Então eu tenho uma casa boa em Bertioga, to terminando de comprar uma e reformar ela inteira, aqui em São Paulo, to duro que nem, liso, digo que eu não acabei com ela, ela que acabou comigo, mas ficou como eu queria, então, realizações assim eu tenho, mas se tivesse dinheiro teria um descanso. Mais pra descanso, pra poder espairecer bastante, porque nesse tempo já trabalhei muito. Que não tem horário, porque você começa às 7hs e não tem horário pra parar, se você começa as 8hs até a 17hs, e depois se dedica a outras coisas de lazer, eu não, cliente liga, você vem?, vou, , é sábado?, vou, domingo, que nem você, não tem horário e a esposa tem que aceitar. No começo foi complicado, porque ela achava que eu ia sair pra gandaia. (risos) Mas depois ela foi vendo que não era nada disso, era serviço.

Mediadora: Pra ta nesses trinta anos, realmente é bem compreensiva!

Carlos Alberto: E continua!

Mediadora: Lídia?

Lídia: Eu já sou mais modesta! Eu gostaria de conhecer com a minha família o Brasil todo, eu não conheço o Brasil todo. Queria conhecer Fernando de Noronha, queria conhecer, conheço o Sul até Florianópolis. E depois de tudo isso conhecer o Japão, né?! Que ainda não conheço!

(risos)

Mediadora: Gente, vou fazer aqui uma brincadeira com vocês, vou pedir um pouquinho da  
680 ajuda de vocês pra tirar esses pratos maiores da mesa, porque eu vou precisar desse espaço.  
Pensando ainda no sonho de consumo de vocês, eu vou apresentar umas figurinhas pra  
682 vocês, queria que vocês escolhessem, relacionado a carros, que sejam o sonho de consumo  
de vocês.

684

(risos) (conflito de vozes)

686

(escolhas das figuras)

688

Mediadora: então, Clarisse, o que você pegou aí?

690

Clarisse: Ferrari, quatro Ferraris, Um Eco Sport, pra família uma BMW

692

Mediadora: Me explica então, porque um Eco Sport?

694

Clarisse: O Eco Sport pra andar tem problema de transito, né, agora, assim, sinceramente,  
eu compraria um Eco Sport ou uma Scenic, eu já tive uma Scenic, amei de paixão, muito

696

legal...

698

Mediadora: Não tem mais, por quê?!

700

Clarisse: Eu vendi...Enfim...

702

Mediadora: Por que Ferrari, quatro Ferraris?!

704

Clarisse: Porque é um carro esportivo, eu gosto de carro esportivo....

706

Mediadora: O que ele tem que só a Ferrari tem?

708

Clarisse: O que ele tem que só a Ferrari tem? Não pode falar que é o Schumaquer, né?!

710 (risos) (conflito de vozes)

712 Clarisse: Não sei, é um carro que eu sempre achei bonito, o visual, pequenininho, é esportivo, é em função mais que é esportivo, a nível de motor nem...

714

Mediadora: A BMW, você falou que é pra família, é isso?

716

Clarisse: Isso, a BMW é maiorzinha, pra família toda, tem que acomodar as duas filhas, cachorro...

720 (risos)

722 Mediadora: E porque BMW e não uma outra de quatro portas que também comporte a família?

724

Clarisse: Ah, porque não é sonho?! Então queria um sonhão, uma coisa bem grande, diferente do que eu possa a ter...

728 Mediadora: E você, pegou qual, um nome estranho...

730 Rico: É... Touareg. É como uma X5, é uma caminhonete, acho que 4x4. Porque eu quero carro alto, carro alto em São Paulo, e carro grande... Eu passei por uma Saveiro, Honda Civic, e a Saveiro era Pequena, o Honda Civic colado no chão, chato, é tão chato, que até achava ruim sair do carro, quando você ta cansado, ter que levantar lá do chão, e eu sempre quis ter uma perua, gosta de carro grande.

736 Mediadora: E ser da Volks, tem alguma razão?

Rico: Volks é bom, o motor é bom, não deixa na mão nunca, nunca tive problema com carros que já passaram por mim... E escolhi também o jaguar, um carro que eu acho bonito, classudo, agora o painel não é mais de madeira porque tem um monte de ambientalistas contra, mas o acabamento do carro, o que ele tem por dentro, os opcionais, deve ter

740

caixinha de guardar o óculos escuro, na hora que você entra aperta a chave, coloca a senha,  
742 ah, esse é o Rico, ele gosta do banco assim assado, show!

744 Mediadora: Bom hein! E aí, E, o que você escolheu?

746 Edilene: Escolhi a Pajero.

748 Mediadora: Por que a Pajero?

750 Edilene: Porque é a minha cara!

752 Mediadora: É a sua cara?!

754 Edilene: Ela é grande, ela é poderosa, eu posso por ela no buraco, eu posso ir pro Pantanal,  
eu posso ir pra Goiânia!

756  
(risos) (conflito de vozes)

758  
Mediadora: E por que um Mitsubishi?

760  
Edilene: Porque a Mitsubishi que teve a grande idéia de fazer a Pajero!

762  
(risos)

764  
Mediadora: Você aqui escolheu o que no fim das contas?!

766  
Charles: A Mercedes

768  
Mediadora: Como que é?

770  
Charles: É uma vanzinha, quatro portas

772

(risos) (conflito de vozes)

774

Charles: Eu particularmente gosto muito de carro grande, nunca tive carro pequeno, tipo

776

Gol, sempre com porta malas,

778

Mediadora: Que carro você tem agora?

780

Charles: Agora tenho um carro que é quebra-galho, um Siena, que eu também tinha uma caminhonete, eu vendi, fiz um investimento, e o dinheiro que sobrou comprei esse carro.

782

Num carro pequeno não me sinto seguro, não sei se é porque eu nunca dirigi, nunca tive, e sempre tive caminhonete em casa, então foi o carro que eu sempre gostei muito de dirigir, e

784

aquela visão de que São Paulo hoje é uma cidade muito perigosa, é uma cidade muito violenta, principalmente no trânsito, e um carro grande intimida um pouco os vizinhos, né?

786

E apesar de eu ser solteiro eu gosto de carro grande, nem uso todo o espaço, mas eu gosto de carro, então toda e qualquer viagem que eu faço tem que ir eu com meu carro, e até por

788

isso me acostumei a ter carro grande, todo mundo vai comigo, tem muita bagagem... Enfim, é isso...

790

Mediadora: E por que uma Mercedes?

792

Charles: Na verdade porque eu não achei uma BMW X5 aí, que as duas eu ficaria em

794

dúvida, mas na verdade, umas das duas tava bom, mas é uma coisa que eu não tenho nem a perspectiva de comprar!

796

(risos)

798

Mediadora: Depois a gente fala das perspectivas reais! E aí, o que você escolheu?

800

Lídia: Um Audi, A3. Que deve ser prático, deve ser ágio, é bonito, só que não seria pra

802

viajar...

804 (risos) (conflito de vozes)

806 Mediadora: E por que um Audi?

808 Lídia: Porque é bonitinho! (risos)

810 Mediadora: É uma boa razão!

812 (risos)

814 Mediadora: Bom, e você?

816 Carlos Alberto: Eu peguei dois carros da mesma marca e um diferente. Um Subaru, que é  
uma perua, aí eu peguei dois Audi, um A8, e o outro um Cabriolé, que é conversível,

818 dispenso comentários à linha Audi, né?!

820 Mediadora: Ah, não, quais são os comentários?

822 Carlos Alberto: Um A8 não tem nada melhor! Eu acredito que...ele é um sedan, mas é um  
4X4, não te deixa na mão de jeito nenhum, é um carro, acho q um dos melhores

824

Mediadora: E o outro que você escolheu, Subaru

826

Carlos Alberto: É uma perua, que pra andar em São Paulo não tem coisa melhor...

828

(risos) (conflito de vozes)

830

Mediadora: E você Jussara, o que você escolheu?

832



834 Jussara: Eu, ela pegou a Pajero primeiro, mas não é pela marca não, eu quero um carro não  
pra passar por cima, mas que ninguém passe em cima  
(risos) (conflito de vozes)

836 Jussara: então eu queria um... a marca não... desde que seja bonitinho e que dê a aparência  
de ser forte...Eu não sei se esse Suzuki é o que eu to pensando, então eu acho que impõe um  
838 pouco...

840 Mediadora: Bom, gente, agora eu queria que a gente pensasse na compra de um carro zero,  
não sei se aqui todos compraram, ou estão pensando, em trocar, em alguma coisa assim...  
842 Quando vocês vão comprar um carro, o que desperta isso, é um problema no carro anterior,  
é algum modelo, o que desperta a troca?

844 Charles: Pra trocar?

846 Mediadora: Sim, sim...

848 Charles: Bom, eu sou alucinado por carro, então, eu já tive muito carro, eu fico pouco  
850 tempo com o carro.

852 Mediadora: Quanto tempo você fica?

854 Charles: Então, até esse último é uma média de 8 meses cada um, mas é por gosto mesmo,  
um modelo novo, um carro mais rápido, pra mim é tipo um brinquedo

856 Mediadora: Você fica atento aos lançamentos

858 Charles: Como dizem as psicólogas, o ser humano é sempre uma criança, a mulher ela  
860 brinca de casinha depois que casa, e o homem também, só que o brinquedo do homem fica  
mais caro!

862 (risos) (conflito de vozes)

864

Charles: Mas é por gosto mesmo...

866

Mediadora: E por que você optou por um Siena?

868

Charles: Eu optei por preço. Porque quando eu vendi a caminhonete eu vendi pra levantar um dinheiro

870

872 Mediadora: Que caminhonete era?

874 Charles: Uma Ranger cabine dupla, e ...a í eu precisei do dinheiro pra comprar um imóvel,  
e sobrou pouco, entendeu, então eu optei por um siena que é um carro mil, fiz o test drive e  
876 gostei, e tem um tamanho mediano, um porta-malas que eu gosto, e na época, foi final de  
2001, tinha o que, siena, corsa que eu não gosto, clio sedan que eu não gosto, e acho que só  
878 dessa linha de carro médio mais popular, né?

880 Mediadora: Alguma razão de ser Fiat, ou você acabou olhando outros de outras marcas?

882 Charles: Não, eu olhei os concorrentes, do mesmo tipo de carro dos concorrentes, mas aí eu  
fui pelo gosto, eu sempre achei os carros da Fiat bonitinhos, acho que hoje em dia dos  
884 nacionais a Fiat é quem ganha em design.

886 Clarisse: Acho que eles dão um acabamento legal, que até carro mil tem..., eu já tive alguns  
carros da Fiat, é, tem vidro elétrico, tem ar quente ar frio...

888

Charles: A Fiat que começou com isso nos populares

890

(vozes conflitantes)

892

Mediadora: Você falou da Fiat mas você tem um Clio, né?

894

Clarisse: É, eu já tive vários carros da Fiat, meu marido tem um

896

Mediadora: Qual que ele tem?

898

Clarisse: Ele tem um Uno, usa pra trabalhar porque o carro é pequeno, bem popular, porque ele vai pra uns lugares quente ai!

900

902 (risos)

Clarisse: É que ele é distribuidor de medicamento, então ele faz entrega em lugares distantes, e a gente optou por um carrinho mais simples, em função de, dos lugares que ele frequênta. E ai a gente depôs trocamos pela Scénic o meu, e eu gostei de mais, eu já tive um carro da ford, que era um compridinho que eu esqueci o nome...

908

Carlos Alberto: Compridinho?

910

Clarisse: É, uma peruinha...

912

Carlos Alberto: Belina, Montana

914

Clarisse: Não

916

Charles: Peru Sport?

918

Clarisse: É, Perua Sport. E a gente já teve um desse e a gente queria um carro que tivesse um bom porta mala, e a gente foi ver, foi ver vários, e acabou ficando com a Scenic.

920

Mediadora: E como que foi esse período que você disse assim vou trocar até a efetivação da compra?

924

Clarisse: Ah, a gente foi assim, muito rápido, a gente vai, passei pelas concessionárias, vê o  
926 que a gente quer, então, quando a gente foi comprar no caso a Scénic eu fui na Mercedes  
classe A, fizemos um teste drive, depois andamos na Scénic, e passamos pelo Picasso e pela  
928 Zafira, e aí a gente acabou fazendo uma opção assim de conforto, preço, e acabamos  
ficando com a Scénica

930

Mediadora: Vocês fazem isso também, o que vocês olham quando precisam trocar o carro,  
932 ou comprar um, é o conforto, o design...

934 Clarisse: No meu caso, assim, tanto que quando a gente trocou Scénic pelo Clio que eu tô  
agora, era imprescindível ter ar condicionado e trio, de trava, podia até não ter direção, pra  
936 mim o que importava era trava elétrica e ar condicionado, isso era fator determinante.

938 Mediadora: E pra você, o que você gosta?

940 Lídia: Eu gosto da minha GM

942 Mediadora: Qual você tem?

944 Lídia: Eu tenho um corsa.

946 Mediadora: Atende

948 Lídia: Atende minhas necessidades, e ...

950 Mediadora: Você sempre teve um corsa ou foi uma mudança?

952 Lídia: Uma mudança, agora pretendo trocar, porque já tá na hora, né?! (risos)

954 Mediadora: Quanto tempo que você tá com o corsa?

956 Lídia: Corsa... Já uns 4 anos, já

958 Mediadora: Você ta pensando em trocar pelo quê?

960 Lídia: Por um outro Corsa

962 Mediadora: Outro Corsa?

964 Lídia: Com direção, que é importante, não precisa ter ar, tem que ter direção!

966 (risos) (conflito de vozes)

968 Jussara: Pra mim tem que ter trava e direção e ar, insulfilme eu não gosto muito não, eu pus  
970 mais porque falam tanto esse negócio de segurança, mas de noite até me atrapalha um  
pouco, ele me tira muito a visão

972 (risos) (conflito de vozes)

974 Jussara: Eu gosto da linha GM também...

976 Mediadora: Que carro que você tem?

978 Jussara: Eu tenho um Meriva, e eu troquei por outro GM, antes de comprar a Meriva andei  
procurando, carro Ford...

980 Mediadora: E quanto tempo demorou esse procurar?

982 Jussara: Acho que foi coisa rápida, coisa de um mês...

984 Charles: Mas você diz procurar pra escolher o carro, ou pesquisar preço...

986

Mediadora: Não, desde quando você teve preciso comprar, ou quando arrumou o dinheiro...

988

(risos) (conflito de vozes)

990

Mediadora: O que é mais difícil de decidir na hora da compra?

992

Jussara: Quando tem dinheiro é mais fácil de decidir, quando o dinheiro dá pra comprar o carro que você quer, agora quando você tem que medir, aí fica mais complicado

994

996 Mediadora: Que carro você tinha antes?

998 Jussara: Um Vectra

1000 Mediadora: O que fez você mudar de um Vectra?

1002 Jussara: Preço, não dava pra eu comprar um Vectra por um Vectra nova, dava muito mais caro

1004

Mediadora: e teve alguma razão de você trocar por outra GM?

1006

Jussara: Até porque eu gosto de trocar na concessionária, acho mais fácil, e até pelo quanto se pagava pelo Vectra. Assim, Volks, e Honda e Ford tudo bem, mas Fiat eu não quero nunca mais ter, eu tive um ruim pra mim

1010

Mediadora: O que aconteceu?

1012

Jussara: Ah, ele me deu muito problema, eu sei que faz muito tempo, mas eu fiquei com um impressão muito forte, então não quis nunca mais nem experimentar outro carro da Fiat, acho até o Stilo lindo, mas...

1016

1018 Rico: Lá em casa a gente já teve um Tempra e eu tive um Palio, quando eu tive o Palio até  
fiquei amigo do mecânico, ia lá toda semana... E as pessoas que tem Fiat...

1020 (Risos)

1022 Charles: Nossa, esse Siena que eu tenho eu usei muito esse carro, e é mil, 16V, eu gostei  
muito do carro

1024

Edilene: O Mile eu gostei, na época eu surgiu o Mile eu tive quatro!

1026

(risos) (conflito de vozes)

1028

Mediadora: Vocês olham isso na hora de trocar um carro, manutenção...

1030

Charles: Preço do seguro eu olho!

1032

(risos) (conflito de vozes)

1034

Mediadora: Como que é Carlos Alberto, você ta ai quietinho!

1036

Carlos Alberto: Eu to quietinho! Eu tenho um Vectra, 2,2, eu não troco a Chevrolet por  
outra marca. Eu já troquei por Ford, tristeza, eu já troquei por Fiat, peguei um fiat 500,  
1038 lindo, acabamento maravilhoso, só que tinha que por o pé pro lado de fora e pedalar porque  
não anda!

1040

(risos) (conflito de vozes)

1042

Carlos Alberto: Eu já gosto de motor, você precisa, você pisa e você tem, então...

1044

Rico: Eu acabei de trocar de carro, eu tava com o Civic, eu troquei, eu não queria carro  
1046 baixo, queria um carro alto, então eu tava na decisão de um peugeot e um Fiesta



1048 Mediadora: e como você chegou na decisão de um peugeot e um fiesta?

1050 Rico: Pelo dinheiro. Eu consegui chegar até 30, e o que me fez escolher de um ou de outro,

1052 foi o design, e mesmo se eu fosse escolher o Peugeot ia ser o 206, que não tem tanta cara de

1054 novo como tem esse novo fiesta supercharger. E isso também foi um ponto, porque eu não

gosto de correr, mas gosto de ter o motor na hora que preciso, porque eu to sempre na

1056 marginal, pego a Castelo, tem uma serra ainda pra chegar... e esse carrinho eu achei legal,

não decepciono, é mil mas tem esse negócio de supercharger...

1058 (vozes conflitantes)

1060 Mediadora: Vocês tão me falando várias características dos carros, eu queria entender

(risos) (conflito de vozes)

1062 (arrumação da mesa para devolução dos cartões)

1064 Mediadora: Vocês falaram algumas características dos carros, cavalo, vela, motor, outras

1066 coisas, até em comparação de carros nos jornais, eu queria saber onde vocês buscam as

informações antes de comprar o carro, de decidir, ou mesmo no processo de decisão, eu

queria saber o que eu vocês consultam...

1068 Charles: Eu sempre to antenado no que sai de lançamento carro, vou na loja, dou uma

1070 fuçada aqui e ali, e depois você vai na Internet mesmo

1072 Mediadora: Você vai na própria concessionária dar uma olhada...

1074 Charles: É, eu vou, dou uma olhada, que nem EcoSport, quando lançou eu fui fazer o test

1076 drive, eu fiz, olhei, até não gostei muito do acabamento do carro, apesar de eu achar que a

ford tem um acabamento muito bom, um dos melhores acabamento que tem é da ford....mas

1078 assim, característica de comparação, porque na concessionária não dá pra ficar pegando

livrinho, e o vendedor quer saber de vender, e eu mais entro em sites, internet...

1080 Mediadora: Que sites?

1082 Charles: Geralmente o das montadoras

1084 Mediadora: O da montadora mesmo?

1086 Rico: Web Motors também é bom

1088 Charles: Então, tem um...se eu quero ir diretamente num carro que eu to pesquisando, que  
nem a gora eu comecei a pesquisar a Pajero PR4, que é pequena, que é uma opção que eu  
1090 gostaria de ter, então assim, eu fui primeiro na Mitsubishi, dei uma olhada, aí eu entro no  
site da montadora, vou pesquisando, enfim...

1092

Mediadora: Vocês também fazem isso, mais por internet, revistas...

1094

Lídia: Ah, eu sou influenciada pelo meu marido, (risos) revistas e nos sites

1096

Mediadora: E seu marido está no meio desse processo, você chega a ver a matéria e mostrar  
1098 e discutir com ele, ou ele que vê...

1100 Lídia: É, a gente troca informação

1102 Mediadora: E aí, como é que é, a gente ta falando de como você se informa na hora de  
comprar o carro

1104

Edilene: Ah, eu pergunto pra todo mundo

1106

Mediadora: Todo mundo?!

1108

Edilene: Assim, por exemplo, mulher não, homem

1110

(risos)

1112

Edilene: Você acha que esse carro da muito problema, você acha que esse carro da muito problema, porque eu tenho trauma de problema, de oficina mecânica, essas coisas

1116

(risos) (conflito de vozes)

1118

Edilene: Aí eu pergunto, ah, você tem um carro, dá muito problema, gasta muito, porque eu rodo muito, ando muito, então eu procuro carro mais econômico, assim, em um ano acho que meu carro, em um ano acho que meu carro da quase uns 100 000 km, porque que nem eu tava te falando, ah, da vontade de ir pra Goiânia, eu vou e volto...Então eu procuro carro econômico com ar condicionado, então eu pesquiso, eu passo em uma loja e vejo a cara, porque eu não conheço, não entendo nada de carro, tanto que quando eu vou comprar eu levo sempre alguém comigo, pra que carro é aquele, eu não sei, de olhar eu não sei...isso ou aquilo, 4 cavalo, não entendo nada

1126

Mediadora: Então sempre vai com alguém, e esse alguém é quem?

1128

Edilene: Quem estiver disponível!

1130

(risos)

1132

Edilene: Às vezes eu confundo gol com palio, com...olha, eu não sei... que carro é aquele....

1134

Mediadora: Seu carro no estacionamento só pela placa!

1136

(risos)

1138

Mediadora: E aí, Jussara, como que é, como foi pra escolher esse Meriva?

1140

Jussara: Bom, quando ele saiu eu gostei dele, tava nas condições que eu podia pagar...

1142 Mediadora: No lançamento você já ficou...

1144 Jussara: É, eu já tinha gostado, e normalmente troco idéia as vezes com mecânico, eu tenho um mecânico que há muitos anos que eu faço revisão de carro com ele, então as vezes eu  
1146 pergunto pra ele alguma coisa, ah, to pensando em trocar, o que você acha...

1148 Mediadora: E jornal...

1150 Clarisse: Eu vejo sempre jornal, assim

1152 Mediadora: Que jornal?

1154 Clarisse: O Estado, né, aí eu vejo no jornal, e a gente acaba indo nas concessionárias, as  
vezes você ta, teve o fim de semana eu tava no clube e tinha lá, um Picasso e um C3, aí a  
1156 gente entrou, olhou, xeretou, não sei o que, no shopping tava o EcoSport, entrei, olhei,  
xeretei, então assim, o que vai aparecendo, meu marido tem mania de assistir o Auto  
1158 Esporte, que passa na TV

1160 Mediadora: Vocês assistem também?

1162 Charles: Quando eu to em casa dia de domingo

1164 Clarisse: Lá você tem normalmente uma idéia de preço, e depois a gente normalmente vai,  
tipo, na Fiat tem uma concessionária que a gente sempre vai nela, e da Renault a gente  
1166 também tem duas que a gente sempre frequenta

1168 Mediadora: E vocês aí da ponta?

1170 Rico: Esse negócio de promocional eu acho legal, por exemplo, você ta andando no  
shopping e ter o carro pra você dar uma olhada dentro, fazer teste também, fazer o teste

1172 drive. Quando eu tava procurando passei na Citroën e testei o C3, daí eu fui com o  
vendedor junto, ele explicou o conceito de 10 cavalos, falou do freio ABS, o carro é  
1174 gostoso, bem acabado, e ...

1176 Charles: Perfeito, o defeito é o preço!

1178 (risos)

Rico: É! E site da internet, quando eu tava procurando entrei na Peugeot, entrei na Ford

1180

Mediadora: Nas próprias montadoras, Web Motors você falou, né?

1182

Rico: Web Motors também, eu entro lá pra ver preços, algumas definições de motor,  
1184 cavalo, e o site da Ford é legal, você consegue montar o teu carrinho, você coloca cor,  
coloca acessórios, e no final ele ainda dá o preço sugerido

1186

Mediadora: Você consegue montar e ...

1188

Rico: Você monta, por exemplo, se for pegar uma EcoSport você coloca aquele ferro na  
1190 frente, coloca farol de milha, uma cor

1192 Mediadora: Deixa ela bem esportiva e vê quanto é que fica!

1194 (risos) (conflito de vozes)

1196 Mediadora: E jornal, tem algum jornal?

1198 (conflito de vozes)

1200 Charles: Eu sou um pouco diferente dela, eu gosto de vender carro pra particular, em último  
caso eu deixo na concessionária, mas aí eu geralmente começo a pesquisar preço naquele

1202 Jornal do Carro, naquele que sai de quarta-feira

1204 (risos) (conflito de vozes)

1206 Charles: Eu me baseio pra vender, preço, comparar

1208 Mediadora: Ah, tem uma tabela

1210 Charles: Uso mais pra comparar porque quem vai comprar carro de revenda, de usado, de particular pra particular, eu acho que é o melhor meio de se comprar

1212 Edilene: Eu só vou em concessionária, não acredito muito no jornal

1214 Mediadora: Vocês acreditam nesses

1216 Charles: Pra comprar não, pra comprar só em concessionária

1218 Edilene: Nem pra vender, porque às vezes você anuncia o carro, a pessoa vem, e você não

1220 sabe quem vai vir ver teu carro

1222 Charles: É, precisa ter um espaço próprio pra isso, um esquema montado

1224 (conflito de vozes)

1226 Mediadora: Mas e nessas informações comparativas...

1228 Clarisse: Ah, uma outra coisa que eu esqueci de falar, é, tanto é, a Fiat não, mas a Renault, eles sempre mandam lançamentos ou informativos, junto com a chavinha

1230 Mediadora: Uma mala direta

1232

Clarisse: É, uma mala direta, eu acho isso bem legal, funciona porque vai todo mundo na  
1234 concessionária tentar a chavinha lá...

1236 (risos) (conflito de vozes)

1238 Charles: Agora, as reportagens, eu já cheguei a perceber isso, é, vamos supor, o Estadão de  
domingo vai sair uma reportagem sobre esses, é, bloqueador de satélites, que ta na moda  
1240 botar agora nos carros, né, você pode ter certeza que se ta no Estadão isso, na folha vai ta,  
no Jornal da Tarde e do Carro também vai ta, a semana inteira vai ser a mesma reportagem  
1242 em todos os jornais

1244 Edilene: Não tem criatividade, não tem nada mais que chame a atenção da gente, é tudo a  
mesma coisa.

1246

Mediadora: Faz diferença, isso pra vocês, sair no Estadão, sair no Jornal da Tarde ou na  
1248 Folha é a mesma coisa pra vocês?

1250 Charles: Às vezes a meteria ta mais completa em um, eu nunca cheguei a pegar os três e  
comparar, ainda não fiz essa loucura

1252

(risos) (conflito de vozes)

1254

Rico: Falando de jornal eu tinha esquecido, antes de comprar o carro novo eu tava  
1256 pensando em um usado, e eu pesquisei o Jornal da Tarde, tava com vontade de comprar um  
Vectra, que eu acho um carrão, fui na quarta-feira, peguei o jornal da Tarde, guardei  
1258 comigo, até depois subir de renda e pegar um zerado, mas antes foi aí, e na Web Motors  
que também tem oferta de carros usados

1260

Mediadora: Você compraria um carro pela internet ou é mais pra consulta?

1262

Rico: Na internet eu compraria, depois de visitar, junto com meu mecânico



1264 Mediadora: Igual como faz com o jornal

1266 (conflito de vozes)

1268 Carlos Alberto: Se for carro novo dá pra ser comprado pela internet

1270 Mediadora: Você acha que sim?

1272 Carlos Alberto: Porque pela internet o preço do automóvel sai às vezes mais em conta que

1274 na concessionária

1276 Charles: Sim, mas demora mais pra chegar também

1278 Carlos Alberto: Vocês estavam falando de andar na rua, com dificuldade de os outros

1280 carros baterem, eu já não tenho esse problema, porque eu ando todo dia com um carro danadinho de ruim, uma combe de carroceria, então você não encosta nela

1282 (risos)

(conflito de vozes)

1284 (conversas paralelas)

1286 Mediadora: Gente, voltando pro processo de compra e de escolha, e de um carro novo, eu

1288 queria entender o que é importe, vocês falaram um pouco de preço, de definir uma faixa de preço, do design, do acabamento, da manutenção, eu queria saber o que é mais importante

1290 Edilene: Ar condicionado

1292 Mediadora: O ar?!

1294 (risos)

- 1296 Jussara: Ar condicionado, direção e trava elétrica
- 1298 Charles: Importante no carro?
- 1300 Mediadora: Na escolha
- 1302 Charles: Na escolha eu acho que é o preço, pra escolher é o preço
- 1304 Edilene: O preço e a manutenção, eu vejo se a manutenção do carro é cara, e se é um carro que dá muita manutenção ou não
- 1306 Mediadora: E você vê perguntando pras pessoas que já experimentaram?
- 1308 Edilene: Pras pessoas que já experimentaram, oficina
- 1310 Mediadora: E vocês, como que é?
- 1312 Clarisse: Eu quando eu troquei o Clio, a gente tava entre palio, clio, carros do mesmo tamanho, aí o que eu fiz, eu trabalho na Caixa, aí fui lá na seguradora, e vi qual deles ficaria mais barato o seguro, e o clio fica, e aí eu percebi que o clio é um dos carros menos roubados dessa linha, então, isso eu acho que é uma coisa fundamental na hora da escolha, é...a nível, assim, o clio é econômico, ta na média...
- 1318 (conflito de vozes)
- 1320 Mediadora: E dentro da faixa de preço que você decidiu, o que mais que te chama a atenção?
- 1322
- 1324 Lídia: Ah, a montadora, eu acho, no caso eu prefiro GM

- 1326 Carlos Alberto: Qualquer marca desde que seja GM!  
(risos)
- 1328
- Charles: Eu, assim, eu quando vou escolher escolho preço, assim, primeiro escolho o carro,  
1330 design, o que eu to procurando, aí vai pelo preço, né, então assim, que nem agora, eu quero  
trocar, eu tenho dinheiro pra comprar o que eu quero, por enquanto não, pode ser que eu  
1332 tenha dinheiro daqui a três meses, pode, então eu vou esperar mais um pouco, aí vou  
ponderar, mas é claro que eu vou procurar o melhor custo benefício, dentro das opções,  
1334 basicamente isso.
- 1336 Clarisse: É, eu sou um pouquinho igual o Charles, eu não me ligo, ah, só vou comprar Fiat,  
só vou comprar GM, vou ver o que há de melhor pra mim naquela época que eu tiver pra  
1338 comprar, né, preço, é o design do carro, é o ar condicionado...
- 1340 Rico: Eu acho que preço é o que começa a...
- 1342 (conflito de vozes)
- 1344 Mediadora: Eu queria fazer um exercício com vocês, primeiro a gente viu as figurinhas, a  
gente escolheu o carrão do nosso sonho e tal, e agora a gente falou do que a gente tem, do  
1346 que a gente comprou, do que ta pensando em trocar, eu queria fazer um exercício de tentar  
identificar do carro que vocês têm agora, o que ficou daquele ideal, daquele grande sonho!
- 1348 Pra você era a Ferrari, as 5 ferraris! (risos)
- Entre a Ferrari e o carro que você tem o que fica, o que ficou, foi a segurança, foi o  
1350 acessório, foi a cor, vai ver a cor, não sei, então eu gostaria que vocês fizessem esse  
exercício comigo, de dizer o que liga, o que ficou da compra real de vocês e do imaginário  
1352 todo que a gente fez.
- 1354 Edilene: Com o que nós compramos?
- 1356 Charles: O que nós temos, ou o que nós queremos comprar agora?

1358 Mediadora: O que vocês tem.

1360 Rico: A altura do carro

1362 Mediadora: A altura?

1364 Rico: Tava infeliz com o Honda baixinho, e esse Fiesta novo

1366 Mediadora: Tem a altura que você queria?

1368 Rico: Tem essa altura que eu queria, nunca raspei no chão, eu ando em Moema que é cheio  
1370 de valeta, São Paulo inteira que é toda esburacada, e ainda não consegui raspar ele, então,  
acho que cheguei na altura.

1372 Jussara: Pra mim também acho que foi na altura do carro, porque eu tinha, eu gostaria de  
ter um carro mais alto, e fiquei super satisfeita.

1374 Mediadora: Ele é mais alto que o Astra, né?

1376 Jussara: É, o Astra é bem baixinho, e o Meriva é bem mais alto, e pelo fato de ser tipo  
perua, também, acho que eu queria alguma coisa tipo assim....

1378 Lúdia: O que ficou do meu Audi pro meu Corsinha?

1380 (risos)

1382 Lúdia: Quatro portas, agilidade, direção, ar, trava...

1384 Mediadora: Os confortos...

1386 Lúdia: É...

1388

Edilene: Ah, o meu faltou tudo, não gosto do meu carro

1390

(risos)

1392

Rico: Que carro que é?

1394

Mediadora: Clio

1396

Edilene: É, ele é clio, ele é feio, ele é pequeno

1398

Clarisse: Ele tem uma careca de sapo!

1400

(risos) (conflito de vozes)

1402

Charles: O meu não tem absolutamente nada do que eu almejo

1404

Edilene: Qual que é o seu mesmo?

1406

Charles: É uma Mercedes, perua

1408

Clarisse: Não tem nada a ver!

1410

(risos)

1412

Charles: Não tem nada a ver! Nem a cor!

1414

Mediadora: e do próximo que você tá pensando?

1416

Charles: Com o meu ideal?

1418

Mediadora: Isso

1420

Charles: Tem, tem, tudo a ver, ele só é menorzinho, mas é um carro grande, esportivo...

1422

Rico: Ta na linha da caminhonete

1424

Charles: Ta na linha, do tamanho tanto pra cima como pros lados, acho que é um carro mais robusto

1426

1428 Clarisse: Acho que no meu é só o ar condicionado igual

1430 (risos)

1432 Clarisse: Eu acho que assim, comparar um com o outro acho que não tem comparação, são  
1434 carros totalmente estilos diferentes, aquilo é um sonho, e realidade é outra, se eu tivesse que  
estar trocando seria exatamente por um carro mais alto, que eu amei a Scénic, voltaria pra  
uma Scénic, primeiro carro que eu compraria assim pra uso diário.

1436

Mediadora: Por que que não renovou por uma Scénic agora?

1438

Clarisse: Porque eu precisei do dinheiro, pra fazer a festa da minha filha!

1440

Mediadora: Ah, sim, tinha esquecido! E aí?!

1442

Carlos Alberto: Eu acho que continuaria, o meu ainda ta bonzinho, e eu continuaria na linha  
1444 GM, mas eu já fui ver o Audi, e deixa cosquinha!  
(risos)

1446

Carlos Alberto: É um carro que me fascina, mas não sei se chego lá

1448

Charle: Chega! O senhor vende um dos seus apartamentos aí e compra!

1450

(risos)

1452

Carlos Alberto: Então, mas a gente não quer se desfazer do que tem e sim, quer ter mais...

1454

Charles: Não dá pra passar as férias dentro do Audi, né?!

1456

(risos)

1458

Mediadora: Gente vou dar uma saidinha, ver se precisa de mais alguma coisa

1460

(conversas paralelas)

1462

Mediadora: Gente, só faltou esclarecer um ponto bem simples, algumas pessoas falaram de colegas, parentes, esposo, na hora da decisão, na busca de informação e tal... Então eu

1464

queria esclarecer com quem não disse, se não realmente é importante...

1466

Charles: Sempre você acaba trocando idéia com alguém que tenha, que já ouviu falar, ouviu dizer, mas não acho muito importante não, não é o fator preponderante não

1468

Carlos Alberto: O fator primeiro é você ir na concessionária e ver mesmo

1470

Jussara: Pra mim não é o que pesa não

1472

Charles: você acaba ouvindo, mas

1474

(conflito de vozes)

1476

Rico: Mas eu acho legal conversar com alguém, eu conversei com um amigo meu que tinha

1478

um Peugeot 206 e perguntei pra ele, é bom, tem isso, tem aquilo, se já parou com o carro, já te deixou na mão, e também quando eu tava procurando um carro usado eu também

1480

conversei com mecânico, eu virei pra ele e perguntei, o que você acha do Vectra...



1482 Jussara: Pra falar a verdade eu me lembrei de uma coisa, o meu mecânico me falou que,  
quando eu tava com o Vectra, essas marcas novas aí não é legal você comprar, novas aqui  
1484 no Brasil, aí como eu gosto de Chevrolet eu continuei com Chevrolet

1486 Carlos Alberto: Agora eu vou falar uma coisa, o Toyota é bonito por fora, mas por dentro é  
uma droga, fica a desejar 10 vezes de um Vectra

1488 Mediadora: É o acabamento?

1490 Carlos Alberto: É muito sem nada, entendeu?!

1492 Charles: É como o Civic, é um carro que internamente ele é simples

1494 (conflito de vozes)

1496 Mediadora: Agradecimentos e encerramento da discussão.

1498

## Grupo de Foco Médio/Luxo

2 Mediadora: Eu queria primeiro esclarecer um pouco, acho que algum de vocês ainda tenha  
4 alguma curiosidade do que a gente vai fazer aqui hoje. Queria apresentar a empresa, a  
*Franceschini* é um instituto de pesquisa que trabalha acho que a uns 15 anos, eu sempre  
6 falo mais de 10 anos, eu sempre falo mais de 10 anos que já faz mais de 15! A gente  
trabalha com vários tipos de pesquisa, várias metodologias [som de defeito do microfone],  
8 isso é uma das coisas que eu ia apresentar pra vocês! (risos)

Vocês estão sendo gravados aqui, em vídeo e em áudio, que é um instrumento de pesquisa  
10 nosso. Então aqui atrás desse espelho têm pessoas me ajudando, são pessoas que trabalham  
em pesquisa e que vão estar me auxiliando. Peço que vocês não se sintam intimidados com  
12 isso, porque a gente tem um contrato de sigilo, então podem ficar realmente a vontade.

Então esse é um tipo de metodologia diferente de um questionário, que a gente pergunta  
14 sim ou não, compra ou não compra, aqui vai um pouco mais além, a gente vai conversar e  
ver um pouco mais das razões dos sim's ou dos não's, e entender um pouco mais das  
16 motivações e ir um pouco mais afundo do que uma simples resposta.

Vocês foram escolhidos porque têm algumas coisas em comum, e vão perceber durante  
18 essa discussão outras coisas em comum que vocês têm.

Eu queria me apresentar pessoalmente, depois vou pedir pra cada um que se apresente, pra  
20 gente se conhecer, né. O meu nome é Adriana, trabalho aqui na Franceschini já faz quatro  
anos, moro também aqui na zona sul, gosto muito do que eu faço, trabalho de segunda a  
22 sexta, e nos fins de semana cinema, namorar, teatro, sábado a tarde, domingo, ler livros,  
revistas... E é isso. Qual o seu nome?

24 Flávio: Flavio.

26 Mediadora: Me diga Flavio onde você mora, onde você trabalha.

28 Flávio: Eu moro aqui também na Zona Sul. Trabalho nesse prédio! A empresa também é  
30 uma empresa de pesquisa.

32 Mediadora: Ah é. E o que vocês fazem lá?

34 Flávio: Concorrente.

36 Mediadora: que bom saber, né?

38 Flávio: Voltado para indústria farmacêutica. A gente pega informações. Não sei se vocês já  
repararam quando vocês vão em farmácias, alguém anota o CRM, o número do médico e  
40 põe numa sacolinha então essas informações são coletadas, a gente pega informação, desde  
uma Droga Raia aqui de SP até uma Farmabem em Manaus. Nós estamos no Brasil inteiro  
42 para qualificar os médicos para vender para indústria farmacêutica. Depois o representante  
vai com a malinha lá no médico, ele tem que saber que aquele médico prescreve aquela  
44 classe terapêutica.

46 Mediadora: Vocês têm bastante trabalho. Como é que está?

48 Flávio: Bastante.

50 Mediadora: Você trabalha de segunda a sexta ou segunda a domingo?

52 Flávio: Segunda a sexta.

54 Mediadora: Como que é os fins de semana?

56 Flávio: Fim de semana bastante tranquilo com a família.

58 Mediadora: Você é casado? Filhos?

60 Flávio: Sou. Eu tenho duas filhas. Uma de sete e uma de três e que ocupam todo nosso  
tempo de fim de semana. É meio que vício, né?

62 Mediadora: Mas é um vício bom, né?

64

Flávio: A gente se envolve mas gosta. É mas a gente fica pensando quando elas casarem e saírem de casa o que vai ser da vida, né?

66

68 Flávio: às vezes eu falo e poucas pessoas acreditam, mas eu vou torcer para minha filha ser uma mãe solteira e continuar morando comigo.

70

TODOS: NOOOSSSAAA!!!

72

Mediadora: E o que vocês costumam fazer?

74

Flávio: Bem, a gente costuma fazer passeio de quem tem filho: ou ir em shopping ou restaurante.

76

78 Mediadora: Ta todo mundo concordando...

80 Flávio: De vez em quando em um fim de semana mais generoso ou quando o orçamento permite, uma viagensinha.

82

Mediadora: Vocês costumam viajar para algum lugar específico. Como é que é?

84

Flávio: Não

86

Mediadora: para onde der...

88

Flávio: para onde der ou a gente arruma uma casa no litoral. Gosto de praia.

90

Mediadora: E o seu nome?

92

Paula: Paula.

94

96 Mediadora: Fala pra gente Paula. Onde você trabalha. O que você faz? Já vi que você concordou com a parte da família...

98 Paula: É que eu sou casada também. Tenho três filhos. Sou consultora de seguro. Os três: sete, quatorze, dezessete. Escadinha.Consultora de seguro. É isso. O que mais? Final de  
100 semana é isso que ele falou. Restaurante, shopping, cinema. O que eles querem a gente faz.

102 Mediadora: Viajar?

104 Paula: Quando o orçamento dá. Nós na minha casa gostamos muito de praia, também.

106 Mediadora: Tem o costume de vez em quando dar um mergulho?

108 Paula: É bom.

110 Mediadora: E você?

112 Priscila: Priscila.

114 Mediadora: Contra pra gente, Priscila.

116 Priscila: 25 anos, sou noiva, trabalho na Vila Olímpia e moro em São Bernardo. Meus fins  
de semana são só correndo atrás de imóvel, móveis pra comprar pra casar. É só isso. Meu  
118 fim de semana é sábado e domingo atrás de imóveis, chorando porque vê os preços assim  
tristes.

120

Paulo: Eu trabalho com corretagem de imóvel, então você está correndo muito.

122

Priscila: Nossa, difícil. Eu trabalho com meu pai numa gráfica. Sou a parte financeira  
124 administrativa. Corrido. Assim eu não gosto. Eu sou formada em turismo e trabalho em  
administração assim, uma coisa bem igual, assim. Eu trabalho porque é uma coisa do meu

126 pai e confesso eu trabalho para ajudar. O salário que eu ganho lá eu não ia ganhar em  
nenhum outro lugar. E isso é muito bom. Trabalhar com o pai tem suas vantagens. O  
128 “paitrocínio”. É isso.

130 Mediadora: Seu fim de semana, sem lazer?

132 Priscila: Não está tendo. Tem que guardar dinheiro porque não pode gastar muito. Quando  
eu vou, eu saio eu viajo para Itu porque a gente tem casa em Itu ou tem apartamento na  
134 praia, mas eu não gosto muito da praia. Eu gosto mais de ir para Itu. Lá a gente sai, vai pra  
restaurante, daí meu pai paga. A gente vai pra descansar mesmo, a gente nem sai. Porque é  
136 duro, eu moro em São Bernardo e vou todo dia pra Via Olímpia, é duro, são 23 km. Então,  
é assim, chega o fim de semana eu estou explodindo.

138  
Mediadora: E você?

140  
Ingrid: Ingrid. Sou mais light, ando muito. Eu sou separada, tenho um filho de dez anos,  
142 adoro viajar, trabalho com viagens, tenho uma agência de turismo, então isso também  
facilita muito. A sua lua de mel já vou providenciar.

144  
(risos)

146 (conflito de vozes)

148 Mediadora: já conseguiu...

150 Ingrid: Adoro ler, adoro viajar, saio bastante de final de semana, porque o meu filho com a  
idade dele também permite. Então, a gente acaba indo em restaurantes legais, eu namoro e  
152 moro aqui em Moema.

154 Mediadora: O que você costuma ler? Onde vocês costumam ir?

156 Ingrid: Eu gosto de ler tudo aquilo que a crítica não gosta. Shiniashiki, sabe aquelas coisas  
que o pessoal malha pra burro, né. Eu gosto de ler tudo, eu gosto de ler tudo. Auto-ajuda,  
158 não gosto muito de ficção, aventura. Eu gosto de romance porque eu leio em duas horas e  
acabou o livro. E isso tipo de livro... eu estou lendo agora a Lia Luft... eu gosto desse tipo  
160 de livro que traga alguma coisa interior. E depois você ainda abre assim e eu digo: eu li esta  
parte? E você não joga tudo fora. Se alguém for viajar, por favor...

162

(risos)

164

Flávio: a gente troca cartão!

166

Flávio2: Sou Flávio também. Esse aqui é o grupo das coincidências. Dois Flávios que  
168 trabalham no mesmo prédio. Você está recente aqui, não é?

170 Flávio: eu não peguei o pessoal da incorporadora...

172 Flávio2: desde o começo, comprei uma unidade aqui, tenho escritório de arquitetura.

174 Mediadora: Ah, é por isso que você vai ajudar! (risos)

176 Flávio2: Casado, tenho três filhos. Duas moças: 23, 21 e um de 17.

178 Mediadora: Tão em casa ainda, já casaram?

180 Flávio2: Tão em casa, tão em casa. Tá ótimo, independente de filho. Elas mesmo dizem que  
eu e minha mulher somos baladeiros. Saímos a beça. Vamos pra muita peça, muito show,  
182 muito teatro. Sair com turma, jantar fora, ir para festas. Tenho casa na praia de  
Pernambuco, ah..., é uma delícia. Gosto muito da profissão. Venho pro escritório com  
184 prazer.

186 Mediadora: Ah que delícia. Isso é bom.



188 Flávio2: É bom demais. É isso e me realizo profissionalmente também.

190 Ingrid: Mas a gente esqueceu de falar dos problemas. Tem um monte de conta pra pagar,  
né? Senão a gente pensa que só tem coisa boa. Não tem ruim também.

192

Mediadora: Você, qual o seu nome?

194

Márcia: Márcia.

196

Mediadora: Fala Márcia

198

Márcia: Então, eu ajudo meu marido em administração na própria empresa dele. Ele tem  
200 algumas casas de massagem. Então. E hoje estou na administração. Tenho três filhos: 22,  
21 e 20. Então final de semana assim, sobrou eu e o meu velhinho lá. Eu falo assim mas  
202 tem 42 anos, ta?!

204 (risos)

206 Mediadora: É jovem!

208 Márcia: É.

210 Márcia: A gente viaja bastante

212 Mediadora: o que vocês fazem?

214 Márcia: a gente faz trilha. Cada final de semana vamos pra um canto. Voltamos a namorar.  
Agora dá. Eu estou muito novinha. Tanto eu como ele, né? Tanto eu como ele, né? Então  
216 agora deu. Vamos passear, vamos ao teatro, vamos ao cinema. Sabe vamos fazer coisas  
juntos porque na época de fazer isso não dava porque logo veio os filhos.

218

Mediadora: E veio um atrás do outro.

220

Márcia: Onze meses. Mas agora valeu, já tão todos já... né? Mas eu estou que nem você .

222

Eu falo pros meus filhos: casar só depois dos 40. Morro de ciúmes. Morro de ciúmes deles. Sou mãezona. Sou mãezona. Eles falam “ Mas mãe ta bom. já estou indo”.

224

Mediadora: mas que bom que vocês voltaram a namorar.

226

Márcia: É... Pelo menos agora porque na época dos 20, 21 tinha que curtir os filhos.

228

Mediadora: E você?

230

Fátima: Meu nome é Fátima.Sou supervisora de vendas. Tenho uma filha de 21 anos, moro na Lapa Zona Oeste. Sou divorciada, tenho namorado.Meu lazer é, eu gosto muito de ler, de viajar. Litoral Norte, Cambuí. Barra do Saí.

234

Mediadora: Tam casa lá?

236

Fátima: Não, não. A gente fica em chalé. E que mais?

238

Mediadora: E o trabalho como é que é? Você vai rapidinho?

240

Fátima: No momento é uma empresa terceirizada, porque eu trabalho no Estadão. Assinatura de jornal. No momento estamos fazendo um trabalho para o Estadão, mas às vezes aparece outro e aí varia, né?

244

Mediadora: Mas no fim de semana? Tranquilo, né?

246

Fátima: Não eu só trabalho de segunda a sexta. Graças a Deus.

248

Mediadora: Então ta bom, Obrigada. E você?

250

Carlos: Eu sou Carlos. Sou advogado, lido mais na área criminal. Mas também tem o pessoal...

252

(risos)

254

Carlos: Também tem outros advogados que trabalham no escritório. Eu mais ou menos fiz o contrário do que tudo mundo ta falando. Eu casei muito tarde. Com 37/38.

256

258 Mediadora: Curtiu bastante!

260

Carlos: Curti bastante! Ainda não tenho filhos. Eu casei há quatro anos. Adoro viajar. São Paulo, se tiver alguma coisa pra trocar... Vamos deixar de sair esse fim de semana pra viajar no fim de semana que vem. To indo. Prefiro mil vezes viajar.

262

264 Mediadora: Onde você prefere ir?

266

Carlos: Pra mim campo, praia. Mais ou menos tanto faz. Gosto de coisas tipo natureza, assim. Acaba sendo mais pra praia, mas gosto muito dos dois. Gosto muito do que faço.

268

Acabei optando muito tarde também trabalhar na área em que trabalho. E é isso.

270

Mediadora: Ta ótimo.

272

Mediadora: E você ?

274

Paulo: É Paulo. Tenho 50 anos. Sou separado por duas vezes já. Tenho uma filha do segundo casamento de 12 anos. Sou formado em administração de empresas e trabalho no ramo imobiliário, apesar de que eu não gosto do que eu faço.

276

278 Mediadora: O que aconteceu?

280 Paulo: Eu sempre fui administrador de uma empresa familiar no ramo de materiais de  
construção, daí quatro anos atrás eu fui para fora do Brasil aí voltei.

282

Mediadora: Para onde?

284

Paulo: Pra França. Morei dois anos lá. Aí dois anos sem trabalhar aí depressão, então estou  
286 trabalhando numa empresa de um amigo como corretor de imóveis. Meu lazer é o campo.  
Tenho uma casa em Ibiúna, né? Quando não estou trabalhando nos finais de semana eu  
288 tento ir pra lá.

290 Mediadora: Mas você tem problema de finais de semana!

292 Paulo: É semana passada foi meu plantão.

294 Flávio: Eu sou um Corretor de imóveis em potencial, só falta, eu adoro, eu vou em São  
Paulo inteiro.

296

Mediadora: Você gosta disso?

298

Flávio: Eu adoro.

300

Mediadora: Gente, agora a gente vai falar de um assunto, que a Ingrid já falou um  
302 pouquinho, eu queria que vocês contassem para mim, o que vocês costumam ler, se vocês  
assinam algum jornal ou alguma revista, como que é o dia a dia de vocês, vocês lêem jornal  
304 de manhã, o que acontece?

306 Fátima: Eu leio o Estadão, Folha de São Paulo

308 Flávio2: Estadão toda manhã.

310 Flávio: Estadão toda noite.

312 Paulo: Eu leio a Folha de São Paulo de manhã, revista Época, Veja.

314 Priscila: É, Veja sim.

316 Ingrid: Eu tinha uma Tabacaria, e tinha jornal e revista, eu sou uma alucinada por jornal e  
revista até hoje, leio jornais e revistas, eu leio tudo que você pode imaginar, tudo, essas  
318 tranqueradas todas, eu leio tudo, tudo, até Contigo, ninguém gosta.

320 (risos)

(conflito de vozes)

322

Ingrid: Vai no cabeleireiro, ninguém leva para casa, comprar Contigo, nem pensar.

324

Flávio2: Gosto muito de ler, mas a coisa da televisão no quarto atrapalha, que você se  
326 acomoda e acaba assistindo.

328 Paulo: Eu gosto muito de jornal e futebol.

330 Carlos: Jornal, esporte.

332 Flávio: Difícil admitir mas uma novelinha de vez em quando...

334 Todos - Ahh!!

336 Flávio: Só estou falando isso porque você disse que é confidencial.

338 Mediadora: Ninguém vai saber.

340 Márcia: Costumo ler bastante em questão de criação dos filhos, como eu tive 3 filhos, um  
muito seguidinho do outro, então por exemplo, Auto Ajuda, Tal Pai, Tal Filho e outros, eu

342 leio bastante também, revistas, Veja sempre tem, a Veja que assinamos, então tudo que diz  
de relação, a gente tem que estar procurando, se atualizando, e precisa, não é?

344

Paula: É verdade.

346

Mediadora: Legal.

348

Flávio: Eu já sou o leitor oposto, eu não gosto de ler, eu fico triste quando a Veja está  
350 fininha e não tem propaganda porque eu gosto mais da propaganda (risos) eu fico frustrado  
quando não tem propaganda, eu adoro o Estadão de domingo, eu vejo todas as  
352 propagandas. Mais culto, coisas mais nobres, eu gosto de ler tranqueira, porcária.

354 Carlos: Eu já tenho que ler muito por causa da profissão, então fica assim.

356 Mediadora: Mas e leitura de prazer, tem alguma coisa?

358 Carlos: Eu procuro sempre inclusive ler, mas o problema é falta de tempo, chega a noite eu  
já li 1 milhão de coisas.

360

Priscila: Está cansado também.

362

Carlos: Você chega a estar até com a vista cansada, então às vezes você acaba não lendo.

364

Mediadora: E a TV como fica?

366

Carlos: Eu assisto também TV eu assisto, pelo menos os Noticiários, o meu último  
368 programa da noite é o Jornal da Globo.

370 Mediadora: Aquele mais tarde.

372 Carlos: É, aquele mais tarde.

374 Mediadora: Vocês costumam ver também?

376 Priscila: Sim.

378 Fátima: Eu assisto.

380 Ingrid: Eu quase não vejo televisão, eu não tenho televisão nem no quarto, aliás, ela está no  
chão.

382 Fátima: Eu gosto muito de cosmologia, não que eu entenda isso, eu sou leiga.

384 Mediadora: Curiosa.

386 Fátima: É, curiosa, eu vou numas palestras que tem um Instituto de Física Quântica,  
388 Instituto de Física Teórico, então você, é lógico, eu não entendo tudo, mas você tem uma  
noção porque eu acho uma coisa tão interessante essa coisa das descobertas que estão sendo  
390 feiras, então eu gosto de ler os livros, mesmo que eu não entenda tudo.

392 Mediadora: Se atualizar...

394 Fátima: É, Stephen Hopkins assim, eu amo.

396 Mediadora: Ele é bárbaro.

398 Carlos: O nome já é interessante, nome bonito. (risos) Já chama a atenção pelo nome.

400 Mediadora: Já parece interessante, só pelo nome.

402 Ingrid: E a Internet também, você acaba fuçando, entra num assunto, quando você vê já...



404 Flávio: Internet vicia.

406 Flávio2: Jornal da Internet.

408 Flávio2: TV Terra, eu tenho uma filha minha que é jornalista e está na TV Terra, ela é editora, é repórter internacional e tudo.

410

Mediadora: Que legal. Você acompanha...

412

Flávio2: Desempenha bem. Foi da CBN esse ano passado todo.

414

Mediadora: Vocês ouvem rádio também? Como é?

416

(conflito de vozes)

418

Flávio2: O dia inteiro

420

Fátima: Dentro do carro.

422

Ingrid: Noticiário no carro é bom, eu gosto.

424

Priscila: Não, noticiário no rádio não dá.

426

Mediadora: Não dá por quê?

428

Carlos: Ele presta atenção nos anúncios do rádio (risos)

430

Paulo: Qualquer notícia ele desliga (risos)

432

Fátima: Eu gosto de filmes.

434

436 Priscila: Eu odeio cinema, odeio ficar parada assistindo filme, assim, eu não gosto, eu durmo no cinema.

438 Ingrid: Eu não vou no cinema, mas acabo pegando DVD.

440 Priscila: Não, nem DVD, de música sim, mas filme assim, é incrível, começo a assistir, eu durmo, só me interessar muito, for uma coisa muito, não sei, é difícil até.

442 Ingrid: O que você gosta? Conta para a gente (risos)

444 Priscila: Gosto de comédia assim... (conflito de vozes)

446 Priscila: Mas filme eu não gosto.

448 Mediadora: Falamos um pouco sobre as coisas que a gente gosta de fazer, sobre as coisas  
450 que a gente gosta de ter, eu queria que vocês me dissessem qual o sonho de consumo de  
vocês, indo longe assim, pensando muito alto, um sonho de consumo, dessas coisas que a  
452 gente gostaria de fazer, gostaria de ter.

454 Carlos: Uma Big Fazenda.

456 Mediadora: Uma big fazenda, o que tem nessa fazenda?

458 Carlos: Vários bichos, um açude.

460 Mediadora: Descreve ela para a gente.

462 Carlos: Para pescar, gosto muito de pescar, então tem um açude enorme, toda infra-  
estrutura completa.

464

466 Mediadora: E o que aconteceria na sua vida, se você conseguisse realizar esse sonho, o que ia mudar?

468 Carlos: Não ia sair de lá.

470 Mediadora: Iria todo fim de semana para lá?

472 Carlos: Não, se possível, durante a semana, se eu tivesse uma fazenda tipo assim, eu morava lá.

474 Márcia: Eu pensei também que ia acontecer isso.

476

478 Mediadora: Como é?

480 Márcia: Eu pensei que ia acontecer isso, eu ia mudar para lá e ia ficar, agora eu tenho que me dividir também um pouco, ir para lá e voltar.

482

484 Carlos: Não, eu já tive um sitiozinho de 10 alqueires, mas só que eu acabei vendendo, porque eu ia para lá uma vez a cada 15 dias, ia de manhã e voltava à tarde, então praticamente eu só ia para resolver os pepinos e não curtia o sítio, não tinha tempo.

486

488 Mediadora: E aí, se fosse uma grande assim, você conseguiria ficar lá o tempo todo?

490

492 Carlos: É que naquela época não dava, também, nessa época também não dá para ficar lá, eu gostaria de ter para poder ficar lá.

494 Priscila: Ter boi, criar gado.

496 Carlos: Não necessariamente criar gado, mas eu gosto muito de bicho, gostaria de ter uma hortinha, eu já cheguei a criar cavalo.

496

498 Mediadora: Qual seria o seu sonho de consumo?

500 (conflito de vozes)

(risos)

502

Priscila: Uma cobertura de frente para o Parque.

504

506 Priscila: Eu gostaria de estar no exterior, gostaria muito assim, eu estava com a viagem marcada para fazer um curso de 2 anos.

508

Mediadora: Aonde?

510

Priscila: Na Califórnia, em San Diego, aí eu tive problema com a minha avó, a minha avó faleceu, teve câncer e tudo aquilo, então eu não fui e depois disso voltei com meu namorado e não fui mais e assim, é uma coisa que eu gostaria muito de fazer, é morar no exterior, aprender inglês, estudar, fazer ..

516 Mediadora: Você acha que você ficaria por lá...

518 Priscila: ...acho que não, porque agora, pensando assim como sou agora não, porque sou muito ligada à minha família.

520

Mediadora: Você acha que ia mudar alguma coisa você voltando de lá, o que acha que mudaria?

524 Priscila: Eu ia conseguir, acho que assim, o meu pai e a minha mãe, me criam muito numa redoma, eu acho que eu ia começar a andar com as minhas próprias pernas, sabe.

526

Mediadora: Ficar esses 2 anos longe?

528

Priscila: Ficar esses 2 anos longe e aprender a levar a vida sozinha, acho que nessa área ia ser muito bom para mim, porque qualquer probleminha está lá o meu pai e a minha mãe para me salvar, você fala é maravilhoso os pais fazerem isso, eles fazem porque eles amam demais, mas não é bom para mim, para o meu futuro, porque quando eles forem embora, como eu vou caminhar sozinha? Eu decidi por causa disso, a minha avó ficou doente, foram 7 meses de luta e eu nunca ia embora com a minha avó doente, então aconteceu isso, voltei com meu namorado nesse meio tempo, ela faleceu e aí eu fiquei, mas era uma coisa que eu queria muito.

538

Mediadora: E vocês gente, como é?

540

Flávio: O meu sonho de consumo? É poder ter uma vida simples numa casa bonita então frente ao mar numa Capital do Nordeste.

542

Mediadora: Como é essa casa bonita?

544

Flávio: Ah, uma casa bonita!

546

Ingrid: Com mil bichos!

548

Flávio: Com gramado, não precisa de muito dinheiro, precisa de dinheiro para a retaguarda, para o dia a dia, porque comprar casa é barato, porque você não vai ganhar dinheiro lá, lá você vai gastar dinheiro para sobreviver, mas o meu sonho de consumo é poder ter uma vida simples, com conforto e num lugar bonito, sem agitação, é isso, sem comprometer o futuro das minhas filhas, porque se não tivesse filhos, a minha esposa e eu já teríamos ido há muito tempo. Porque você fala assim, e vai e fala assim: e ela? O que será dela?

556

Mediadora: Tem que segurar um pouquinho.

558 Flávio: Segurar um pouquinho.

560 Fátima: Olha, eu, pelo contrário, eu não agüentaria jamais essa calma, eu acho que eu  
morreria. (risos) meu sonho de consumo é viajar o mundo inteiro.

562 (risos)

564 Fátima: Conhecer bem o Brasil primeiro para conhecer tantos lugares, viajar o mundo  
566 inteiro.

568 Ingrid: Gastar, começar lá do cantinho.

570 (conflito de vozes)

572 Flávio2: Vou misturar com o dela, morar um tempo em cada cidade, morar uns 6 meses em  
Florença.

574 Fátima: Sim, para conhecer o povo, a cultura.

576 Flávio2: 6 meses em Paris, em São Francisco, mas morar assim, deixar o escritório, e  
578 depois voltar pra cá...

580 Fátima: Mas depois que você for e voltar para cá, a sua cabeça já mudou, aí vai ver o que  
fazer depois (conflito de vozes)

582 Mediadora: Gente, se a gente começa a ter conversas paralelas, a gente não consegue nem  
584 registrar e nem eu acompanhar.

586 Flávio2: Voltar para o Brasil é muito gostoso, nossa, é bom demais.

588 Mediadora: Essa chegada no Brasil.

590 Flávio2: Nossa!

592 Mediadora: A terra.

594 Ingrid: A descidinha assim, a Marginal e a Dutra, quando você olha assim (risos) você fala: meu Deus!

596

Carlos: É que nem trocar de sapato quando você chega de viagem (risos)

598

Mediadora: Ele já foi para o exterior.

600

Paulo: O meu sonho de consumo é voltar a morar lá na França, eu adoraria ficar lá.

602

Mediadora: O que tem de diferente?

604

Carlos: Veja bem, quando eu fui, eu estava casado pela 2a vez, nós voltamos já com a idéia de separar-nos, este foi o motivo pelo qual voltamos, ela já tinha morado lá 6 anos e eu fui justamente para ela fazer um pós doutorado em química lá, o meu irmão já morou na França e tudo e eu me identifiquei muito com a cultura francesa, fiz bons amigos lá, uma das coisas que eu não queria voltar, principalmente pela qualidade de vida que eu podia dar para a minha filha.

612 Flávio2: Em Paris mesmo?

614 Carlos: Não, eu morei do lado de Ibion, minha filha tinha 4 anos e meio quando foi para lá, os 2 chegamos lá sem saber falar o idioma, então foi uma experiência muito legal, então o que eu gostaria é de principalmente ter ficado lá para dar uma qualidade de vida, de repente aquilo, não de frente para o mar, mas uma qualidade de vida que nós não temos aqui, lá tem educação, segurança, valores, respeitabilidade.



620 Mediadora: Você acha que lá tem essa estrutura?

622 Carlos: Tem.

624 Mediadora: E aí, o sonho de consumo?

626 Márcia: O meu sonho de consumo é ter bastante dinheiro para garantir bem o futuro dos  
meus 3 filhos, para eu poder ter o meu, fazer os meus, porque a gente vive, acaba vivendo  
628 ou fazendo da vida da gente sempre em relação á deles, sempre dependendo da deles, não  
vou fazer isso por causa disso, por causa daquilo, entendeu?

630

Flávio2: Verdade.

632

Márcia: Então seria estar bem garantido mesmo, vai, termine a Faculdade, vão ter a vida de  
634 vocês que eu preciso viver a minha, entendeu? Assim.

636 Mediadora: E aí o que ia ser a sua?

638 Márcia: Eu? Eu ia pegar o 1º navio, eu queria conhecer o mundo

640 (risos)

642 Ingrid: Você pensa?

644 Flávio2: Não, existe.

646 Ingrid: Que coisa!

648 (conflito de vozes)

650 Mediadora: O que foi?

652 Ingrid: Eu conheço bastante coisa, mas daí eu achei que ele tivesse feito já a volta ao mundo.

654

Márcia: Sem compromisso, sem horário, sem data, tá bom, tá bom.

656

Caros: Sem relógio.

658

Paula: Sem pensar no que pode gastar.

660

Ingrid: E não de mochila, por favor.

662

Priscila: Eu também, 5 estrelas.

664

Márcia: Nem barquinho. Se é para sonhar, vamos sonhar.

666

Mediadora: Falando em sonho e sonhando alto, qual seria o sonho de consumo de vocês em relação à carro?

668

670 Todos: Hum!!!

672 Márcia: Eu tinha, o meu sonho de consumo que era um Defender 110, da Land Rover, realizei já. Só.

674

Márcia: Agora quem sabe o Tranker, como é? Aquele que parece de guerra.

676

Flávio2: Trator, não é?

678

(risos)

680

Ingrid: Você gosta daquele?

682

Márcia: Adoro.

684

Flávio: Com direito a rebite e tudo.

686

Mediadora: E você?

688

690 Paulo: No ano passado eu fiz uma cirurgia que foi de redução de estômago, mas perdi uma  
692 parte do intestino, tirei um câncer no intestino, aí foi difícil, fiz 3 cirurgias, tem mais uma  
agora em agosto, então para mim essas coisas em termos de valores materiais mudou muito  
de lá para cá, mas sempre tive como sonho assim ter uma Mercedes, não precisava ser mais  
sofisticada, mas hoje esses valores para mim mudaram completamente.

694

Carlos: Meu sonho de consumo é tipo um fora de estrada.

696

Mediadora: Para sair para ir para a sua fazenda.

698

Carlos: Sim

700

Mediadora: Algum específico?

702

Carlos: Sei lá, uma Ranger, uma coisa assim.

704

Mediadora: Eu tenho uma coisa para mostrar para vocês. Queria que vocês me ajudassem...

706

[distribuição das figuras de carros]

708

Mediadora: – explica procedimento (escolha de sonho de consumo de carro)

710

(conflito de vozes)

712

(conversas paralelas)

714 Fátima: Eu não entendo muito de carro, carro para mim é assim uma coisa utilitária, mas eu vejo às vezes, a 1a coisa que eu presto atenção é o nome para ver que carro que é.

716

Mediadora: Vamos fazer agora uma atividade, uma brincadeira com vocês. Eu vou apresentar umas figurinhas pra vocês, e queria que vocês escolhessem, relacionado a carros, o que seria o sonho de consumo de vocês.

720 [escolha das figuras] [risos e conversas paralelas]

722 Mediadora: Pronto gente?!

724 Flávio2: Substitui a minha perua.

726 Fátima: É só uma?

728 Mediadora: De preferência uma para dar para mim!

730 (risos)

732 Mediadora: Fala Flávio, qual é isso aí que você está mostrando?

734 Flávio2: Ferrari, claro!!

736 Mediadora: E aí, por que uma Ferrari?

738 Flávio2: Eu já cheguei a entrar numa loja da Mercedes, tinha um negócio aí, que era um negócio lícito, que fazia de uma vez 3 milhões de reais, eu falei, eu vou comprar aquela

740 Mercedes conversível que eu sonhava, passava ali na Faria Lima, tinha aquela loja lá, mas não aconteceu o negócio, entrei, pesquisei, na época não era nenhum absurdo, era

742 180.000,00, para quem ia ganhar 3 milhões numa tacada!

744 Mediadora: Você escolheu foi a Ferrari Spander, foi isso?

746 Flávio2: Ferrari Spander Conversível.

748 Mediadora: Por que conversível?

750 Flávio2: Eu acho que, eu por exemplo, eu tenho uma Chanti Break, aquela perua Citroen  
752 Chanti lá, é fantástica e tal, mas muito em função das minhas 3 filhas. Isso eu comprei em  
754 97, esse carro aqui, que era legal, porque ela tem aquela suspensão que regulava, que cabe  
756 todo mundo, entra e pode, eu tenho uma empregada, que ela precisaria fazer a operação  
também, e é a Rosa, que está comigo há 22 anos, então se entra num carro normal, o carro  
afunda, agora não, com o Citroen não, então cabe, você lota o porta malas e tudo, a  
suspensão recua, agora, as minhas 3 filhas, cada uma tem o seu carro, o que acontece? Eu  
quero mais um carro 2 lugares só, conversível.

758

Fátima: E a Rosa?! (risos)

760

Flávio2: A Rosa?! (Risos)

762

Mediadora: E por que uma Ferrari? O que significa?

764

Flávio2: Ah, é lindo, o design, a potência, acho que como sonho de consumo, você fala em  
766 carro máximo, você lembra o Ferrari, eu procurei, 1o eu ia falar a Mercedes, essa tal  
Mercedes conversível que eu fui atrás, mas não achei.

768

Mediadora: Você procurou mas não achou.

770

Flávio2: Não, eu vi, eu estava com uma Mercedes na mão aqui, era uma dois lugares  
772 também, duas portas aliás, mas não era exatamente essa, que é linda também, um design  
luxuoso, acho que para mim, design de automóvel é fundamental, tem que ser bonito.

774

Mediadora: E entre a Mercedes e a Ferrari?

776

Flávio2: A Ferrari, modestamente.

778

Mediadora: Mesmo não tendo achado a mercedes...

780

Flávio2: Vai, não achei a Mercedes, vai a Ferrari mesmo..

782

(risos)

784

Mediadora: Quebra o galho! (risos)

786

Mediadora: E aí Carlos, o que você escolheu aí?

788

Carlos: Eu achei uma Ranger e uma Doblo, apesar de que eu optaria mais para uma Doblo Adventure, para aquela que sai fora da estrada, mas uma Ranger ia ser muito boa porque é diesel.

792

Mediadora: Por que a Doblo? A Doblo é de quem? Quem fabrica?

794

Carlos: A Doblo é da Fiat, a Ranger é da Ford.

796

Mediadora: Por que a Fiat?

798

Carlos: Não sei, eu já tive Fiat.

800

Mediadora: Mais pelo modelo? Já teve Fiat.

802

Carlos: Acho um negócio simpático no Doblo, que você tem o bagageiro aqui em cima. E é legal.

804

806 Mediadora: E a Ford, da Ranger?

808 Carlos: A Ranger eu acho legal porque ela tem a opção de ser diesel.

810 Mediadora: É, porque elas são bem diferentes, assim, no design, e tudo.

812 Carlos: A vantagem do diesel, como te falei, eu gosto de aventura, se vai atravessar rio é bem melhor.

814 Mediadora: E o fato de um ser Pick-Up e o outro ser uma fechadinha? Alguma preferência?

816

818 Carlos: Como eu vou de moto também, talvez uma Pick-Up seria mais adequada.

820 Mediadora: Mais adequada para carregar, para levar.

822 Carlos: Com certeza.

824 Mediadora: E aí, o que você escolheu?

826 Flávio: O Jaguar.

828 Mediadora: Um Jaguar (risos) ele é 4 portas, por quê 4 portas? Por que um Jaguar?

830 Flávio: Porque é um carro elegante e que nunca se desatualiza, ele está sempre, mexe uma coisinha, mexe outra, está sempre atual, então o tradicional, ao mesmo tempo atualizado,

832 bastante elegante.

834 Mediadora: E esse modelo?

836 Flávio: Ah, escolhi pelo Jaguar.



838 Mediadora: Escolheu mais pelo Jaguar do que por esse modelo.

840 Flávio: Qualquer Jaguar me faz feliz.

842 Ingrid: Não faço questão!

844 (risos)

846 Mediadora: Por que um Jaguar e não uma Mercedes ou uma Ferrari? O que esse Jaguar tem?

848

Flávio: Porque eu acho que o Jaguar é mais conservador ainda do que o Mercedes., é mais tradicional, acho mais elegante, acho que o Mercedes de uma certa forma já popularizou bastante, embora... Fora o requinte, a sofisticação.

852

Flávio2: Embora continue caro!

854

Flávio: Acho o Jaguar um carro mais destacado.

856

Mediadora: Legal, e aí?

858

Fátima: Eu escolhi esse Porchezinho.

860

Mediadora: Porchezinho? É conversível?

862

Fátima: Preciso voltar ao Brasil, da minha viagem.

864

Mediadora: Ah, entendi.

866

Fátima: É porque eu gosto porque acho um carro pequeno, esportivo.

868

Mediadora: Você falou do Tigra, não é?

870

872 Fátima: É, carro pequeno, esportivo, porque eu também já tenho uma filha de 21 anos e ela também já tem a vida dela, o carro é dela e seria para mim, para o meu namorado ou para uma amiga, para a gente passear.

874

Mediadora: Por que um Porsche?

876

878 Fátima: Porque o design assim pequeno, as linhas, acho sofisticado o desenho, o design arrojado, sofisticado, moderno, eu gosto.

880 Mediadora: Gostaria de estar aí dentro.

882 Fátima: No Brasil não teria coragem...

884 Paulo: O meu Mercedes seria mais pelas linhas clássicas, o conforto, por ser um carro 4 portas, então seria mais pela tradição da Mercedes, clássico, 4 portas e confortável.

886

Mediadora: O que ele tem que outros no mesmo modelo não têm?

888

890 Paulo: Eu acho que se pegar o Jaguar também dá no mesmo, porque são carros clássicos, daí você tem todos os tipos de equipamentos que um não tem, o outro praticamente tem, é mais pela simpatia pela própria marca, pela tradição da Mercedes também.

892

Mediadora: E aí?

894

896 Paula: Eu escolhi um Ferrari também, e olha, aquele carrão, pela velocidade, eu gosto de correr, eu tenho 3 filhos e gosto de correr, eu gosto de velocidade, meu marido já é mais calminho.

898

(conflito de vozes)

900

Mediadora: Tão quetinha...

902

Paula: Mas eu gosto de velocidade, então é um carrão, para botar na estrada.

904

Mediadora: Como é o nome?

906

-Maranhã.

908

Mediadora: É pequenininho também, né?

910

Paula: É, mas só eu e meu marido, está bom demais!

912

Mediadora: Você corre. E por que a Ferrari e não o Porsche?

914

Paula: Exatamente por isso, pela velocidade.

916

Mediadora: Você acha que ela trás assim?

918

Paula: Eu acho, a velocidade, é um sonho de consumo.

920

Mediadora: E vai poder correr com ela!

922

Paula: É!

924

Mediadora: E aí Ingrid?

926

928 Ingrid: Olha, eu não tenho um sonho de consumo de carro não, eu acho o carro necessário, que me transporta de um lugar para outro lugar, ele tem que ter conforto, tem que ter praticidade, tem que ter 4 portas, eu gosto de uma peruinha hoje, se eu pudesse teria,

930 comprei um Fiatezinho, mas se eu pudesse, compraria a peruinha da Honda, se eu tivesse  
dinheiro, lógico uma peruinha esportiva, mas eu não tenho nada assim: aí, gostaria de ter  
932 uma, não é o meu sonho de consumo, carro não é meu sonho de consumo. É uma coisa  
necessária que você quer ter mesmo conforto, uma mecânica legal, uma marca boa, e eu  
934 peguei a BMW por pegar, porque eu simpatizo, acho bonito, um design bonito.

936 Mediadora: É um M3, é isso?

938 Ingrid: É, mas seria até 4 portas, eu gosto de carro 4 portas, como eu tenho um filho só,  
quer dizer, eu não preciso de carrão, mas eu gosto de uma peruinha. Peruinha que eu digo  
940 são essas, Pajero, Honda CDW, se eu pudesse tinha comprado, como não tenho, comprei  
um Fiatezinho, aquela coisa assim, só, não é?

942

Mediadora: E por que a Honda? O que quer a Honda tem que os outros não têm?

944

Ingrid: Eu acho que é uma mecânica japonesa, um motor leve, um design arrojado, nos  
946 estados Unidos é um carro muito vendido, muito bom, eu simpatizo com a marca, com o  
motor, e não é um carrão, se você pensar, você pega, por exemplo uma BMW, ele já é mais  
948 robusto, mais pesado, o Honda é um carro mais leve, como é pra mim, para andar na  
cidade, porque no fim, se eu tiver que andar, ando com o carro do meu namorado.

950

Flávio2: É automático?

952

Ingrid: Não é, não, eu não tinha dinheiro mesmo, custava mais o automático, queria. Mas  
954 vamos assim dar um passo, é óbvio que eu queria um automático.

956 Carlos: Eu já não gostaria de um automático.

958 Ingrid: Eu gosto.

960 Fátima: Gosto do movimento.

962 Ingrid: Eu não faço questão, quero mesmo é andar.

964 Priscila: Eu quero automático.

966 Mediadora: Qual é o seu?

968 Priscila: Kaiene.

970 Mediadora: Ele é 4 portas?

972 Priscila: Ele é 4 portas, carro também tem que ser 4 portas.

974 Mediadora: Por que será?

976 Priscila: Não sei, para mim tem que ser 4 portas, carro de 2 portas, não dá.

978 Ingrid: Como meu filho é pequeno, talvez seja isso, entra, sai.

980 Priscila: Eu acho horrível, por exemplo, hoje está um frio, você vai sair com uma pessoa,  
você tem que sair do carro ou se curvar, ah não, melhor 4 portas e eu gosto de carro grande,  
982 ah não, carrinho pequeno não dá.

984 Flávio2: Qual você escolheu?

986 Priscila: O Porche. Eu gosto de carro grande, grande, não sei se é porque a vida inteira foi  
grande. (risos)

988 Priscila: Eu gosto de carro grande, eu gosto de me sentir espaçosa, conforto é essencial, um  
990 banquinho de couro, um ar condicionado, assim.

992 Ingrid: Hoje é.

994 Priscila: É o mínimo, porque eu fumo também, banco de couro tem que ser, porque cigarro  
cai, queima banco, e automático, fui trocar o meu carro agora e eu troquei por uma Picasso  
996 automática, para mim tem que ser automático o carro, porque eu vou de São Bernardo até  
Vila Olímpia, sabe, cansa, é 1:30 de trânsito todo dia.

998 Paula: Se ela trabalhasse na rua.

1000 Priscila: Eu vejo pelo meu noivo, que é vendedor, trabalha na rua, coitado.

1002 Mediadora: E por que um Porsche automático?

1004 Ingrid: Para ser sincera eu ia escolher aquela peruinha da BMW, mas não tem aí, não achei  
1006 aí, eu ia escolher BMW, eu acho ela mais, não sei, é no nome, não sei, eu gosto mais,  
Porsche eu acho que está além dos meus sonhos, sabe? Muito, não dá nem para imaginar  
1008 uma Porsche, eu acho que uma BMW é um pouquinho menos.

1010 Flávio2: Daquelas compactas.

1012 Mediadora: Por que a BMW?

1014 Ingrid: Por quê? Não sei, acho que ela veio muito forte, todo mundo falando, e eu sempre  
achei ela muito linda, sempre, passava, o meu pai também era muito de falar: aí, eu queria  
1016 uma BMW e nunca comprou uma BMW, e sempre ficou na minha cabeça a marca, a  
BMW, eu gosto muito e carro grande, carro pequeno para mim não dá, nem assim, lógico,  
1018 se precisar comprar o pequeno tem que comprar, mas se puder optar, vai ser grande, porque  
eu sempre tive carro grande, caminhonete, tinha uma Dakota, então assim, eu gosto muito  
1020 de carro grande, muito.

1022 Mediadora: E aí? Qual o seu?

- 1024 Márcia: Eu peguei Pajero, 4 portas, ar condicionado, banco de couro.
- 1026 Ingrid: Uma peruinha.
- 1028 Márcia: Uma peruinha fica muito bonitinha também, apesar de eu gostar muito da marca Land Rover pela tradição, mas essa daqui também serviria bastante.
- 1030 Ingrid: Que ela tem a tração também.
- 1032 Márcia: Então, essa daqui, 4 por 4, permanente que eles falam, não é? Eu gosto bastante do design da Pajero é bonitinha, o da Land Rover, o desenho deles é aquilo.
- 1034
- 1036 Flávio2: Tem uma nova muito bonita.
- 1038 (conflito de vozes)
- 1040 Mediadora: Qual?
- 1042 Márcia: A Pajero esporte t
- 1044 Márcia: Eu acho muito, (conflito de vozes) meu pai tem uma.
- 1046 (conflito de vozes)
- 1048 Márcia: Bom, agora que chegou é maravilhosa.
- 1050 (conflito de vozes)
- 1052 Márcia: Para mim todas as marcas de automóveis, principalmente para movimentar o mercado, muda o design para você já ficar desatualizado e já querer o outro, então isso daí



1054 me irrita, por que não? Por que eu gosto da Land Rover? Porque na Land Rover você vai lá  
ver, olha, eu tive uma 92 e eu comprei um agora, a diferença foi muito pouca, não faz 2  
1056 meses.

1058 Mediadora: E isso é bom?

1060 Márcia: É ótimo.

1062 Mediadora: Você acha isso bom?

1064 Márcia: Eu acho excelente isso.

1066 Ingrid: Eu também acho.

1068 Mediadora: Como é que é pra vocês, gostam de comprar a novidade, quer dizer, lançou  
modelo novo?

1070

Márcia: Você fica contente quando compra, depois que passa 1 ano, você fica triste

1072

(conflito de vozes)

1074

Márcia: O Pálio da Fiat, está maravilhoso gente, mas quem comprou no ano passado vai  
1076 falar: que porcaria, não é verdade?

1078 Flávio2: A Jaguar não mudou muito. Não muda. O Porsche. A Citroen não mudavam muito,  
mas agora estão começando a mudar.

1080

Priscilia: Mas não vi muita diferença de uma para a outra não.

1082

Mediadora: Qual?

1084

1086 Priscila: Citroen, a Picasso, comprei na Manual, comprei lá, então tem que vir porque foi lançamento agora e não tem muita diferença.

1088 (conflito de vozes)

1090 Mediadora: Por favor, porque senão eu fico tentando prestar atenção nos dois.

1092 Priscila: Não tem muita diferença, que eu tinha uma 2.002, e teve o lançamento agora e como vai chegar na semana que vem o carro.

1094

Ingrid: Qual?

1096

1098 Priscila: Da Picasso. Eu comprei a Tomarco, meu não, o meu pai, automática e assim, não tem muita diferença, isso que eu acho legal. (conflito de vozes) e se muda muito, você fala: não vou querer comprar o que tem e põe o preço lá embaixo.

1100

Paula: Ninguém paga no usado.

1102

Márcia: Por isso que eu escolho certas marcas que eu sei que não vão mudar muito.

1104

Mediadora: No caso da Pajero é Mitsubishi?

1106

Márcia: É Mitsubishi

1108

(conflito de vozes)

1110

1112 Flávio2: De fato essa coisa de ficar mudando muito de, a Honda tem essa vantagem, nós temos o que a minha mulher Isa, o Civic do ano passado, então mudou pouquinho coisa.

1114 Márcia: Pouquíssima.

1116 Flávio2: E é ótimo o carro mesmo, agora marca que fica mudando muito não dá.

1118 Priscila: Não dá, desvaloriza o carro.

1120 Márcia: Eu tenho medo de comprar, estou sendo sincera, tenho medo de comprar marca  
1122 assim que vai desvalorizar. Mas vai desvalorizar, por exemplo, o meu filho fez 18 anos e eu  
comprei aquele, o Bolinha.

1124 Mediadora: Qual é o Bolinha?

1126 Márcia: O Gol Bolinha, no ano seguinte, já são 3. Aí vem os amigos, mãe estão falando que  
1128 eu tenho Bolinha, falei ai meu Deus do céu, toca a gente ir lá trocar, a geração 3 D, então  
isso é problema gente.

1130 (risos)  
(conflito de vozes)

1132 Márcia: O acabamento da Volkswagen está lá embaixo, um horror, a Volkswagen já era.

1134 Paulo: Um dia não foi. (conflito de vozes)

1136 Márcia: Mas antigamente eu não tinha um senso crítico e hoje eu tenho.

1138 Flávio2: Houve um dia em que todos nós tínhamos um Fusca.

1140 Ingrid: E o acabamento era ruim.

1142 Mediadora: Ingrid, você repara no acabamento para comprar um carro novo, como era a  
1144 escolha de um carro zero novo?

1146 Ingrid: A Volkswagen vem pelado.

- 1148 Márcia: Mas a Ford também.
- 1150 Fátima: A GM gente.
- 1152 Márcia: O vidro, a gente pode cortar a mão!
- 1154 Mediadora: Como que é o vidro?
- 1156 Márcia: No Ka, na parte de trás tem o vidro, não tinha a borracha, pode até cortar a mão.
- 1158 Flávio2: É o que eu estou falando, uma coisa de revisão de saída, de entrega.
- 1160 Márcia: Será que foi isso, que eu falei meu Deus.
- 1162 Ingrid: Mas se pegar o Start é a mesma coisa, ele é bonitinho.
- 1164 Priscila: É linda, mas acabamentoo pobre.
- 1166 Ingrid: Mas se você não for no top de linha, que tem, um pouquinho mais de acabamentoo.
- 1168 Flávio2: Nem no top.
- 1170 Ingrid: Mas se não for no top, ele tem alguma coisinha a mais.
- 1172 Márcia: Mas é tudo de plástico, você vai mexer e vai quebrar.
- 1174 Ingrid: Porque a mulher olha muito o design.
- 1176 Fátima: Eu olho bastante o acabamentoo, é o conforto, bem estar, você acende a luz. A Ford eu acho que é bom, a Chevrolet, o Chevrolet juntou com quem?

1178

(conflito de vozes)

1180

Fátima: (...) um design mais arrojado que as outras, mais moderno que as outras eu acho, a Fiat, agora Volkswagen.

1182

1184

Ingrid: Quando saiu a Fiat era melhor, o da mulher, quando carro nenhum 1000 tinha um vidrinho elétrico, o Uno Mille já tinha, lembra? Há anos atrás ele já tinha.

1186

Fátima: A Ford e a Chevrolet eu gosto, agora da Fiat, eu gosto do design e a Volkswagen, sabe aquela Fusca que saiu mais caro?

1188

1190

Flávio2: New Beatles.

1192

Fátima: É, quando surgiu, eu entrei na loja, entrei dentro do carro, o carro era caro para caramba e não tinha um banco de couro sequer, nenhum carro desse da Volkswagen que era um carro caro não tinha, o painel também não era lá essas coisas.

1194

1196

Ingrid: Dos nacionais, a Chevrolet era o único que tinha acabamento.

1198

Fátima: Eu também acho.

1200

(conflito de vozes)

1202

Ingrid: O Omega está maravilhoso (conflito de vozes) hoje posso sonhar, então.

1204

Mediadora: Eu queria saber mais um pouco, na compra de um carro zero, eu não sei se compraram ou se estão pensando em trocar de carro.

1206

A gente sempre está pensando.

1208

1210 Mediadora: Então, eu queria saber como se começa esse pensamento, quando se começa a pensar, é em alguma coisa que acontece com o carro atual ou é um lançamento?

1212 Carlos: Você olha os carros, quer seja na propaganda ou na rua, te chama a atenção, aí você começa a pesquisar.

1214 Paulo: O lançamento acho que sempre instiga.

1216 Carlos: Pesquisar, achei legal tal carro, começa a pesquisar.

1218 Mediadora: E como é esse “achei legal”, o que é?

1220 Carlos: Então, o 1o impacto é o visual.

1222 Mediadora: E como você começa a se informar, o que você começa a ir atrás, a partir disso?

1224 Carlos: Você começa a ver, pesquisar, ler matérias sobre o carro, perguntar.

1228 Mediadora: Onde?

1230 Carlos: Você tem revistas especializadas, sei lá, a 4 Rodas, Transporte.

1232 Paulo: Seção do jornal.

1234 Mediadora: Que jornal?

1236 Márcia: Jornal da Tarde.

1238 Carlos: Jornal do Carro sempre trás algumas matérias, a própria Internet, você acessa, vê o carro na rua, você vai no site, começa a ver, procura saber quem tem, sei lá, quem tem, um

1240 conhecimento, quem tem o carro, perguntar o que achou do carro, que uma coisa é você  
pegar a ficha técnica do carro, outra coisa é você pegar a impressão de quem tem o carro.

1242

Fátima: Depende das fases que eu estou da minha vida, as escolhas são diferentes.

1244

Mediadora: E agora como está?

1246

Fátima: Agora eu quero um carro que não dê gasto, então por isso que eu acho legal um  
1248 carro zero, porque eu sempre preferi comprar um carro até usado com uns 2 anos, mas um  
carro melhor, com mais conforto, hoje eu já prefiro um carro zero, porque vai me dar  
1250 menos gasto de manutenção.

1252 Mediadora: Vocês se preocupam com essa parte?

1254 Fátima: Sim.

1256 Flávio2: Eu também só gosto de carro zero, cheirinho de novo.

1258 Flávio: O meu agora não tem mais cheirinho de novo, infelizmente, antigamente tinha, hoje  
não tem mais.

1260

(risos)

1262 (conflito de vozes)

1264 Ingrid: 2 anos você não pensa em manutenção

1266 (conflito de vozes)

1268 Ingrid: (...) compro o carro sempre zero, não importa se é 1000, se é mais, se é menos, se é  
médio, dependendo de como você estiver de grana, aí eu espero os 2 anos que é quando  
1270 você começa a querer trocar pneu, aí não dá mais.



- 1272 Fátima: Exatamente.
- 1274 Ingrid: Aí se eu tenho grana, se eu não quero ir viajar, alguma coisa, eu não troco, se eu não  
vou viajar eu falo: não, agora preciso trocar, igual o meu carro, já estava com 3 anos e  
1276 pouquinho. Ai, já passou do limite.
- 1278 Mediadora: Que carro que é?
- 1280 Ingrid: Eu tenho que trocar. Eu tinha um Gol, aí falei, vou trocar, eu preciso trocar, porque  
eu queria viajar, viajar e viajar e não trocava, viajava e não trocava, para procurar agora o  
1282 que eu fiz? Fui no custo/benefício, hoje, é uma manutenção barata, um seguro razoável, e  
do carro assim, eu acho que é um design novo, um carro novo, moderno, então acho assim,  
1284 dos mediozinhos, se eu fosse pegar o Astra, ele é muito parecido com o Vectra, já está  
muito tempo no mercado, aí eu vi aquele Ford Focus, dos médios estou falando, que eu não  
1286 ia comprar carro grande, fiquei olhando e falei, uma mecânica forte, eu falei, ele é  
bonitinho por fora, mas eu já tive Escort e já sei como ele é por dentro.
- 1288 Fátima: Todo mundo fala mal do Escort.
- 1290 Ingrid: Eu não gosto hoje, tive tudo na época do Escort, eu falei, quer saber? Vou comprar  
1292 um carro com um design novinho, que tem as coisas básicas lá, a direção e tal, vidro, que é  
mulher, por causa de segurança, porque é 4 portas.
- 1294 Mediadora: E o que fez você mudar de um Gol da Volks para um Honda?
- 1296 Ingrid: Porque eu prefiro viajar, então para mim, se eu tiver um carro 1000, eu quero rodar,  
1298 ou ter um carro legal, esse meu namorado também tem, então de fim de semana eu não  
ando com o meu carro, quando eu ando com o meu carro é aqui perto, então para mim um  
1300 carro pequenininho está ótimo.

- 1302 Mediadora: O que fez você optar pelo Fiat?
- 1304 Ingrid: Porque eu não vou viajar esse ano, talvez eu viaje só no final do ano, eu falei, bom,  
1306 como não vou gastar e o dólar está altíssimo, eu falei, não, ia viajar em julho, investi no carro.
- 1308 Mediadora: Investiu no carro em vez da viagem.
- 1310 Márcia: O pessoal que gosta de carro grande, na cidade eu tenho certeza que ele procura  
1312 andar sempre no carro pequenininho, para manobrar. Eu mesma vim para cá, saí com a minha filha, olha, vou levar o teu carro, tá? O menos possível cabe em qualquer  
1314 buraquinho, fácil de manobrar e estacionamento sempre cabe um buraquinho, entendeu? Então para a cidade...
- 1316 Mediadora: Você veio com qual?
- 1318 Márcia: Eu vim com o Ka.
- 1320 Mediadora: E o seu?
- 1322 Márcia: Eu tenho um Land Rover e tenho uma Strada.
- 1324 Mediadora: Que são maiorzinhos.
- 1326 Márcia: Isso, só que é bem maior mesmo. Daí fica ruim de vir, estacionamento e tudo,  
1328 atrapalha.
- 1330 Mediadora: E como foi optar por uma Land Rover, como foi a decisão?
- 1332 Márcia: O fato de eu gostar de praia, campo e entrar nesses clubes aí de estrada.

Mediadora: Vocês entraram também em sites, para pesquisar?

1334

Ingrid: Eu não, eu só entrei depois que eu decidi. Na verdade fiquei olhando, fui nas  
1336 Concessionárias, eu gosto de olhar mesmo, tocar, ver como é.

1338 Mediadora: Quanto tempo vocês acham que demora esse processo, quer dizer, desde vocês  
verem a propaganda e terem aquele estalo de: olha, esse carro pode ser o próximo?

1340

Paulo: Depende.

1342

Carlos: Tendo dinheiro, é de um dia para outro, eu não sou de ficar escolhendo muito.

1344

(risos)

1346

Fátima: Eu não

1348

Ingrid: Eu demoro. Eu demorei, eu queria (conflito de vozes) fui olhar, depois olhei, olhei  
1350 de novo. Querer eu queria uma Pajerinho, uma peruinha, não tinha grana para comprar,  
então eu disse, vamos nele.

1352

Flávio: Bom, em 1º lugar, a sua pergunta anterior, o que motiva a comprar um carro, eu já  
1354 comprei várias vezes, com 40 e tantos anos de idade, vários carros e não consigo lembrar  
uma única razão que tenha se repetido, cada vez foi por uma razão diferente.

1356

Mediadora: Conta para a gente.

1358

Flávio: Já teve até fato mais pitoresco possível, de eu comprar um carro zero para ganhar  
1360 dinheiro, a taxa de juros estava zero, eles financiaram 24 meses, com entrada de 10%, vendi  
o meu usado, estava precisando de dinheiro para cobrir o saldo, então comprar um carro  
1362 zero para poder cobrir, é a história mais pitoresca possível.

1364 Carlos: Zero é o juros mais baixo que tem.

1366 Flávio: Então várias coisas, motivos, agora o último também foi coisa pitoresca, fui atrás de Eco Sport, fui motivado por uma ação de marketing da Ford.

1368

Mediadora: Por quê? TV?

1370

Flávio: É, você se apaixonou, o carro é lindo, você vê lá na agência.

1372

Ingrid: Posso te interromper? Eu digo que é o seguinte, que a Eco Sport é aquela coisa,

1374

você quer ter uma peruca de 120...

1376

Paulo: Opção nacional.

1378

Ingrid: É, uma Pajero lá, aí arrumaram uma peruca que é 4 por 2, que é quase e aí a gente fica louca.

1380

Mediadora: Você chegou lá, entrou no carro?

1382

Ingrid: Desculpa!

1384

Flávio: Deixa eu voltar.

1386

Mediadora: Você estava falando da Eco.

1388

Flávio: Então, eu fui ver a Eco Sport, que acho que é um carro lindo, se é 4 X 2, 4 X 4, para

1390

mim eu nunca vou andar na (conflito de vozes), não faz diferença, mas é um carro bonito, um design totalmente, só que eu fui atraído por um anúncio que dizia que eram tantos mil

1392

reais, na hora que chegou lá, o que você falou, eu descobri que ele era um Fiesta (conflito de vozes) aí quando eu fui ver o preço do mais luxuoso, o preço que tinha que pagar, aí o

1394 carro dos meus sonhos naquela época era uma Zafira, eu falei assim, mas por esse preço  
tem a Zafira, era tão caro quanto o Eco Sport...

1396

Ingrid: É verdade.

1398

Flávio: Então, que aí me alertou, então o despertar de comprar um carro novo veio da Eco  
1400 Sport, só que eu acabei comprando um carro que não tinha nada a ver com o Eco Sport.

1402 Mediadora: E como foi? Você guardou essa Zafira?

1404 Flávio: Então, porque quando eu vi que estava tão caro, você vai se convencendo, não é só  
ir atrás do anúncio que vai dizer, puxa, por 30 e poucos mil eu vou ter um carro bonito,  
1406 então conforme você vai indo, vai se conformando que para ter um carro bonito, vai ter que  
gastar um pouco mais, então é um processo que não é de cara, você fala: vai gastar tanto  
1408 para comprar o carro, você sai correndo, mas você vai se conformando, a hora que eu me  
conformei que eu tinha que gastar aquele valor, eu falei assim, por isso eu compro a Zafira  
1410 que é um carro que, para mim era uma categoria acima do Eco Sport, cabem 7 pessoas,  
então eu falei, vou comprar, já que é para pagar isso, eu vou ter um carro, porque isso é o  
1412 modismo, um dia ele vai cair no preço real dele e vai acabar esse modismo.

1414 Mediadora: E como você chegou na Zafira? Foi intermédio, você olhou e gostou?

1416 Flávio: Eu sempre gostei, mas sempre foi uma faixa de preço para mim, meio inviável, aí  
de repente começou a ficar um preço mais acessível, não sei porque mas acho que ela deu,  
1418 baixou, acho que tem muita concorrência nesse segmento, então acho que a GM baixou um  
pouco a bola dela, estava muito, a GM mete a faca.

1420

Ingrid: É, mas agora tem tanto, a Scenic

1422

(conflito de vozes)

1424

Flávio: É, tem muita concorrência, ela está mais acessível, eu lembro que a Zafira logo que  
1426 lançaram, eu achava assim: eu nunca vou ter uma, então hoje acho que está mais acessível.

1428 Mediadora: E aí Paula, para você?

1430 Paula: Também comprei o Zafira.

1432 Mediadora: Foi lá, comprou?

1434 Paula: É um bom carro, eu gosto.

1436 Mediadora: Que carro você tem?

1438 Paula: O Zafira.

1440 Mediadora: O Zafira mesmo, você comprou há pouco tempo?

1442 Paula: Não, tem uns 2 anos.

1444 Flávio: Você precisa ter um posto de gasolina junto!

1446 (risos)

1448 Mediadora: Por quê? Gasta muito?

1450 Paula: Nossa, come muito, para a gente que anda na rua, é isso que a gente tem que pensar  
na hora que compra.

1452 Mediadora: Vocês pensam nisso?

1454 Paula: Eu acho que a gente que trabalha na rua, tem que ser economia.

1456

Flávio: O próximo carro tem que ser (conflito de vozes) qualquer coisa.

1458

Paula: Tem que pensar em todas as possibilidades.

1460

1462 Priscila: Eu assim, quando gosto, nem vejo, eu já tinha uma Picasso, eu troquei porque eu  
queria um automático, então 1 ano e meio mais ou menos eu troco o carro, no máximo 2, e  
aí eu já estou a 2 meses sem carro, que eu vendi o carro, minha mãe vendeu o carro para  
1464 pagar, nós íamos comprar um apartamento e eu estou 2 meses, que assim, eu gostei tanto da  
Picasso, que eu fiquei esperando 2 meses, até a Picasso automática sair, faz 1 ano que eu  
1466 estou atrás dessa Picasso automática, que não tem nenhum carro que eu goste, a minha mãe  
tinha um Scenic que é no mesmo estilo, mas a Picasso dá de mil, o design interno dela,  
1468 conforto, o motor dela é muito silencioso, nossa, é o carro que eu mais amei.

1470

Mediadora: E antes de você experimentar o Picasso, o que motivou você?

1472

1474

1476

1478

Priscila: O meu noivo, eu tinha uma Dakota e eu não sabia o que comprar, eu gosto de carro  
grande, mas todos os carros grandes estavam muito caros, estavam assim 50, 48 na época,  
aí ele falou saiu a Picasso, eu falei, ai, não quero e ele tem um gosto assim ótimo comigo,  
não bate nada, vai ver, vai ver, aí eu fui ver, quando eu vi, nossa, foi amor á 1ª vista, nossa,  
achei ela linda, o design dela, com velocímetro digital, no meio do painel assim, não tem  
nenhum carro que tem.

1480

Flávio2: Ela tem um estilo futurista.

1482

Priscila: É, eu gosto disso, estilo futurista.

1484

Mediadora: Você compraria outra?

1486

Priscila: Já comprei, nem chegou, estou contando os dias.



Flávio: Eu tenho medo.

1488

Mediadora: Você tem medo?

1490

Flávio: Eu lembro que uns anos atrás eu era apaixonado por um carro que chamava Lumina, não sei se alguém conhece.

1492

1494 Priscila: Já.

1496 Flávio: Eu parava na rua para ver a Lumina, mas passou uns 4 anos, que foi muito futurístico, quando eu via a Lumina, eu olhava para o outro lado, de tão agressiva que estava, os carros que são muito futuristas, com o passar do tempo se tornam estranho.

1498

1500 Priscila: Eu era assim, mas se tiver que trocar, eu vou trocar por uma Pickup, que eu gosto muito.

1502

Mediadora: O Paulo falou que sobrenome, outra pessoa que ajudou ela a fazer sucesso.

1504

Flávio2: Filha dá palpite à beça!

1506

(risos)

1508

(conflito de vozes)

1510 Mediadora: Com quem vocês conversam?

1512 Márcia: Eles que começam, eles que tem tempo de ver na Internet, eles que têm tempo para pesquisar.

1514

Mediadora: Eles pesquisam para você: mãe, compra esse?

1516

Márcia: É, mãe, você não sabe onde fui hoje. Iii, o que é? Mãe, mas é lindo mãe, mãe fiquei  
1518 imaginando a Sra. dentro mãe.  
(conflito de vozes)  
1520  
Márcia: Vários, todos eles foram eles.  
1522  
Flávio: Não, os filhos dão palpite mesmo.  
1524  
(conflito de vozes)  
1526  
Flávio: Filhos têm influência sim.  
1528  
Flávio2: Muito, muito.  
1530  
Paula: Eles exercem uma influência legal. Você põe um em cada banco e não tem briga,  
1532 pelo menos estão separados.  
1534 (risos)  
1536 Mediadora: Especialistas, vocês falaram de jornais especializados, esses da 4a feira, não é?  
Vocês consultam profissionais da área?  
1538  
Flávio2: Mecânico? Sempre.  
1540  
Márcia: Hoje vem assim, reportagens, então a gente lê sobre o carro e tal, antigamente  
1542 precisava de mecânico para explicar e tal, hoje em dia, os técnicos eles relatam tudo, com  
esse negócio de propaganda enganosa, não pode mais haver (conflito de vozes)  
1544  
Ingrid: Eu pego o Estadão.  
1546  
(conflito de vozes)

1548

Ingrid: A gente não entende nada, no fim você entra, a última coisa que eu fiz foi entrar no site para ver essa parte aí mecânica.

1550

1552

Carlos: Acho uma coisa legal, por exemplo, acho que é a Honda e a Prata, acho que dão 3 anos de garantia.

1554

Flávio2: A Toyota dá.

1556

Carlos: Eu penso assim, se os caras dão 3 anos de garantia, deve ser bom, porque senão não dariam 3 anos de garantia, então eu vou naquela, a minha idéia é comprar o carro e ficar 2, 3 anos com o carro, se durou 3 anos, para mim está ótimo, eu tenho o Vectra. Se o tempo que eu pretendo ficar com o carro é 3 anos e a garantia vai cobrir esse período que eu quero ficar com o carro, o que vai acontecer dali para frente, o problema é de quem vou vender o carro. Mas eu acredito que se a fábrica garante por 3 anos é porque o carro deve ser bom, senão não ia garantir.

1564

Mediadora: Você pensa em comprar?

1566

Carlos: Penso, quer dizer, na realidade quem pensa em comprar é a minha esposa, ela adora aquele Corolla.

1568

1570 Priscila: É lindo, o novo está bonito.

1572 Paulo: A perua está muito boa.

1574 A perua está linda.

1576 Ingrid: Tá.

1578 Priscila: Só que encareceu muito. Eu nem sei o preço que ela está. Mas o meu cunhado  
1580 tinha um Corolla, ele foi trocar e ele tinha que dar assim, 10.000,00, 12 ou 13.000,00 de  
diferença de 1 ano só.

1582 Ingrid: Porque ele mudou muito.

1584 Mediadora: E assim com parentes como ela falou, trocar experiências com outras pessoas?

1586 Fátima: Sim.

1588 Flávio2: Acho interessante.

1590 Fátima: As minhas fontes são mais conversas com outras pessoas.

1592 Priscila: É, eu também não vou muito atrás, assim, vi Internet agora e vou ver carro, e vou  
em todas procurar, motor, aí motor, nossa, motor 2.2, nossa, eu nem sei quanto tem, quanto  
1594 cavalo, quantos cavalos são!

1596 Ingrid: Meu filho veio me perguntar, quantos cavalos têm, não soube responder nenhum,  
olha que bonito o carro!

1598 (risos)

1600 Carlos: Cavalo não sei, tem um burrinho no volante! (risos)

1602 Mediadora: Ela falou: os filhos buscam informações lá na tela, vocês buscam e levam para  
1604 alguém para averiguar ou coisa assim?

1606 Fátima: Não.

1608 Ingrid: Não.

1610 Flávio2: Não

1612 Mediadora: Ou é mais isolado?

1614 Priscila: A gente conversa.

1616 Paulo: As opiniões de terceiros são muito pontuais, não é que você sai procurando, às vezes  
1618 você está conversando com o pessoal, ele te dá um toque que você, sabe, isso aconteceu  
1620 comigo, eu estava para comprar, ia comprar um tipo de Zafira, aí um amigo meu falou para  
1622 mim: não compra essa, você tem que comprar automática, a Zafira se não for automática,  
1624 você não vai conseguir vender depois, você vai ter problemas, aí que ele me tocou, uma  
1626 coisa que você pode ver no jornal, certos carros como Civic, Corolla e tudo mais, se não for  
1628 automático, você tem dificuldades para vender depois, então foi, então esses toques  
1630 pontuais, o mercado está sabendo e você não, é importante a gente ter essas informações,  
1632 mas elas vêm naquele momento certo, não é que você vai atrás delas, será que tem, por  
1634 exemplo, vai comprar o Zafira, será que tem alguma coisa na Internet para ver sobre a  
1636 Zafira? Não, é o boca a boca, com pessoas que estão próximas de você.

1628 Ingrid: E a cor também, você acaba não encontrando a cor, por causa da revenda.

1630 Fátima: Eu achei, mas se eu quero uma cor e não tem, eu não fico esperando não.

1632 Priscila: O problema, eu fui comprar a Picasso, eu fiquei meio revoltada assim, se você vai  
1634 negociar o teu carro, eu tinha uma Picasso também, vai lá, para trocar o carro, eles te  
1636 pagam muito pouco, muito abaixo, o carro é deles mesmo, da marca deles, eu acho isso  
1638 ridículo, se você for, por exemplo, na Honda com uma Citroen, você fala, ah também o cara  
1636 não está, mas se você vai na Citroen com um carro da Citroen, para comprar um novo, eu  
1638 acho que eles deveriam valorizar o teu carro.

Fátima: É, pelo menos na tabela.

1640

Priscila: É, eles já falam, eu vou pagar 20 e eles vão pagar 24 lá fora.

1642

Carlos: Eles são comerciantes, se eles vão pagar tudo que é carro, eles não podem vender, eles têm que ganhar alguma coisa.

1644

1646

Priscila: Mas eles ganham na revenda, você vai trocar o teu carro por um deles. Eu paguei 30, eu não, tá bom, eu paguei 39.990,00 a 2 anos atrás, já vinha com banco de couro, você escolhia o CD e veio roda de liga leve, agora eu fui comprar essa automática, está 60.000,00, olha a diferença e não vem banco de couro.

1648

1650

Flávio2: Nem roda de liga leve.

1652

Priscila: Não vem roda de liga leve, roda de liga leve veio porque eu comprei exclusivo, que a outra não vem, aí vem o rádio, você escolhe, mas assim, é um absurdo você pagar 60.000,00 num carro e ter que pagar 1.800,00 para pôr um banco de couro e eu não acho, eu acho que banco de couro num carro de 60.000,00 é obrigatório vir, eu ainda falei, eu não vou pagar 1.800,00 para pôr, aí o meu pai conversou e ele fez por 800,00, que é o valor que deve ser o custo, que ele já está ganhando em cima, eu acho o cúmulo isso, de você pagar num carro 60.000,00 e não ter os acessórios todos, não ter o banco de couro? Eu acho o cúmulo isso.

1654

1656

1658

1660

1662

Mediadora: Conta para mim, o que vocês estão falando aí?

1664

Paulo: Ele está falando do custo do frete, você vai comprar um carro é X, mais o custo do frete é tanto.

1666

Priscila: Ah, isso, pintura, tanto.

1668

Carlos: Não tem pintura metálica, mas o frete, põe no preço, não fala que é frete.

1670

Paulo: Então eu vou comprar o carro mas eu não quero o frete? (conflito de vozes)

1672

Carlos: Tem umas concessionárias que já está embutido no frete.

1674

Mediadora: Eu tenho aqui alguns meios de comunicação e algumas maneiras de vocês se

1676 informarem, dentro desses cartões quais que vocês já utilizaram, quais ajudaram ou não.

1678 Cartões – Maneiras de Informar

1680 [distribuição dos cartões – fontes de informação]

1682 Mediadora: Me diz, como é ?

1684 Paulo: O Jornal da Tarde, que é o Jornal do carro.

1686 Mediadora: Ele tem credibilidade, como vêm? Confiam? Tem aqueles comparativos?

1688 Paulo: Tem. É antigo também.

1690 Fátima: Para preço é melhor.

1692 Ingrid: O Estadão de domingo.

1694 Carlos: Já repararam que as matérias são as mesmas?!

1696 Ingrid: Praticamente porque é a mesma empresa.

1698 Mediadora: O que você pegou aí? O Estado.

1700 Flávio2: O site Terra, eu consulto



- 1702 Priscila: Ainda mais internacionais
- 1704 Flávio2: Ia ser em Chicago em função do Terra, vai ter um evento fechado, chique, exclusivo para os convidados do Terra, maravilha.
- 1706
- Mediadora: Mas para cá você consulta também?
- 1708
- Flávio2: Consulto, porque eu acesso diariamente a Internet, eu e meus e-mails, etc e vou.
- 1710 Comprar o carro agora eu pesquisei, foi uma vez que eu comprei carro usado, que foi o Pálio Fire do modelo anterior.
- 1712
- Mediadora: Gasolina e álcool também?
- 1714
- Flávio2: Porque você entra na Internet e tem um acesso grande dessas coisas, pesquisa
- 1716 preço de carro, fotos.
- 1718 Mediadora: Você colocou aí mais o quê? Tem 3 aí.
- 1720 Flávio2: Jornalistas especializados, de vez em quando você tem no próprio Estadão, você tem uma reportagem sobre, é isso.
- 1722
- Mediadora: Você está com?
- 1724
- Márcia: A Folha de São Paulo que eu também vejo, revista Exame, que eu assino a Veja, a
- 1726 Exame, então a gente lê bastantes reportagens.
- 1728 Mediadora: Trás coisas sobre carro?
- 1730 Márcia: Trás também e propagandas, é importante. Influencia bastante.
- 1732 Fátima: 4 Rodas e IG.

1734 Mediadora: No IG também tem uma parte para isso, e a 4 Rodas, como que vocês vêem?  
Vocês lêem quando vão trocar?

1736  
(conflito de vozes)

1738  
Fátima: Quando eu estou pensando em trocar de carro eu sempre vou dar uma olhada.

1740  
Flávio2: É bom, comparar mesmo, principalmente quando você tem esses testes  
1742 comparativos, você está em dúvida com alguns deles, você compra e está direcionado isso.

1744 Mediadora: Ajuda?

1746 Flávio2: Ajuda.

1748 Flávio: Para não ficar com um mico de coisas.

1750 (risos)

1752 Mediadora: Ainda bem que alguém salvou, o que você colocou aí?!

1754 Flávio: WebMotors, o site das montadoras depois achei o resto aí que é o Estado de São  
Paulo e Concessionárias.

1756  
Mediadora: A própria Concessionária, você tem o costume de visitar na hora de escolher?

1758  
Flávio: Na hora que você quer comprar, na hora H mesmo, você vai na Concessionária.

1760  
Mediadora: E como que o site da web Motors pode ajudar?

1762  
Flávio: É muito legal.

1764

Mediadora: Como que é lá?

1766

Flávio: Você vai filtrando de acordo, assim, só, para carro zero km é meio bobo, ele dá a faixa de preço da fábrica, não preciso disso, quero as ofertas, não abre bem as ofertas, mas a idéia é bem interessante.

1770

Mediadora: E o site está se propondo a isso? Na hora que decide?

1772

Flávio: É, só para tirar dúvidas, esse tipo de coisas.

1774

Mediadora: Mais alguém, o que é aqui?

1776

Paula: Salão do Automóvel, concessionária, mas quem eu consulto realmente é o meu primo, que ele é Engenheiro da GM, então é troca de informações.

1778

1780 Mediadora: Mesmo quando não é da GM?

1782 Paula: Não, ele só trabalha com carro da GM.

1784 Paulo: Mas informação (conflito de vozes)

1786 Paula: Mais da GM mesmo... Eu gosto dos carros da GM.

1788 Mediadora: Aí não dá problema. O que você pegou?

1790 Priscila: Não tinha quase nada. Parentes e amigos, eu converso muito, como o meu noivo falou, eu converso muito com o meu cunhado, que nossa, tudo o que é de carro, ele já sabe tudo e assim, eu vou em Concessionária, vou direto na Concessionária, pego, sabe, vou na GM.

1794

Mediadora: Você confia na palavra dos vendedores?

1796

Priscila: Nem um pouco. Faço test driver, acho que é importantíssimo, você fala, nossa esse carro é lindo, mas você vai dirigir não é confortável, num é...

1798

1800 (conflito de vozes)

1802 Mediadora: O que você acha, o vendedor fala bobagem?

1804 Priscila: Ele vai falar tudo o que é bom, não vai falar nada de ruim.

1806 Paulo: Mas ele vai puxar a sardinha do lado dele.

1808 Priscila: Lógico, mas vendedor é isso.

1810 Flávio: Qual a melhor forma de você usar o vendedor? Para descobrir o defeito do outro, então eu fui na Ford, e falei assim, estou pensando no Zafira, fui na GM e falei assim: eu  
1812 pensei no Eco Esporte, então um vai falar o defeito do outro.

1814 Paulo: E a vantagem do produto deles.

1816 Flávio: Eles são bem treinados para dizer o que a Zafira ganha do Eco Sport e na Ford vice versa.

1818

Flávio2: Com certeza.

1820

Ingrid: O vendedor não influencia não, 1º eu olho o jornal, o que tem lá, resolvi, vou trocar  
1822 de carro, vou, olho o jornal, o Estadão e rua, olha assim, esse carro é maravilhoso, aí começo ir na Concessionária daquilo que me interessou, como eu queria, aí defino, tem?  
1824 Tem, é médio? É médio, aí fui na Citroen, vi o C5, aí fui ver tal carro, tudo nas Concessionárias, é esse mesmo, aí você escolhe, aí quando você escolhe, você pede opinião

1826 do parceiro, o que você acha? Ah, esse é tal, esse é tal e você acaba levando em  
consideração do filho e do marido para definir a compra.

1828 Mediadora: Mas você já foi com uma escolha?

1830 Ingrid: É, você vai com uma escolha...

1832 (risos)

1834 (conflito de vozes)

1836 Mediadora: O que você acha? O que você colocou? Site UOL.

1838 Ingrid: A última coisa que eu faço é entrar, depois que eu defini, entrei na Concessionária,  
olhei.

1840 Mediadora: Comprou, pagou...

1842 Ingrid: Daí vou entrar no site só para xeretar, aí eu vou olhar a cor de novo para ver se é  
1844 essa cor que eu quero mesmo, é só para complementar.

1846 Ingrid: Aqui é a Concessionária.

1848 Mediadora: Gente, vou consultar meus parceiros se falta alguma coisa.

1850 Ingrid: Pronto, agora todo mundo vai querer sair daqui, eu vou querer trocar o meu carro

1852 (risos)

(conflito de vozes)

1854

1856 Mediadora: Gente, para liberar vocês tem algumas perguntinhas, não ficou muito claro para  
a gente o que é mais difícil de decidir na compra, vocês sabem, do design, da manutenção,  
da preocupação com a revenda, o que é mais difícil?

1858

Carlos: Agradar a mulher.

1860

(risos)

1862

Mediadora: Agradar a mulher é o mais difícil?!

1864

Priscila: Agradar a família.

1866

1868 Fátima: No meu caso, o que eu olho é design e economia de combustível, manutenção não  
porque vai comprar zero, não vai te dar manutenção, economia de combustível e design.

1870 Mediadora: Isso é o mais difícil de decidir?

1872 Fátima: Não, isso é o que eu olho.

1874 Paula: Mais difícil de decidir para você comprar?

1876 Carlos: Brincadeiras à parte, custo de seguro também, numa época eu estava pensando em  
comprar um Golf.

1878

Mediadora: Vocês pesquisam isso antes de comprar?

1880

1882 Priscila: Ah sim, porque meu pai não pesquisou, comprou uma Pajero, está pagando  
8.000,00 de seguro, em uma Pajero.

1884 Fátima: Pick-Up é mais caro.

1886 Mediadora: Você compra e depois vai ver isso?

1888 Priscila: 8.000,00 por mês! Eu acho o cúmulo isso.

1890 Márcia: Olha, se vai sair fora de linha, é uma coisa que eu me preocupo muito, talvez saia  
de linha, eu estou fora, entendeu, eu me preocupo com a revenda, não quero comprar uma  
1892 coisa para mim depois ficar com uma coisa encalhada.

1894 Mediadora: Tem que decidir por um que não saia da linha.

1896 Márcia: Exatamente, eu penso no futuro, eu quero aproveita-lo, mas chegar no futuro,  
revende-lo numa boa, não desvalorizando e me preocupo também em relação, por exemplo,  
1898 meus filhos, com relação aos 3, a preço mesmo, porque carro é uma coisa que você tem,  
está no seguro, tudo bem, mas amanhã, depois de um tempo, uma coisa segura, eu não  
1900 investiria para meus filhos, vamos supor, eu dou um Kazinho, Golzinho, uma coisa para  
eles andarem aqui, porque se dou um carro melhorzinho, seqüestro, já estão de olho.

1902 Flávio2: É, hoje o fator segurança também influi.

1904 Mediadora: Ser visado...

1906 Márcia: Ser visado, isso aí é uma coisa que me preocupa também.

1908 Mediadora: Acho que foi você que falou que tem não sei quantos carros, tem do filho?

1910 Márcia: Tem.

1912 Mediadora: Quantos carros você tem na tua casa?

1914 Márcia: 5, 6. Tenho 5, os 3 filhos, o marido e eu, e uma moto.

1916



- 1918 Mediadora: E moto, isso? E eu queria saber, desses 5 carros, fora a moto, quantos são de sua responsabilidade? De quantos você decidiu ou foi você que, sei lá, que comprou, ou é você que dá manutenção?
- 1920
- 1922 Márcia: 4, menos o do meu marido. Os filhos, eles que chegam a mim: mãe, preciso de não sei o quê, então tá, vamos lá.
- 1924 Priscila: Mãe é uma maravilha.
- 1926 Mediadora: Você também tem, o seu pai?
- 1928 Priscila: É, a minha mãe, eu escolho e ela vê se dá para pagar.
- 1930 Mediadora: E quantos carros tem?
- 1932 Priscila: Na minha casa 3.
- 1934 Mediadora: O da sua mãe, do seu pai e um seu, é isso?
- 1936 Priscila: É isso, 3, e uma moto do meu irmão. É assim, eu escolho e ela fala: dá ou não dá, ela compra, ela fala um pouco, aí, que você compra carro caro, mas depois passa, mas é
- 1938 sempre a minha mãe, se eu falo para o meu pai ele fala: não, é muito caro, não imagina. A minha mãe é assim, opina para tudo, meu pai vai muito pela cabeça da gente, a gente fala:
- 1940 ai pai, a Pajero é linda, nossa, enchemos o saco dele para ele comprar a Pajero, a Pajero é péssima, depois a gente descobriu, ele está vendendo já, a gente fala que é uma samambaia
- 1942 aquilo, fica lá, ocupa espaço, ninguém sai, só de fim de semana, porque tem medo, é blindada, então dá medo, então é um carro que fica lá parado, comendo dinheiro, mas é
- 1944 mais a minha mãe, tudo em casa assim, essas coisas de carro, essas coisas, a gente conversa com a minha mãe, a minha mãe é a chefe.
- 1946 Mediadora: E você Flávio?

1948

Flávio2: As filhas decidiram os delas, só a do meio ...

1950

Mediadora: Quantas são?

1952

Flávio2: São 3 filhas, tem 3 carros, a mais velha tem um Corsinha, ganhou novo, mas veio

1954

usar mais assim depois de 1 ano, a 2ª ganhou um Peugeotzinho porque estava ganhando mais, que o Peugeotzinho foi mais caro, muito bonitinho, ótimo, anda bem e tal, a mais

1956

nova pediu mesmo usado, o Pálio e está lá, os nossos dois, o Honda Civic e o Citroen.

1958

Mediadora: Qual é o da sua mulher?

1960

Flávio2: Nós escolhemos juntos, fomos ver 3 hipóteses, o XSara, que bom que eu não comprei o Xsara, que saiu de linha, Honda não sai de linha, só daqui há 5 anos que vai

1962

mudar alguma coisa e o outro seria o Focus, só que o Honda vem completo, vem com tudo e o Focus não, você tem que ir completando, tem que ir pondo, quer dizer, então optamos

1964

juntos, que a minha mulher entende menos de carro do que eu, agora o Citroen, sem dúvida, eu sempre gostei de Citroen, cheguei na loja, o vendedor ficou surpreso, porque eu vi no

1966

jornal a promoção, promoção, lançamento da ..Break, então era 4.800,00 dólares na época e era parelho o dólar, um pouquinho acima do real só, e falei, eu quero, falou, o Sr. não quer

1968

experimental? Não, o meu irmão tinha um também, eu tinha tido Citroen, com 16 anos de idade eu comprei um Citroen, aquele de câmbio ... foi baratinho, então é isso.

1970

Mediadora: E desses 5 carros, quais são os de sua responsabilidade?

1972

Flávio2: De escolha?

1974

Mediadora: Não, ou que você ajuda, ou que você comprou ou ajuda a manter?

1976

Flávio2: Eu mantenho todos, a minha mulher trabalha eventualmente, não é constante,

1978

ajuda em alguma coisa e tal, e as duas mais velhas agora estão com empregos razoáveis que

- estão ajudando em alguma coisa, mas aí você fica com pena, você vai pôr gasolina, vai
- 1980 pagar o estacionamento.
- 1982 Mediadora: Ingrid...
- 1984 Ingrid: Só tenho um de 10 anos, não vai poder dirigir, só se for precoce, ainda vai demorar, e é só meu.
- 1986 Mediadora: Paula, como é no seu caso?
- 1988 Paula: Manutenção e tudo do carro sou eu que decido.
- 1990 Mediadora: Só tem um carro?
- 1992 Paula: Só um carro.
- 1994 Mediadora: Você? Só tem um carro?
- 1996 Flávio: Não, 2, a minha esposa tem um, eu que decido também, mas por desinteresse dela,
- 1998 ela deixa nas minhas mãos.
- 2000 Mediadora: E financeiramente? É de sua responsabilidade?
- 2002 Flávio: Não, dos dois, cada um mantém um carro.
- 2004 Paulo: Eu sou sozinho, um carro só.
- 2006 Mediadora: Você, sua esposa estava querendo comprar um outro?
- 2008 Carlos: Não, ela está querendo comprar, mas ela está sem carro.

2010 Mediadora: Ela quer trocar o Vectra?

2012 Carlos: Não, ela quer comprar um para ela, ela tinha um carro, a gente vendeu e agora ela  
está sem carro, a gente trabalha juntos, então não dá para falar é responsabilidade sua, é  
2014 responsabilidade sua, acho que é dividido.

2016 Fátima: Bom, esse último carro que eu estou agora foi o meu pai que passou para mim, eu  
não comprei, é um Marea, e a minha filha tem um Pálio que o pai dela deu para ela, temos  
2018 uma moto também que a gente usa as duas, então a responsabilidade do Marea é minha e do  
Pálio, eu também ajudo, mas o que dá para segurar um pouco.

2020 Mediadora: E a gente queria entender, você falaram que trocam preferencialmente de 2 em  
2022 2 anos, às vezes um pouco menos, às vezes um pouco mais, às vezes bem mais, algo dos  
últimos 2 anos, quantos carros vocês compraram, mesmo que não fosse para vocês, de  
2024 repente você comprou para a filha, você comprou usado, não comprou o seu, mas comprou  
outro.

2026 Flávio2: O Peugeot foi ainda há 2 anos, e mais o Honda também. 3 carros.

2028 Mediadora: 3 carros.

2030 Márcia: Eu comprei todos.

2032 Paulo: 2 anos, 2 carros.

2034 Mediadora: Você trocou o seu?

2036 Paulo: Para a ex esposa, o meu eu continuo.

2038 Carlos: Eu comprei o Vectra faz 2 anos, agora estou pensando em trocar.

2040

Mediadora: Está começando a pensar...

2042

Flávio: Um carro, o que eu estou agora.

2044

Ingrid: Também, está na hora de trocar.

2046

Priscila: Na minha casa, o meu pai, 3 carros.

2048

Mediadora: Agradece e encerra a reunião.