

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

O impacto da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos: Uma análise de mediação pela autorregulação.

Vera Margarida Cachapa Macedo

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Professora Doutora Isabel Correia, Professora Associada com Agregação,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Professora Doutora Marília Prada, Professora Auxiliar,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2020



CIÊNCIAS SOCIAIS
E HUMANAS

O impacto da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos: Uma análise de mediação pela autorregulação.

Vera Margarida Cachapa Macedo

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Professora Doutora Isabel Correia, Professora Associada com Agregação,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Professora Doutora Marília Prada, Professora Auxiliar,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2020

Resumo

O excesso de peso e a obesidade são fatores de risco para um conjunto de doenças crónicas, diabetes, alguns tipos de cancro, entre outras. Muitos destes problemas de saúde advêm do consumo excessivo de alimentos menos saudáveis e de um consumo insuficiente de alimentos saudáveis. Para além do papel determinante da autorregulação, tem vindo a ser demonstrado que a justiça e o merecimento podem ser relevantes no estudo do consumo. Este trabalho tem como objetivos testar o efeito causal da exposição à injustiça no consumo de alimentos e o possível papel mediador da autorregulação nessa relação. Estudantes de licenciatura ($N = 175$; 89% mulheres; $M_{Idade} = 24.28$, $DP = 7.36$) foram expostos aleatoriamente a um cenário justo ou injusta e, posteriormente, mediu-se a intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis, bem como a autorregulação. Verificou-se que a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis foi superior na condição injusta. O modelo de mediação revelou que a injustiça tem efeito na intenção de consumo de alimentos menos saudáveis por si só, enquanto que apenas teve efeito nos alimentos mais saudáveis através da autorregulação. Conclui-se que existiu uma relação causal entre injustiça e a intenção de consumo de alimentos através da autorregulação. Estes resultados são relevantes para a escassa investigação em justiça social e consumo, apoiam os profissionais de marketing na publicidade de alimentos e contribui para compreender outro fator na complexidade do processo de adoção de uma alimentação saudável. São ainda discutidas limitações e sugestões para estudos futuros.

Palavras-chave: Justiça; Injustiça; Consumo alimentar; Autorregulação; Consumo Hedónico

Códigos de Classificação American Psychological Association:

2260 Research Methods & Experimental Design
3920 Consumer Attitudes & Behavior

Abstract

Overweight and obesity are risk factors for a range of chronic diseases, diabetes, some types of cancer, among others. Many of these health problems come from excessive consumption of less healthy foods and insufficient consumption of healthy foods. In addition to the determining role of self-regulation, it has been shown that justice and deservingness may be a relevant factor in the study of consumption. This paper aims to test the causal effect of exposure to injustice in food consumption and the possible mediating role of self-regulation in this relation. Bachelor's students ($N = 175$; 89% women; $M_{\text{age}} = 24.28$, $SD = 7.36$) were randomly exposed to a fair or unfair scenario, and after that was measured the intention to consume more and less healthy foods, as well as self-regulation. It was found that the intention to consume less healthy food was higher in the unfair condition. The mediation model revealed that injustice influenced the intention of consuming less healthy food on its own, while it only influenced healthier food through self-regulation. It is concluded that there was a causal relation between injustice and the intention of food consumption through self-regulation. These results are relevant to the scarce research into social justice and consumption, support marketers in food advertising, and contribute to understanding another factor in the complexity of the process of adoption of healthy eating. Limitations and suggestions for future research are also discussed.

Keywords: Justice; Injustice; Food Consumption, Self-regulation; Hedonic Consumption

American Psychological Association' Classification Codes:

2260 Research Methods & Experimental Design
3920 Consumer Attitudes & Behavior

Índice Geral

Introdução	11
Capítulo 1 – Enquadramento Teórico	13
O excesso de peso e a obesidade como um desafio global para a saúde.....	13
O consumo alimentar e os seus determinantes em crianças, adolescentes e adultos..	15
A autorregulação e a sua relação com o consumo alimentar.....	18
A justiça social e a teoria da crença num mundo justo.....	22
A (in)justiça e o consumo.....	25
As emoções e a sua relação com o consumo, a autorregulação e a (in)justiça.....	28
O presente estudo	29
Capítulo 2 - Método	31
Participantes e delineamento	31
Instrumentos e procedimento.....	33
Variáveis de controlo.....	38
Capítulo 3 - Resultados	41
Análises preliminares da (in)justiça	41
Impacto da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos	42
Análise de mediação da autorregulação na relação entre a (in)justiça e a intenção de consumo de alimentos	42
Capítulo 4 – Discussão	47
Limitações, sugestões para investigações futuras e implicações práticas	49
Referências Bibliográficas	53
Anexos	65

Índice de Quadros

Quadro 2.1 - Caracterização da Amostra.....	32
Quadro 2.2 - Estímulos apresentados para a manipulação da (in)justiça.....	34
Quadro 3.1 - Valores médios de autorregulação, estado de espírito, CMJ e estado fisiológico para a amostra geral e por condição experimental.....	41
Quadro 3.2 - Quadro de resultados de regressão para o modelo de mediação para os alimentos menos saudáveis.....	43
Quadro 3.3 - Quadro de resultados de regressão para o modelo de mediação para os alimentos mais saudáveis.....	45

Índice de Figuras

Figura 2.1 - Estímulos utilizados para medir a intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis.....	37
Figura 3.1 - Intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis nas condições justa e injusta.....	42
Figura 3.2 - Modelo de mediação da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos menos saudáveis e a autorregulação.....	44
Figura 3.3 - Modelo de mediação da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos mais saudáveis e a autorregulação.....	45

Introdução

Um dos maiores desafios globais para a saúde diz respeito ao combate a todas as formas de desnutrição. A desnutrição pode apresentar a forma de subnutrição ou de excesso de peso e obesidade, uma vez que se refere a défices, excessos ou desequilíbrios na ingestão de energia e/ou nutrientes na alimentação, sendo que esta é uma problemática que está a afetar todos os países do mundo (World Health Organization [WHO], 2020). Uma dieta alimentar saudável e nutritiva promove defesas contra a desnutrição, diabetes, doenças cardiovasculares e alguns tipos de cancro. A nutrição promove ainda o desenvolvimento físico, a saúde infantil e materna, maior produtividade e longevidade (WHO, 2020). Por estes motivos, é fundamental compreender os determinantes que facilitam e inibem um consumo alimentar que promova a saúde e o bem-estar.

Algumas investigações têm-se dedicado a compreender o impacto da injustiça e do merecimento nas decisões de consumo e têm demonstrado que este pode ser determinante no consumo (e.g., Cavanaugh, 2014; Hafer et al., 2018; Khan & Dhar, 2006; Wilson & Darke, 2012; White et al., 2012). Para além disto, as desigualdades sociais podem ser fatores relevantes na saúde e nas decisões de consumo. Por exemplo, mostrou-se que a exposição à injustiça social provocada pela desigualdade de rendimentos em 21 países desenvolvidos (Pickett et al., 2005) se associa a um conjunto de impactos negativos no bem-estar físico e psicológico (para revisão, ver Wilkinson & Pickett, 2009), tais como o consumo excessivo de calorias e uma maior mortalidade por diabetes. Também ambientes com elevada privação económica (i.e., com distribuição menos equitativa da riqueza) estão positivamente associados à elevada disponibilidade de estabelecimentos de fast food, sendo que estes ambientes estão também associados a maiores níveis de obesidade (Janssen et al., 2017). Estas investigações centraram-se sobretudo em bens hedónicos não consumíveis (e.g., bens de luxo) ou analisaram a questão de forma correlacional. Tanto quanto é do nosso conhecimento, falta testar o efeito causal da exposição à injustiça sobre o consumo. A justiça tem sido consensualmente considerada uma necessidade humana fundamental (Lerner, 1980) que, quando ameaçada, diminui o bem-estar (Dalbert, 2002), resulta em esforços para repor a justiça (Correia & Vala, 2003) e diminui a autorregulação (Loseman & Van den Bos, 2012). A autorregulação tem sido o processo consensualmente aceite para explicar o consumo de determinados alimentos, por exemplo, estudos anteriores demonstraram que o consumo de frutas e vegetais está positivamente associado à autorregulação, enquanto que o consumo de alimentos

hedónicos está negativamente associado e é superior após uma diminuição da autorregulação (Baumeister et al., 2005; Gerrits et al., 2010; Vohs & Heatherton, 2000). Para além disto, existe evidência de que, quando a autorregulação está diminuída é mais difícil lidar com situações injustas (Loseman & Van den Bos, 2012).

A presente investigação tem como principal objetivo contribuir para a compreensão do efeito da injustiça no consumo de alimentos, através de um paradigma experimental. Especificamente, iremos pedir aos participantes que indiquem a sua intenção de consumo de alimentos mais ou menos saudáveis, após terem sido expostos a uma situação justa ou injusta, e medir ainda a capacidade de autorregulação. Deste modo, pretendemos analisar o efeito da injustiça na intenção de consumo destes dois grupos de alimentos, comparativamente com a justiça e, ainda, se a autorregulação é o processo que explica este efeito.

O presente trabalho está organizado em quatro capítulos. O primeiro aborda o enquadramento teórico da investigação que contém informação relevante sobre o desafio global que a obesidade e o excesso de peso representam para a saúde. Para além disto, aborda o consumo alimentar, a autorregulação, a justiça social e a teoria da crença num mundo justo (CMJ). Por último, esta secção sumariza investigação sobre o impacto das emoções na relação entre o consumo, a autorregulação e a justiça. O segundo capítulo deste trabalho refere-se ao método e contém informação relevante acerca dos participantes, do delineamento, dos instrumentos e do procedimento utilizados. O capítulo dos resultados (Capítulo 3) divide-se em três partes. A primeira refere-se às análises preliminares da (in)justiça que visam testar as potenciais diferenças entre os dois grupos experimentais relativamente a um conjunto de variáveis (e.g. autorregulação, CMJ, estado de espírito, estado fisiológico). A segunda parte diz respeito aos resultados obtidos acerca do impacto da injustiça na intenção de consumo de alimentos e, por último, são apresentadas as análises de mediação pela autorregulação. O Capítulo 4 apresenta uma discussão dos resultados e respetivas implicações teóricas e práticas, as limitações identificadas e sugestões para investigações futuras. As referências bibliográficas utilizadas para suportar este trabalho e os anexos podem ser encontradas em secções próprias após o último capítulo.

Capítulo 1 – Enquadramento Teórico

O excesso de peso e a obesidade como um desafio global para a saúde

A Organização Mundial de Saúde (OMS) estima que, em 2014, cerca de 462 milhões de adultos em todo o mundo tinham peso a menos, enquanto quase dois mil milhões tinham excesso de peso ou obesidade. Ambas as formas de desnutrição estão associadas a maior mortalidade. Por exemplo, enquanto que cerca de 45% das mortes em crianças com menos de cinco anos estão ligadas à subnutrição, ocorrendo principalmente em países de baixo e médio rendimento, mais de quatro milhões de mortes ocorreram como resultado de excesso de peso ou obesidade em 2017 (WHO, 2020).

A taxa de excesso de peso e a obesidade têm crescido de forma epidémica, tanto em crianças como em adultos. Estima-se que entre 1975 a 2016 a prevalência de crianças e adolescentes com excesso de peso ou obesos tenha crescido de 4% para 18% a nível mundial (WHO, 2020). O excesso de peso e a obesidade são considerados fatores de risco para um conjunto de doenças crónicas (e.g., doenças cardiovasculares), diabetes, alterações músculo-esqueléticas e mesmo alguns tipos de cancro (e.g., da mama, ovários, próstata, fígado; WHO, 2020). Ainda que múltiplas doenças estejam associadas ao excesso de peso e à obesidade, estas são reversíveis e evitáveis, e alterações no estilo de vida poderiam prevenir o risco de desenvolvimento das mesmas. Essencialmente, o excesso de peso é uma consequência direta de um desequilíbrio entre as calorias que são consumidas e as que são despendidas (WHO, 2020). Muitos destes problemas de saúde advêm do consumo excessivo de produtos hedónicos, tais como nicotina, álcool e lanches com elevado teor de gorduras e de açúcar (De Witt-Hubers et al., 2014a).

É importante definir consumo hedónico para garantir uma clara compreensão das próximas secções. O consumo hedónico foi definido por Cavanaugh (2014) como a permissão para selecionar e desfrutar do prazer de uma opção que é considerada uma recompensa, comparativamente com as suas alternativas. Cavanaugh (2014) refere ainda que estas escolhas podem ser feitas em vários domínios do consumo, nomeadamente viagens, roupa e alimentação, e pode referir-se a várias características do produto (e.g., materiais, ingredientes, comodidades). Tarrega e colaboradores (2017) completam esta definição com o reforço de que um produto alimentar não é hedónico por si só, depende das motivações internas dos consumidores, e que estes percecionem o produto como uma

recompensa. O termo alimentos/produtos hedónicos será conceptualizado como alimentos menos saudáveis no presente trabalho.

De acordo com os dados do Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física (IAN-AF), em 2015-2016, Portugal contava com, aproximadamente, 35% de população adulta com excesso de peso e 22% com obesidade (IAN-AF, 2017). Esta entidade compara o consumo alimentar de uma amostra representativa da população portuguesa com o consumo recomendado pela Roda dos Alimentos Portuguesa e confirma que os portugueses estão a consumir mais carne, pescado e ovos (12%), lacticínios (6%) e cereais, derivados e tubérculos (1%) do que o recomendado. Relativamente aos produtos hortícolas (-9%), fruta (-7%) e leguminosas (-2%), verifica-se um consumo inferior ao recomendado para cada faixa etária (IAN-AF, 2017). Uma vez que o consumo de frutas e produtos hortícolas é um dos indicadores que permite avaliar a qualidade da alimentação, é relevante ter em consideração as recomendações pela OMS, sendo que esta entidade recomenda o consumo de 400g/dia ou mais de alimentos deste grupo (IAN-AF, 2017). Os dados obtidos por este instituto em 2015-2016 indicam que o consumo médio diário de fruta, produtos hortícolas e leguminosas na amostra é de 312g/dia, e que 56% da amostra não adere à recomendação diária dada pela OMS (IAN-AF, 2017). Relativamente aos açúcares livres e gorduras saturadas, os resultados deste relatório demonstram que 53% dos inquiridos - de uma amostra representativa da população portuguesa - consome um valor superior de ácidos gordos saturados ao valor recomendado (+10%), sendo que os alimentos que contribuem mais para este valor são as carnes vermelhas, seguido de queijo e requeijão, azeite, leite e bolos. Cerca de 24,3% dos inquiridos consome acima de 10% do valor recomendado diário de açúcares livres, sendo que o açúcar “de mesa” adicionado a alimentos e bebidas, os doces e os refrigerantes são os alimentos que mais contribuem para este tipo de consumo (IAN-AF, 2017). Relativamente às intenções de consumo dos portugueses, mais de 60% dos portugueses inquiridos afirmam ter preocupação com a sua saúde e bem-estar e, por isso, tendem a evitar alimentos de menor valor nutricional e a apostar em alimentos de origem biológica ou funcionais (i.e., superalimentos; Instituto de Marketing Research [IMR], 2019a). Os portugueses revelaram também intenção em adotar um estilo de vida mais saudável com uma ingestão inferior de gorduras, produtos com menor teor de sal, menor percentagem de calorias e até de alimentos sem aditivos e conservantes (IMR, 2019b). Apesar das intenções declaradas, mais de metade dos portugueses inquiridos revelaram,

através de um estudo realizado pela Nielsen (2017), que comer esporadicamente alimentos menos saudáveis não lhes traz problemas para a saúde e que quantidades moderadas de açúcar podem fazer parte de uma alimentação saudável. Uma parte considerável destes participantes (44%) afirma ainda consumir produtos hedônicos quando fazem uma pausa para um lanche, em vez de fruta ou vegetais. Os dados sugerem que existe uma discrepância entre a intenção comportamental e o comportamento efetivo porque, quando questionados sobre as intenções alimentares nos próximos 12 meses, os inquiridos revelaram intenção em consumir mais frutas e vegetais (57%) e reduzir o consumo de doces (52%), de alimentos com açúcares adicionados (49%) e de alimentos ricos em gorduras saturadas (43%; Nielsen, 2017).

O consumo alimentar e os seus determinantes em crianças, adolescentes e adultos

Taylor e colaboradores (2005) realizaram uma revisão dos determinantes para o consumo alimentar saudável em crianças e adolescentes, e apresentam um resumo dos fatores que podem contribuir para determinar as escolhas alimentares. Os determinantes podem ser individuais, coletivos, sociais e ambientais (Taylor et al., 2005). Os determinantes individuais dizem respeito a fatores biológicos, percepção de sabor e preferências alimentares, conhecimentos na área da saúde, atitudes, autoeficácia e desejo de manter boa aparência física (Kalavana et al., 2010; Taylor et al., 2005). Já os determinantes coletivos dizem respeito ao estatuto socioeconómico, preço, educação e empregabilidade. Por exemplo, o preço dos alimentos é o fator mais importante na escolha de alimentos em casos de rendimentos baixos, o que muitas vezes conduz à preferência por alimentos que são mais ricos em açúcar e gordura porque estas são as fontes mais baratas de energia. A baixa escolaridade dos pais tem sido associada a uma menor qualidade alimentar das crianças, e o emprego materno positivamente associado à qualidade da dieta. Os determinantes sociais referem-se a fatores culturais e familiares, influência de pares, meios de comunicação e publicidade, sendo que a cultura tem tido cada vez menos impacto devido à globalização dos hábitos alimentares. O marketing influencia as preferências, pedidos e compras alimentares, conhecimento e atitudes alimentares, e a imagem corporal das crianças. O ambiente também pode constituir um fator na promoção de práticas de alimentação mais e menos saudáveis através de maior disponibilidade de opções de fast food e grandes porções de comida. O ambiente escolar também constitui um determinante ambiental porque pode influenciar a alimentação saudável de crianças e

jovens através, por exemplo, dos alimentos que estão disponíveis no perímetro escolar e das políticas nutricionais (para revisão, ver Taylor et al., 2005).

Kalavana e colaboradores (2010) também procuraram compreender os fatores que podem promover ou inibir o consumo de alimentos mais e menos saudáveis em adolescentes e focaram-se nas propriedades que são relevantes no delineamento de um objetivo (i.e., ter um objetivo, autoeficácia, comprometimento com o objetivo), medindo ainda o clima familiar e a pressão dos pares. Para além de se determinar um objetivo, estes autores consideraram, com base em investigações prévias, que o comprometimento com um objetivo resulta num maior planeamento que, por sua vez, resulta em maior probabilidade de obtenção do objetivo em questão. Relativamente à autoeficácia perante o objetivo, estes autores teorizam que esta é uma componente central na motivação e na ação e que, portanto, deve ser devidamente considerada. Concluíram que as cognições autorregulatórias (i.e., ter um objetivo, autoeficácia, comprometimento com o objetivo) se revelaram os determinantes mais fortes, comparativamente com o clima familiar e a pressão dos pares. Especificamente, as cognições autorregulatórias foram positivamente associadas ao consumo alimentar saudável e negativamente associadas ao consumo alimentar não saudável, em adolescentes.

Os determinantes do consumo de fast food e take-away em adultos também têm sido cada vez mais investigados. Por exemplo, Dunn e colaboradores (2011) estudaram a intenção de consumo de fast food numa amostra australiana, com base no modelo da Teoria do Comportamento Planeado (TPB; Azjen, 1988), sendo que foram inseridas algumas variáveis adicionais: consideração por consequências futuras (e.g., sobre a saúde e dieta), medo de avaliação negativa (i.e., por parte de outros) e grau de identificação com um consumidor saudável. Os resultados sugeriram que TPB (i.e., a norma subjetiva, as atitudes e a perceção do controlo do comportamento) prediz significativamente este tipo de consumo. Para além disto, a análise do modelo alargado sugere que a dimensão cognitiva das atitudes (i.e., conveniência, satisfação e consciência social), a norma subjetiva injuntiva (família e pares) e o facilitismo foram preditores significativos da intenção de consumo de fast food, juntamente com a consideração por consequências futuras e o grau de identificação com um consumidor saudável (Dunn et al., 2011). Para além disto, Janssen e colaboradores (2017) concluíram, através de uma revisão de literatura, que a privação económica é um dos principais determinantes na disponibilidade de estabelecimentos com oferta de fast food e comida take-away. Especificamente, estes

autores resumiram os resultados de algumas investigações que sugerem que ambientes com maior privação económica e maior acesso a estabelecimentos de fast food estão associados a elevados níveis de obesidade, e que se verifica uma associação entre a privação económica e a densidade de estabelecimentos de fast food (para revisão, ver Janssen et al., 2017). Para além destes fatores, também é referida como relevante neste tipo de consumo a influência social familiar e dos pares, a atividade individual (e.g., sedentarismo, educação), produção alimentar e custo (e.g., elevada palatabilidade devido ao sal e açúcar adicionados a pouco custo), fatores demográficos (e.g., género, idade), biológicos (e.g., fome) e psicológicos (e.g., consumo impulsivo, gosto).

Relativamente ao consumo excessivo de alimentos menos saudáveis em particular, são vários os fatores sociais que podem influenciar este comportamento. O fácil acesso a uma grande variedade de produtos alimentares saborosos, baratos, densos em energia, ricos em açúcares livres e gorduras, assim como grandes porções de comida são alguns destes fatores (Hill et al., 2003; WHO, 2020). Para além disto, a atividade física tem sido cada vez mais reduzida devido a alterações sociais, tais como a redução de postos de trabalho que exigem esforço físico, maior acesso aos transportes, o aumento do tempo despendido em atividades sedentárias (e.g., ver televisão, jogar jogos de consola) e o aumento exponencial de retalhistas dedicados a oferecer refeições com grandes porções de comida a um custo mais baixo (Hill et al., 2003; WHO, 2020). Apesar disto, estas características do meio não afetam igualmente todas as pessoas, sendo por isso necessário compreender os fatores que podem contribuir para a capacidade individual em lidar com as pressões que o meio coloca, relativas ao consumo alimentar excessivo (Johnson et al., 2012).

Apesar das boas intenções, com frequência as pessoas que estão em dieta comem em excesso, os que desejam deixar de fumar continuam a fazê-lo, os consumidores gastam mais do que planearam e os parceiros quebram as suas promessas de fidelidade. A falha da autorregulação é um dos processos mais aceites até ao momento para explicar estes fenómenos ao afirmar que a incapacidade em resistir a determinadas tentações é o resultado da força de um comportamento impulsivo sobre as considerações racionais (i.e., cognições) sobre a situação (De Witt-Hubers et al., 2012).

A autorregulação e a sua relação com o consumo alimentar

A autorregulação é considerada a capacidade do próprio em alterar, modificar, mudar ou ultrapassar os seus impulsos, desejos, emoções e comportamentos habituais, o que permite adequar e adaptar o comportamento de acordo com padrões (Baumeister & Heatherton, 1996; Baumeister & Vohs, 2016). É através deste processo que o próprio controla os seus impulsos, com o objetivo de seguir regras, corresponder a ideais ou ir ao encontro dos seus objetivos (Baumeister & Vohs, 2007). Geralmente, uma autorregulação eficaz permite suprimir recompensas instantâneas e de curto-prazo, muitas vezes desejadas, em prol de objetivos a longo-prazo (Tice et al., 2001). Por exemplo, não comprar uma camisola de que se gostou muito numa ida ao centro comercial, para poupar dinheiro para as férias de verão que estão a ser planeadas. Para melhor entendimento, é importante referir que o termo autorregulação e autocontrolo são usados como sinónimos na literatura, sendo que ambos se referem à capacidade do próprio de alterar os seus próprios estados e respostas (Baumeister, 2002). No entanto, o autocontrolo pode ser considerado uma parte da autorregulação, isto é, designa-se autocontrolo ao esforço deliberado e consciente em controlar as respostas, enquanto que a autorregulação é um processo reflexivo e não consciente (Baumeister et al., 2007). No presente trabalho, serão usados ambos os termos, tendo em consideração a designação utilizada pelos autores em investigações anteriores.

A presente investigação assenta na abordagem mais aceite até ao momento (Baumeister & Vohs, 2016), que se refere à autorregulação como uma força consumidora de energia (Baumeister, 2003). Este processo pressupõe quatro características, designadamente: normas, monitorização, força (Baumeister, 2002; Heatherton & Baumeister, 1996) e motivação (Baumeister & Vohs, 2007). Como referido, a autorregulação é a capacidade em alterar uma resposta, tipicamente, para agir de acordo com uma norma. Desta forma, a autorregulação exige uma norma clara e bem definida porque objetivos incertos ou incoerentes tendem a colocar o próprio numa situação mais suscetível para não agir em conformidade com o objetivo. A monitorização refere-se à necessidade de acompanhar um comportamento para que seja possível alterá-lo, isto porque numa situação em que se perdeu a noção do comportamento, a capacidade em regulá-lo é diminuta. A terceira característica é a força autorreguladora, isto é, a autorregulação é considerada um recurso limitado que, por este motivo, pode encontrar-se enfraquecido em determinadas situações. Neste sentido, considera-se essencial que o

próprio tenha a capacidade de alterar o seu comportamento, caso assim o deseje. Por último, é fundamental ter em consideração a motivação em alterar uma resposta ou atingir um objetivo, sendo que é crucial para que a resposta seja alterada e regulada.

A literatura tem demonstrado que a autorregulação é um recurso limitado, que é alocado de forma estratégica e seletiva, e as tarefas que exigem capacidade autorregulatória consomem energia desse recurso (Baumeister & Vohs, 2016). Alguns estudos indicam que este recurso é a glicose presente no sangue, uma vez que atividades que exigem autocontrole diminuem os níveis de glicose no sangue. Assim, níveis diminuídos de glicose no sangue após uma tarefa inicial de autorregulação predizem um desempenho mais fraco em tarefas subsequentes, enquanto que consumir uma bebida com elevada glicose diminui estes efeitos (e.g., Gailliot et al., 2007). Para além de ter sido demonstrado que a autorregulação consome um recurso parcialmente limitado, tem sido evidenciado que várias atividades que exigem autorregulação (e.g., lidar com stress, regular emoções negativas e resistir a tentações), embora aparentemente independentes e não correlacionadas, consomem energia do mesmo recurso (Muraven & Baumeister, 2000).

A investigação nesta área também tem demonstrado que a autorregulação é um processo que funciona como um músculo. Tal como um músculo se fortalece quando devidamente exercitado (i.e., com a prática e esforço regular), a autorregulação é uma força que se pode fortalecer ou enfraquecer, dependendo das circunstâncias, apesar de existirem diferenças individuais substanciais na capacidade-base de autorregulação (Baumeister et al., 2006; Heatherton & Baumeister, 1996; Muraven & Baumeister, 2000). Para além disto, tal como um músculo, após um período de descanso, a força da capacidade de autorregulação pode ser recuperada (Hagger et al., 2010; Muraven & Baumeister, 2000). A esta circunstância, em que os recursos para a autorregulação estão reduzidos, designa-se de esgotamento do ego (*ego depletion*). Especificamente, refere-se à condição em que o ego se encontra com a capacidade, ou a motivação em se envolver em tarefas que requerem a vontade do próprio, temporariamente reduzidas (Baumeister et al., 1998; Baumeister & Vohs, 2007).

É possível constatar que a capacidade em controlar e regular os impulsos, emoções, desejos, desempenho, entre outros comportamentos, e evitar satisfazer impulsos e necessidades imediatas, é fundamental para que o próprio consiga alcançar sucesso e felicidade, e tem sido considerado adaptativo num amplo conjunto de contextos (Tice et

al., 2001). Especificamente, uma forte capacidade autorregulatória proporciona benefícios ao próprio e à sociedade, tais como melhor desempenho em tarefas complexas (e.g., Schmeichel et al., 2003), sucesso acadêmico e profissional (e.g., Duckworth & Seligman, 2005; Mischel et al., 1988; Shoda et al., 1990; Tangney et al., 2004; Wolfe & Johnson, 1995), saúde mental e ajuste psicológico (e.g., Tagney et al., 2004), saúde física (e.g., Daly et al., 2014), relações interpessoais mais fortes (e.g., Tangney et al., 2004) e maior controle da ingestão alimentar (e.g., Gerrits et al., 2010). Por exemplo, um forte autocontrole está associado a um maior consumo de frutas e vegetais e a maior preocupação com a dieta, enquanto que o consumo de alimentos com elevado teor de gorduras está associado a um menor autocontrole e a menor preocupação com a dieta (Gerrits et al., 2010).

Apesar da capacidade notável em regular o comportamento, o ser humano continua a revelar dificuldade em manter-se fiel aos seus objetivos a longo-prazo como é possível constatar por vários problemas (e.g., tabagismo, obesidade, alcoolismo, dívidas) que ocorrem como consequência direta ou indireta da falta de autorregulação (Hagger et al., 2010). Uma capacidade autorregulatória baixa parece ser um fator de risco significativo para vários problemas pessoais e interpessoais (Tangney et al., 2004). Nomeadamente, quebras na capacidade em controlar impulsos têm sido associadas a um conjunto de problemas tais como vício e abuso de substâncias (e.g., Peluso et al., 1999; Tangney et al., 2004), agressividade (e.g., Stucke & Baumeister, 2006), pior desempenho intelectual (e.g., raciocínio e lógica; Baumeister et al., 2005; Schmeichel et al., 2003), gastos excessivos e impulsivos (e.g., Vohs & Faber, 2007), dificuldade em causar boa impressão (e.g., Vohs et al., 2005), distúrbios alimentares tais como bulimia e compulsão alimentar (e.g., Peluso et al., 1999; Tangney et al., 2004) e consumo alimentar hedónico (e.g., Baumeister et al., 2005; Gerrits et al., 2010; Vohs & Heatherton, 2000).

São vários os fatores que podem ter impacto negativo na autorregulação contribuindo para um estado de esgotamento do ego. Entre estes fatores inclui-se a regulação da emoção (e.g., Baumeister et al., 1998; Muraven et al., 1998; Muraven & Baumeister, 2000; Schmeichel et al., 2003; Tice et al., 2001), da atenção (e.g., focar a atenção num só estímulo ou concentrar a atenção num estímulo aborrecido; Schmeichel et al., 2003; Stucke & Baumeister, 2006), e do pensamento (e.g., Muraven et al., 1998), resistir a tentações (e.g., Baumeister et al., 1998; Muraven & Baumeister, 2000; Stucke & Baumeister, 2006; Vohs & Heatherton, 2000), escolher entre diferentes bens de

consumo (vs. não ter de escolher; e.g., Vohs et al., 2008), receber informações inconsistentes e incoerentes (e.g., Robinson & Demaree, 2007; Thau & Mitchell, 2010), stress (e.g., Muraven & Baumeister, 2000), sentir exclusão social (e.g., Baumeister et al., 2005) e sentir emoções negativas (e.g., De Witt-Hubers et al., 2012; De Witt-Hubers et al., 2014a, 2014b; Muraven & Baumeister, 2000; Tice et al., 2001).

A *self-licensing* é outra abordagem que explica as quebras na autorregulação, para além do esgotamento do ego referido anteriormente. Este é um mecanismo que consiste na capacidade em produzir justificações para ceder a uma tentação, explicando assim as quebras como processos racionais (De Witt-Hubers, 2012). O *self-licensing* é a tendência em utilizar razões e argumentos para justificar o consumo hedónico e propõe um mecanismo baseado em justificações para as falhas na autorregulação (De Witt-Hubers, 2012; De Witt-Hubers et al., 2014b). Por exemplo, quando pessoas que estão em dieta se permitem, deliberadamente, comer fast food após um exame muito difícil ou quando compradores se permitirem comer um doce após resistirem comprar um produto que consideram muito atrativo. Estas justificações são, essencialmente, desculpas para o comportamento discrepante e, quando existe um confronto com um dilema de autorregulação entre impulsos imediatos e objetivos a longo prazo, este conflito é resolvido através do recurso a estas justificações que acabam por permitir uma violação dos objetivos a longo-prazo (De Witt-Hubers et al., 2014b). Embora exista capacidade de autorregulação para evitar o consumo hedónico, pode não haver resistência ao impulso devido a justificações que se apliquem à situação (De Witt-Hubers et al., 2014b). Alguns exemplos de justificações podem ser o esforço exercido (e.g., Kivetz & Simonson, 2002; Kivetz & Zheng, 2006), perceção de realização ou feito recente (e.g., Mick & Faure, 1998; Kivetz & Zheng, 2006; Wilcox et al., 2011), altruísmo (e.g., Khan & Dhar, 2006), restrição prévia (e.g., Mukhopadhyay & Johar, 2009) e merecimento (e.g., Cavanaugh, 2014). Estas justificações estão demonstradas relativamente ao consumo excessivo de produtos hedónicos, como na preferência por um produto hedónico em detrimento de um produto funcional (De Witt-Hubers et al., 2014a). Inclusive, Prinsen e colaboradores (2019) demonstraram que o consumo de lanches menos saudáveis é superior na condição de justificação (vs. não justificação), tanto em contexto laboratorial como em contexto real.

Esta revisão de literatura permite compreender o quadro teórico que explica a relação entre a autorregulação e o consumo alimentar. Resumidamente, um estudo

realizado com adolescentes de três países diferentes (Estados Unidos da América, Hungria e Países Baixos), demonstrou que o consumo de frutas e vegetais está positivamente associado ao autocontrole, enquanto que o consumo de alimentos ricos em gorduras está negativamente associado (Gerrits et al., 2010). Para além disto, Vohs e Heatherton (2000) demonstram que os participantes que realizaram uma tarefa que exige autorregulação (i.e., regulação da emoção ao pedir-se uma reação natural ou uma inibição da emoção relativamente a um vídeo triste), subsequentemente ingeriram uma maior quantidade de gelado do que os não tiveram de suprimir a sua reação emocional. Nesta mesma linha de investigação, Baumeister e colaboradores (2005) demonstraram que, na sequência de uma tarefa que diminui a autorregulação (i.e., antecipar solidão e rejeição), o consumo de bolachas foi cerca do dobro, em comparação com o grupo de controlo. Estas evidências sugerem que quando a autorregulação está diminuída, existe maior propensão para o consumo de alimentos menos saudáveis. Para além dos fatores abordados (e.g., regulação emocional), a autorregulação pode ser reduzida pela perceção de injustiça. Desta forma, pode ser um mediador da relação entre a injustiça e o consumo de alimentos, sendo relevante abordar seguidamente o campo da justiça social.

A justiça social e a teoria da crença num mundo justo

Embora existam diferenças culturais substanciais, o “sentido de justiça” é uma das características universais do ser humano e demonstra prevalecer em diferentes circunstâncias (Brosnan & de Waal, 2003; Hafer & Bègue, 2005). As teorias da justiça social defendem que a motivação para a justiça e a crença geral num mundo justo foi desenvolvida com o decorrer da evolução humana (Gollwitzer & Van Prooijen, 2016; Hafer et al., 2018). As forças intrínsecas do desenvolvimento e um ambiente razoavelmente estável facilitam o desenvolvimento de um contrato pessoal que estabelece uma expectativa de que os resultados obtidos são merecidos e, por isso, existe uma necessidade em preservar a perceção da contribuição individual para esses resultados (Hafer & Bègue, 2005). A preocupação com o merecimento é de tal forma central que foi descrito por Melvin Lerner (1980) como uma necessidade em acreditar que o mundo é um lugar justo, em que as pessoas constroem a suas experiências diárias de forma a sustentar esta crença. A CMJ varia individualmente (Lipkus, 1991) no que diz respeito à sua força e intensidade, mas um certo nível desta crença é natural e inevitável (Lerner, 1980).

A CMJ parece funcionar como uma defesa contra a realidade que, muitas vezes, pode ser difícil e violenta, e como uma forma de controlo aparente sobre o próprio destino (Furnham, 2003). Esta crença pode conceder aos indivíduos a ideia de que as suas vidas são previsíveis e controláveis (Hafer & Sutton, 2016). Neste sentido, a investigação tem concluído que uma CMJ elevada está associada a resultados positivos e desejáveis como satisfação com a vida e bem-estar psicológico (e.g., Furnham, 2003; Lipkus et al., 1996), saúde física (e.g., Lucas et al., 2009), menos comportamentos sexuais de alto risco (e.g., Hafer et al., 2001), menos stress (e.g., Tomaka & Blascovich, 1994), maior tendência para investir em objetivos a longo prazo (e.g., Hafer, 2000), e está negativamente correlacionada com sentimentos depressivos (e.g., Ritter et al., 1990).

A motivação para acreditar que o mundo é um lugar justo tem como consequência tornar ameaçadoras situações em que os resultados são injustos ou não merecidos. Considera-se que os indivíduos experienciam injustiça quando acreditam que foram privados de um recurso com valor (e.g., sucesso, dinheiro, respeito, recursos) a que acreditavam ter direito, comparativamente com o que outras pessoas têm ou o que ditam as normas sociais (Gollwitzer & Van Prooijen, 2016). Quando a justiça é ameaçada, existe motivação para reduzir ou eliminar a ameaça e restaurar a justiça e a ideia de que o mundo é um lugar justo (Hafer & Bègue, 2005). Quanto maior for a CMJ, maior é a motivação em defendê-la e em ter reações motivadas pela justiça (Dalbert, 2002). É importante referir que as ameaças à CMJ ocorrem em situações de injustiça observadas ou experimentadas (Dalbert, 2002; Skarlicki & Rupp, 2010), sendo que terceiros podem experienciar fortes emoções e tendência de retribuição mesmo quando não se identificam com as vítimas ou não estão envolvidos na situação (Turillo et al., 2002, citado por Skarlicki & Rupp, 2010).

Para restaurar a justiça e restabelecer a CMJ podem ser utilizadas estratégias racionais e irracionais (Lerner, 1980). As estratégias racionais envolvem, tipicamente, aceitar a injustiça, quer a sua ocorrência quer a reação à mesma. Para além disto, os indivíduos podem envolver-se na situação e agir com foco na vítima através de uma tentativa em reparar ou compensar a vítima pelos danos causados (e.g., participar na angariação de fundos para compensar os danos) e punir ou perdoar o agressor (Gollwitzer & Van Prooijen, 2016; Lerner, 1980). Já as estratégias não racionais funcionam como defesas psicológicas que são temporariamente eficazes em diminuir o stress e as emoções negativas que se intensificam ao testemunhar uma injustiça. Estas podem ser a negação

(i.e., seleção tática da informação a que está exposto), a reinterpretação dos eventos (i.e., reinterpretação do resultado, da causa da injustiça ou o carácter da vítima) ou a culpabilização e a derrogação da vítima (Ellard et al., 2016; Lerner, 1980). Uma estratégia de negação pode consistir em, por exemplo num caso de agressão sexual, reter apenas que a vítima estava de madrugada na rua, e não reter que estava na rua porque tinha ido levar a mãe ao hospital. A estratégia de reinterpretação dos eventos, neste caso em exemplo, poderia resultar em perspetivar a agressão como um ato que foi desejado pelos dois, mas que terminou mal e que, por isso, a vítima fez queixa do agressor. A culpabilização e a derrogação da vítima são os mecanismos que têm sido mais abordados no âmbito da investigação em justiça social. Por exemplo, o sentimento de injustiça pode ser diminuído ao ser justificado como parcialmente merecido pela vítima (Dalbert, 2002). Essencialmente, na sequência de um confronto com uma situação injusta, os indivíduos podem, efetivamente, tentar restaurar a justiça através de ações ou compensação da vítima. Quando isto não é possível, tentam restaurar a justiça de forma cognitiva através de uma reavaliação da situação em consonância com a sua CMJ (Dalbert & Donat, 2015; Furnham, 2003).

A injustiça (ou o potencial de injustiça) produz ativação fisiológica pelo que, normalmente, as perceções de tratamento injusto produzem tensão nos indivíduos e são acompanhadas por fortes emoções, nomeadamente raiva, ressentimento e indignação (Gollwitzer & Van Prooijen, 2016; Markovsky, 1988). A teoria da CMJ defende que as tentativas subsequentes de manter a crença são impulsionadas por este estado emocional (Hafer & Bègue, 2005). Em particular, Colquitt e colaboradores (2013) demonstraram através de uma meta-análise que a justiça está positivamente associada a estados emocionais positivos, e negativamente associada a estados emocionais negativos.

A investigação que examina a relação entre a justiça e a autorregulação é ainda escassa. Uma exceção importante é o trabalho de Loseman e Van den Bos (2012) que sugere que lidar com ameaças à CMJ envolve processos autorregulatórios. Especificamente, os resultados de dois estudos demonstram que numa situação em que os recursos para a autorregulação estão diminuídos (i.e., estado de esgotamento do ego induzido através de uma tarefa que consistia em riscar todas as letras “e” num texto apenas quando não estavam ao lado de outra vogal ou estavam separados de outra vogal por apenas uma consoante), a reação a uma vítima inocente (relativamente a um alegado crime de violação) é mais negativa. Nesse mesmo sentido, quando se utiliza uma

estratégia de autoafirmação, reconhecida com capacidade para repor a autorregulação, a tendência em culpabilizar vítimas inocentes diminui. Esta investigação suporta a existência de uma relação entre a justiça e a autorregulação, especificamente que lidar com ameaças à CMJ utiliza recursos de autorregulação.

A (in)justiça e o consumo

O impacto da justiça e do merecimento nas decisões de consumo diárias já foi previamente investigado, apesar de escassamente (Cavanaugh, 2014; Hafer et al., 2018; Khan & Dhar, 2006; Wilson & Darke, 2012; White et al., 2012). Apesar da pouca investigação, o marketing apela ao sentimento de merecimento nas suas comunicações, nomeadamente através de campanhas como “You deserve a break today” (McDonald’s), “You deserve a car this good” (General Motors) e “Because you’re worth it” (L’Oréal; Cavanaugh, 2014). A justiça e o merecimento foram investigados na área do consumo, especificamente no comércio justo (White et al., 2012), na confiança na interação com profissionais de marketing (Wilson & Darke, 2012) e na publicidade (Cavanaugh, 2014; Hafer et al., 2018).

Um dos primeiros estudos que analisou a relação entre a noção de merecimento e o consumo demonstrou que a ativação de um autoconceito positivo aumenta a propensão para o consumo de produtos hedónicos (Khan & Dhar, 2006). Em particular, os autores realizam cinco estudos com manipulações diferentes, no entanto, só referiremos os estudos que envolveram escolhas de consumo. No Estudo 1 pediram a metade dos participantes para imaginarem que se tinham voluntariado para três horas de serviço comunitário e que escolhessem duas das opções disponíveis (i.e., ensinar crianças numa casa de acolhimento ou ajudar na melhoria do ambiente). Os participantes nesta condição revelaram maior propensão em consumir produtos de luxo, nomeadamente calças de ganga de marca, comparativamente com o grupo de controlo que preferiu um produto mais utilitário (i.e., um aspirador). No Estudo 2, os autores pediram aos participantes para imaginarem que tinham recebido um reembolso de \$500 no seu imposto sobre o rendimento (IRS) e, aos participantes na condição experimental, que queriam doar \$100 a uma instituição de caridade. Após uma tarefa de distração, pediram que imaginassem que queriam comprar um novo par de óculos de sol com o dinheiro do reembolso. Como previsto, os participantes do grupo experimental (i.e., os que tinham doado os \$100) demonstraram-se mais propensos a comprar uns óculos de sol mais caros e luxuosos (vs.

óculos menos luxuosos). Estes resultados dão suporte à literatura que indica que a noção de merecimento, que advém de uma ação social, tem impacto nas escolhas de consumo.

Cavanaugh (2014) realizou cinco estudos com vista a compreender a relação entre a noção de merecimento e a publicidade, em particular, a percepção de merecimento relativa a relacionamentos de amizade, familiares e românticos, e o consumo hedónico. Os dados sugerem que os consumidores tendem a consumir de forma hedónica quando se sentem merecedores, e restringem este consumo quando se sentem pouco dignos. Em particular, esta investigação apresentou evidência de que relembrar os consumidores de importantes relacionamentos que têm (e.g., amigos chegados, parceiros românticos), conduz a um maior sentimento de merecimento, o que aumenta a tendência para o consumo hedónico. No entanto, se estes forem lembrados de um relacionamento que não têm, sentem-se menos merecedores e tendem a restringir este tipo de consumo. Esta tendência verificou-se através da escolha entre dois produtos (i.e., económico vs. caro) de quatro categorias diferentes (i.e., bálsamo labial, shampoo, creme de mãos e fragância). Após serem controlados outros fatores, os participantes com maior sentimento de merecimento revelaram maior probabilidade de escolha dos produtos na versão cara (vs. económica). Desta forma, Cavanaugh (2014) demonstrou a influência que a noção de merecimento pode ter na esfera do consumo, nomeadamente hedónico.

A relação entre justiça e o comércio justo - movimento que visa fixar preços justos para os produtores, aliviar a pobreza e ajudar os produtores que sofrem com o modelo económico tradicional - foi investigada por White e colaboradores (2012), demonstrando que, quando se percebe uma elevada injustiça no comércio (i.e., pagamentos baixos aos produtores em situação duradoura) e a restauração da mesma é incerta ou não está disponível, os consumidores diminuem a propensão para apoiar o comércio justo. Quando o potencial de restauração da justiça era baixo (e.g., 20% do dinheiro utilizado na compra de café é recebido pelos produtores) a propensão para apoiar o comércio justo foi menor, comparativamente com a condição em que o potencial de restauração da justiça era elevado (e.g., 90% do dinheiro utilizado na compra de café é recebido pelos produtores). Nesta condição os consumidores podiam ajudar significativamente os produtores ao comprar o seu café porque grande parte do dinheiro era recebido pelos mesmos. Esta relação foi moderada pela sensibilidade face à justiça, nomeadamente pela CMJ e pelo tipo de produto (hedónico vs. utilitário). Em particular, quando se tratava de um produto hedónico (i.e., barra de chocolate), os participantes com CMJ elevada revelam uma

intenção de compra de um produto de comércio justo maior, numa situação em que o potencial de restauração da justiça é elevado (i.e., 90% do dinheiro utilizado na compra de café é recebido pelos produtores). Quando o produto era utilitário (i.e., barra nutricional) os participantes com CMJ elevada não revelam diferenças na intenção de compra de um produto de comércio justo em função do potencial de restauração da justiça (i.e., ser elevado ou baixo). Esta investigação tem implicações práticas ao nível da comunicação de ações pró-sociais e reforça a adequação da análise da CMJ na investigação sobre consumo hedónico (White et al., 2012).

Também Wilson e Darke (2012) publicaram uma investigação com o objetivo de compreender a forma como os consumidores confiam nos profissionais de marketing durante interações no decorrer de decisões de compra. Os resultados deste estudo demonstram que os consumidores com uma CMJ mais elevada confiam mais nos profissionais de marketing, numa situação em que estes sugerem duas alternativas de produtos (i.e., câmaras digitais) de toda a gama disponível. Neste sentido, verificaram que a CMJ opera como uma ilusão positiva (*optimistic trust effect*) que ajuda os consumidores a lidar com maior confiança perante situações ameaçadoras no contexto de compra, porque confiam mais nos profissionais (Wilson & Darke, 2012). Estes resultados suportam a literatura que indica que uma CMJ elevada tem várias consequências positivas tais como, por exemplo, maior satisfação com a vida em geral e bem-estar.

No mesmo sentido, Hafer e colaboradores (2018) pretenderam compreender a relação entre a noção de merecimento e a publicidade. Neste caso, estudaram a eficácia da publicidade de produtos de luxo que afirma que os consumidores merecem um produto (e.g., Porque eu mereço; L'Oréal). Em específico, demonstraram que a eficácia deste tipo de publicidade depende de algumas características dos consumidores, nomeadamente é mais eficaz para consumidores com uma CMJ elevada, e menos eficaz para consumidores com maior conhecimento acerca do produto. Os dados sugerem que o impacto desses anúncios nos consumidores é mediado pela CMJ. Especificamente, porque os anúncios correspondem à visão do mundo destes consumidores e porque estes se sentem justificados a comprar o produto (Hafer et al., 2018). Esta investigação sugere que a CMJ é uma variável essencial no estudo deste tipo de publicidade.

Os estudos apresentados indicam que a perceção de (in)justiça pode ser importante para o comportamento alimentar. Desta forma, considerou-se relevante controlar a CMJ dos participantes, que se descreve na secção do método. De seguida, irá ser abordada

investigação que suporta indiretamente o modelo conceptual apresentado, acerca das emoções e da sua relação com o consumo, a autorregulação e a justiça.

As emoções e a sua relação com o consumo, a autorregulação e a (in)justiça

Relativamente a emoções negativas, a ligação que existe entre estados emocionais mais negativos e falhas na autorregulação é robusta. As pessoas que experienciam este tipo de emoções procuram sentir-se melhor imediatamente e, para isso, cedem às tentações mesmo quando esse comportamento pode ser contrário aos seus interesses e objetivos a longo prazo (Tice et al., 2001). Por um lado, pensa-se que o estado de esgotamento do ego possa aumentar a vulnerabilidade do próprio a emoções negativas, presumivelmente porque as defesas estão enfraquecidas (Baumeister & Vohs, 2016). Por outro lado, as emoções negativas podem ser utilizadas deliberadamente como uma justificação para enveredar em consumos hedónicos, nomeadamente consumo de lanches não saudáveis (De Witt-Hubers et al., 2012b). Uma das explicações para esta relação assenta no facto de emoções negativas alterarem o foco do próprio para o presente, enquanto que para controlar os impulsos é desejável que este tenha o foco em objetivo a longo-prazo. Neste sentido, Tice e colaboradores (2001) demonstraram que, quando se pensa que o estado de espírito não se vai alterar, as emoções negativas não alteram as tendências de consumo. Através desta revisão conclui-se que as emoções negativas impactam a capacidade do próprio em regular o seu comportamento.

Relativamente às emoções, a literatura apresenta resultados pouco consensuais e com várias hipóteses para explicar a relação entre as emoções e o consumo alimentar. Ainda assim, é inequívoco que as emoções têm um papel decisivo nas escolhas de consumo que fazemos diariamente, nomeadamente escolhas alimentares (Andrade, 2005). A investigação indica que estados emocionais negativos e positivos tendem a conduzir a preferências por tipos de alimentos diferentes (hedónicos vs. cumpridores de objetivos a longo prazo), resta compreender em que sentido (Gardner et al., 2014; Garg et al., 2007; Labroo & Patrick, 2009; Macht et al., 2002).

Os dados sugerem que emoções mais positivas (induzidas através de instrumentos) estão associadas a menor consumo de um produto alimentar hedónico (i.e., Pipocas e M&M's) e preferência por chocolate (Macht et al., 2002; Garg et al., 2007; Labroo & Muckhopachyay, 2009). No entanto, este efeito apenas ocorre quando a emoção é considerada fugaz, ao invés de duradoura, o que sugere que a preferência por este tipo

de alimentos é uma forma de manter a emoção positiva por mais tempo. Relativamente a emoções negativas (e.g., stress, tristeza, aborrecimento, estado depressivo), os dados não são inequívocos e indicam que, por um lado, diminuem a motivação e a tendência em consumir chocolate (Macht et al., 2002) e, por outro, estão associados a maior desejo em consumir chocolate, maior quantidade de consumo de alimentos hedónicos (pipocas e M&M's) e maior quantidade de porção consumida (Chua et al., 2004; Grag et al., 2007; Willner et al., 1998). Ainda, situações aborrecedoras do quotidiano parecem aumentar o consumo de gorduras e açúcares em lanches entre refeições, assim como diminuir o consumo de frutas e vegetais nas refeições principais (O'Connor et al., 2008; Wallis & Hetherington, 2009).

Estes estudos dão algum suporte teórico à presente investigação, uma vez que são poucos os estudos que abordam a injustiça e consumo, ou a injustiça e a autorregulação. Apesar da pouca investigação nestas relações, é consensual o impacto negativo que a justiça tem nas emoções e no bem-estar dos indivíduos, tal como o efeito que estes estados emocionais negativos (e.g., tristeza, stress, raiva) têm na diminuição da autorregulação. Esta, por sua vez, é um determinante forte nas escolhas alimentares do quotidiano. Tendo em consideração o referido, pretende-se analisar o efeito direto que a injustiça pode ter no consumo alimentar e qual é o papel da autorregulação nesta relação.

O presente estudo

A análise da literatura apresentada sugere que a exposição a uma situação de injustiça influencia a intenção de consumo de alimentos através do impacto na capacidade de autorregulação. No presente estudo iremos considerar o efeito da (in)justiça na intenção de consumir alimentos, analisando separadamente o seu impacto no aumento da intenção de consumir alimentos menos saudáveis e na diminuição da intenção de consumir alimentos mais saudáveis. Ainda, iremos testar se estes efeitos podem ser mediados por uma diminuição da autorregulação. Como tal, e para confirmar estas assunções, foram desenvolvidas as seguintes hipóteses:

H1: A intenção de consumo de alimentos menos saudáveis é mais elevada na condição injusta, comparativamente com a condição justa.

H2: A intenção de consumo de alimentos mais saudáveis é mais baixa na condição injusta, comparativamente com a condição justa.

H3: A autorregulação explica a relação entre (in)justiça e o aumento da intenção de consumo de alimentos menos saudáveis.

H4: A autorregulação explica a relação entre (in)justiça e a redução da intenção de consumo de alimentos mais saudáveis.

Capítulo 2 - Método

Participantes e delineamento

Um total de 175 participantes¹ (89% mulheres) com idades compreendidas entre os 18 e os 63 anos de idade ($M = 24.28$, $DP = 7.36$), maioritariamente residentes da área metropolitana de Lisboa (45%) colaboraram voluntariamente no estudo, não havendo incentivos à participação. Todos os participantes são estudantes de licenciatura, sendo que esta e a maioria foram os únicos critérios de participação. Foi selecionada esta população (i.e., estudantes de licenciatura) porque, para manipular a (in)justiça, foi utilizada uma medida que representa um cenário da esfera estudantil e que foi previamente testada em alunos de secundário (Correia et al., 2017). Por conveniência, essa medida foi ligeiramente alterada para o contexto universitário, em particular, de licenciatura (para consultar os cenários ver Quadro 2.2).

A condição socioeconómica foi acedida através da seguinte pergunta de posicionamento: “Por favor, pense numa escada com 10 degraus, onde se podem colocar os portugueses. No degrau 10 estão as pessoas que estão melhor na vida (os mais ricos, com melhor educação e melhores empregos) e no degrau 1 estão os portugueses que estão pior na vida (os que têm menos dinheiro, menos educação e piores empregos). Em que degrau desta escada se situa?”. Esta foi respondida numa escala de 0 a 10 ($0 = \text{portugueses que estão pior na vida}$ a $10 = \text{portugueses que estão melhores na vida}$; $M = 8.00$, $DP = 1.23$). Foram também colocadas perguntas relativas ao peso, altura, índice de massa corporal (IMC) percebido, tipo de regime alimentar seguido e estado fisiológico. O peso dos participantes varia entre os 40 e os 98 quilos ($N = 165$; $M = 61.35$, $DP = 9.76$) e a altura varia entre 1,50 e 1,95 metros ($N = 172$; $M = 165.59$, $DP = 7.64$). Nestas duas questões, peso e altura, a resposta foi voluntária e, por isso, verificaram-se alterações na amostra de respondentes. O IMC foi posteriormente calculado com base em dois indicadores (i.e., peso e altura) e obteve-se através da divisão do peso corporal (em quilogramas) pelo quadrado da altura do respondente (em metros). A maioria dos participantes (78%) apresentava um IMC considerado normal. Foi ainda avaliado o IMC percebido, isto é, foi questionado o peso face a pessoas da mesma altura, idade e sexo

¹ 522 participantes iniciaram a resposta ao questionário, sendo que 209 concluíram a participação ao questionário. Destes 209, eliminaram-se 34 participantes que não seguiram as instruções relativas à leitura dos cenários experimentais, obtendo-se assim uma amostra final de 175 participantes. Para mais detalhes relativamente aos critérios de exclusão de participantes, ver a secção “Questões de controlo e verificação da manipulação”.

numa escala de 7 pontos (1 = *muito abaixo da média* a 7 = *muito acima da média*; $M = 4.32$, $DP = 1.08$). Testes *t-student* demonstram a ausência de diferenças significativas referentes às características sociodemográficas entre as condições experimentais, $p \geq .325$. Para aceder ao estado fisiológico dos participantes pediu-se que respondessem em que grau concordavam com cinco afirmações - “Sinto-me cansado”; “Sinto-me energético”; “Sinto-me esfomeado”; “Sinto-me com alguma fome” e “Sinto-me com algum apetite”, utilizando uma escala de 7 pontos (1 = *Discordo totalmente* a 7 = *Concordo totalmente*). Estes itens foram recodificados (à exceção de “Sinto-me energético”), e integrados numa variável compósita (alfa de *Cronbach* de .72), sendo que medidas mais elevadas representam estados fisiológicos mais positivos ($M = 4.31$, $DP = 1.24$). A caracterização sociodemográfica de alguns parâmetros da amostra pode ser consultada no Quadro 2.1

Quadro 2.1

Caracterização da Amostra

	<i>n</i>	<i>%</i>
Sexo		
Feminino	157	89.71
Masculino	18	10.29
Área de Residência		
Área metropolitana de Lisboa	79	45.14
Centro	47	26.86
Norte	41	23.43
Algarve	6	3.43
Alentejo	1	0.57
Condição Socioeconómica		
3	3	1.71
4	14	8.00
5	50	28.57
6	42	24.00
7	45	25.7
8	21	12.00
Regime Alimentar		
Regular/Omnívoro	137	78.29
Vegetariano	16	9.14

Vegano	3	1.71
Outro	19	10.86
Índice de Massa Corporal (IMC) ^a		
Baixo peso (i.e., $IMC \leq 18.49$)	15	9.26
Peso normal (i.e., $18.5 \geq IMC \leq 24.99$)	121	74.69
Excesso de peso (i.e., $25 \geq IMC \leq 29.99$)	20	12.35
Obesidade grau I (i.e., $30 \geq IMC \leq 34,99$)	6	3.43

^a Conforme classificação da WHO (2020).

O presente estudo tem um desenho experimental inter-participantes, distribuídos de forma aleatória por duas condições (condição justa e condição injusta; $n = 88$ e $n = 87$, respetivamente).

Instrumentos e procedimento

De forma a testar as hipóteses delineadas, foi desenvolvido um questionário na plataforma online Qualtrics, que foi posteriormente partilhado em redes sociais e através de contactos diretos (Anexo A). Por este motivo, a amostra foi recolhida por conveniência e por método bola-de-neve. Ainda, foi dada oportunidade aos participantes de revelarem o seu interesse em receber os resultados do estudo, quando concluído, através da partilha do seu e-mail. Os participantes iniciaram a resposta ao questionário depois de aceitarem o consentimento informado que reforçava o carácter voluntário e anónimo da participação.

Manipulação da (in)justiça

A (in)justiça foi manipulada através da apresentação de dois excertos adaptados de Correia e colaboradores (2017), que representam um cenário de realização de um teste de avaliação por estudantes de licenciatura (ver Quadro 2.2). Os participantes foram instruídos para lerem com atenção o texto que lhes iria ser apresentado no ecrã e que se imaginassem naquela situação. Foram ainda avisados que no fim do questionário iriam ser feitas algumas perguntas acerca do mesmo.

É relevante salientar que este excerto inclui as três formas de justiça aceites de forma consensual na literatura (i.e., justiça distributiva, processual e da interação). A justiça distributiva é adotada quando os resultados são consistentes com as normas implícitas de alocação de resultados, tais como a equidade ou igualdade (Colquitt, 2001). É possível constatar pelo excerto da situação injusta que os resultados obtidos por ambos os estudantes não são proporcionais ao esforço que investiram na tarefa. Já a justiça

processual refere-se aos procedimentos utilizados para decidir ou atribuir um recurso, e é adotada através da voz durante um processo de tomada de decisão, influência sobre o resultado ou pela utilização de critérios justos durante o processo, como consistência, não enviesamentos, correção, representação, precisão e ética (Colquitt, 2001). Para este tipo de justiça são relevantes dois tipos de controlo, nomeadamente controlo do processo e controlo da decisão (Thibaut & Walker, 1975, citado por Correia, 2010). O material apresentado sublinha a inexistência deste tipo de justiça pela falta de voz de um dos estudantes acerca do processo, comparativamente com um colega. Por último, a justiça da interação refere-se à componente relacional do processo, nomeadamente um tratamento educado, atencioso e justo dos indivíduos pelas autoridades (Bies & Moag, 1986, citado por Correia, 2010). O caso apresentado pelo excerto reforça uma interação pouco simpática por parte do professor, na sequência do pedido de um dos alunos para consultar a prova.

Quadro 2.2

Estímulos apresentados para a manipulação da (in)justiça

Condição Justa	Condição Injusta
<p>“Tu encontras-te no último ano da Licenciatura e apenas a um exame de terminar o curso. Este exame, por ser de uma Unidade Curricular muito exigente e com grande peso na nota final do curso, tem de ser realizado em época especial, o que significa que é a tua última oportunidade para o realizares e concluíres a Licenciatura.</p> <p>A nota deste exame é decisiva para a média final, muito importante no que respeita ao acesso a um curso de Mestrado que possas vir a realizar no futuro, bem como em termos de empregabilidade na tua área profissional. Assim, tens vindo a esforçar-te muito para este exame, deixando até de sair com amigos ou ir a festas.</p>	
<p>No dia da prova, tu e outro/a estudante recebem exames com um grau de dificuldade absolutamente adequado ao nível de exigência da Unidade Curricular e indicações claras, por parte do professor, relativamente à cotação das questões, o que vos leva a tomar opções de escolha vantajosas quanto a responder ou não a algumas delas.</p>	<p>No dia da prova, recibes um exame com um grau de dificuldade excessivamente elevado e indicações erradas, por parte do professor, quanto à cotação das questões, o que te leva a fazer escolhas desvantajosas relativamente a responder ou não a algumas delas. Por outro lado, outro/a estudante recebe uma prova com um grau de dificuldade absolutamente adequado ao nível de exigência da Unidade Curricular e indicações claras, por parte do professor, relativamente à cotação das questões, o que o/a leva a tomar opções de escolha vantajosas quanto a responder ou não a algumas delas.</p>

<p>Além disso, o conteúdo e o formato dos exames estão de acordo com as informações que o professor tinha dado antecipadamente</p>	<p>Além disso, o conteúdo e o formato do teu exame não estão de acordo com as informações que o professor tinha dado antecipadamente, ao contrário do que acontece com o/a outro/a estudante, cujo conteúdo e formato do exame estão de acordo com as indicações anteriormente dadas.</p>
<p>Alguns dias após a realização do exame, a pauta com os resultados é lançada e tanto tu como o/a outro/a estudante solicitam ao professor uma consulta da prova. Este acede ao pedido e ambos podem consultar o exame, concluindo que a prova foi bem cotada e que ambos tiveram a nota merecida. Tu e o outro/a estudante são aprovados na Unidade Curricular.”</p>	<p>Alguns dias após a realização do exame, a pauta com os resultados é lançada e tanto tu como o/a outro/a estudante solicitam ao professor uma consulta da prova. Este acede ao pedido do/a outro/a estudante, mas recusa o teu, afirmando que é mesmo assim e que “também é preciso ter sorte com os testes”. No final, o/a outro/a estudante pode consultar o exame e tu não. Chumbas a prova e só poderás repeti-la no próximo ano.”</p>

Questões de controlo e verificação da manipulação

Como forma de confirmar que os participantes leram atentamente os cenários, foram colocados cinco pares de afirmações, sendo que foi pedido aos participantes que escolhessem a afirmação que alegadamente aconteceu no seu caso, referente ao texto que leram inicialmente. Designadamente: “Encontravas-te no primeiro/último ano de Licenciatura”; “O exame foi realizado em época normal/especial”, “O exame tinha um grau de dificuldade excessivamente elevado/grau de dificuldade adequado”, “O professor aceitou a consulta da prova/recusou a consulta da prova”, “Passaste no exame/Chumbaste no exame”. Foram excluídos os participantes que erraram duas ou mais afirmações, ou participantes que erraram a última afirmação, sendo excluídos 34 (16%) participantes da amostra inicial de 209, atingindo assim a amostra final de 175 respostas válidas e completas. Adicionalmente, para verificar a perceção de justiça, pediu-se aos participantes que indicassem o grau de justiça da situação que leram através de uma escala de 7 pontos (*1= Situação injusta a 7=Situação justa*).

Intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis

Após esta primeira tarefa, foi mencionado que a participação no primeiro estudo teria terminado e pediu-se colaboração numa tarefa independente de avaliação de alimentos (*cover story*). A instrução para a tarefa foi a seguinte: “Pedimos-lhe a sua colaboração numa tarefa rápida de avaliação de alimentos. A sua tarefa será apenas a de indicar, para

cada alimento, a sua intenção de consumo durante a próxima semana”. A intenção de consumo para cada alimento foi acedida através de uma escala de 7 pontos (1 = *Provavelmente não vou consumir* a 7 = *Provavelmente vou consumir*).

Especificamente, foi apresentado um conjunto de 26 imagens de alimentos (uma imagem por ecrã), em ordem aleatória, sendo que metade representam alimentos mais saudáveis, e a outra metade, alimentos menos saudáveis. Estas imagens pertencem a uma base de estímulos alimentares - *food-pics* (Blechert et al., 2014) - e foram devidamente validados com uma amostra portuguesa por Prada e colaboradores (2017). Especificamente, neste último estudo, as imagens foram avaliadas num conjunto de dimensões avaliativas, como a perceção de salubridade dos alimentos (1 = *Nada Saudável* a 10 = *Muito Saudável*). Os dois conjuntos de estímulos foram selecionados com base nesta dimensão (elevada salubridade: $7.97 \geq M \geq 9.10$ versus baixa salubridade: $1.35 \geq M \geq 4.33$). Procurou-se ainda controlar para outras dimensões como: nível de ativação/*arousal* médio e elevado ($M \geq 5.17$), gostabilidade/*liking* elevado ($M \geq 6.90$), familiaridade/*familiarity* elevada e média ($M \geq 6.67$), frequência de consumo/*frequency of consumption* média e elevada ($M \geq 4.74$), desejo de comer/*desire to eat* médio e elevado ($M \geq 6.52$) e sabor/*palatability* elevada ($M \geq 7.00$). Com base nestes critérios, encontrou-se um total de 18 itens percebidos como mais saudáveis e 16 itens como menos saudáveis. Como forma de obter o mesmo número de itens, foram eliminadas as imagens que apresentavam o mesmo alimento-base (i.e., imagens 22, 131, 168, 264, 371, 391, 406, 409). O conjunto final de estímulos pode ser consultado no quadro seguinte (Figura 2.1) Posteriormente, como forma de garantir a confiabilidade das categorias, foi realizada uma compósita de itens saudáveis ($M = 4.73$) e de itens não saudáveis ($M = 3.34$), que apresentou uma alfa de *Cronbach* de .79 e .91, respetivamente.

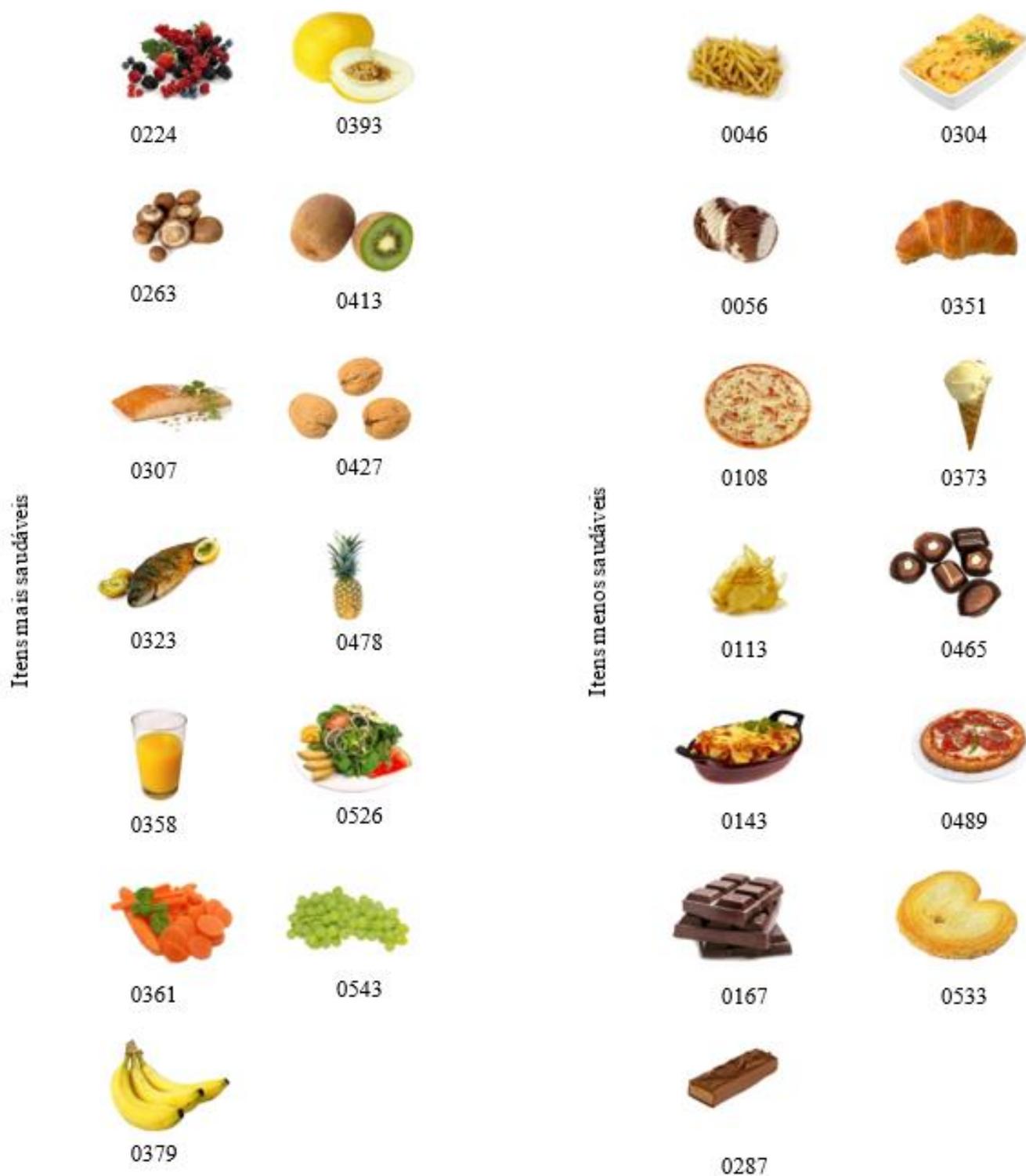


Figura 2.1. Estímulos utilizados para medir a intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis

Nota. A numeração das imagens corresponde à numeração dada na base de dados *Food-Pics* (Blechert et al., 2014) validada para a população portuguesa (Prada et al., 2017).

Autorregulação

A autorregulação foi avaliada através da tradução portuguesa do *Self-Regulation of Eating Behaviour Questionnaire for adults* (Kliemann et al., 2016) que inclui cinco itens. A instrução para o preenchimento do questionário consistiu em pedir aos participantes que assinalassem as opções com que mais se identificassem utilizando uma escala de 5 pontos (1 = *Nunca* a 5= *Sempre*). Foi também esclarecido o significado de comida tentadora e de intenções alimentares com a seguinte informação: “Comida tentadora é qualquer comida que deseje comer mais do que pensa que deveria. Intenções alimentares referem-se à forma como pretende alimentar-se, por exemplo, pode evitar alimentos tentadores ou comer alimentos mais saudáveis”. Para a análise foram recodificados alguns itens (i.e., “Eu desisto facilmente das minhas intenções alimentares”; “Eu desvio-me facilmente das minhas intenções alimentares”; “Eu acho difícil lembrar-me de tudo o que comi durante o dia”), de forma a que valores mais elevados representam uma capacidade autorregulatória mais forte ($M = 3.51$, $DP = .63$). O alfa de *Cronbach* da escala é de .72.

Variáveis de controlo

Foram controladas algumas variáveis que podiam afetar as relações propostas, para além do efeito da variável mediadora – autorregulação

Estado de espírito

Para avaliar o estado de espírito dos participantes recorreu-se aos cinco diferenciais semânticos propostos por Garcia-Marques (2004), respondida através de uma medida bipolar com 7 pontos. Nesta tarefa pediu-se aos participantes que indicassem como se sentiam naquele preciso momento. Foi necessária a inversão de alguns itens da escala (i.e., Descansado/Cansado; Bem/Mal; Positivo/Negativo), de forma a que valores mais elevados correspondam a um estado de espírito mais positivo ($M = 4.44$, $DP = 1.24$). O alfa de *Cronbach* da escala é de .83.

Crença num mundo justo

A CMJ foi medida através da *Personal e General Belief in a Just World Scale* de Dalbert (1999). Especificamente, pediu-se aos participantes que indicassem em que medida concordavam com um conjunto de 13 afirmações (e.g., “Na minha vida a injustiça acontece raramente”; “Basicamente, o mundo em que vivemos é justo”; “De uma maneira geral, as pessoas merecem aquilo que lhes acontece”; “Em geral, eu mereço o que me

acontece”), utilizando escala de 7 pontos (1 = *Discordo totalmente* a 7 = *Concordo totalmente*; $M = 3.88$, $DP = .90$). O alfa de *Cronbach* da escala é de .85.

Capítulo 3 - Resultados

A análise de dados foi realizada com recurso ao programa SPSS da *IBM Statistics 26*, recorrendo-se essencialmente à *Macro Process* desenvolvida por Hayes (2013) como forma de testar a mediação. Seguiu-se o Model 4 com 5000 *bootstrapping resamples* e um intervalo de confiança de 95% (Preacher & Hayes, 2008). Como forma de analisar se existiam efetivamente diferenças entre os participantes das condições experimentais (justiça vs. injustiça) foi aplicado o teste *t-student* para amostras independentes.

Análises preliminares da (in)justiça

Como esperado, o grau de justiça percebido na condição justa ($M = 6.39$, $DP = 1.09$), foi superior do que na condição injusta ($M = 1.34$, $DP = 0.76$), $t(173) = 35.52$, $p < .001$, 95% IC = [4.76, 5.32]. Estes resultados sugerem que a manipulação de (in)justiça através dos cenários foi bem-sucedida.

Como forma de analisar a existência de diferenças entre os grupos relativamente às variáveis de controlo, foram realizadas algumas análises que se encontram resumidas no Quadro 3.1.

Quadro 3.1

Valores médios de autorregulação, estado de espírito, CMJ e estado fisiológico para a amostra geral e por condição experimental

Variáveis	Amostra Geral ($n = 175$)		Condição Justa ($n = 88$)		Condição Injusta ($n = 87$)		Teste t^a	Effect Size (d de Cohen)
	M	DP	M	DP	M	DP		
Autorregulação	3.51	.63	3.62	.57	3.40	.67	2.35*	0.34
Estado de espírito	4.44	1.24	4.52	1.24	4.37	1.25	0.82	0.11
CMJ	3.88	.90	3.8	.87	3.95	.92	-1.20	0.17
Estado Fisiológico	4.31	1.24	4.36	1.23	4.26	1.25	0.53	0.08

^a Valores de teste t para as diferenças entre as condições (i.e., justa vs. injusta)

* $p < .050$, ** $p < .010$, *** $p < .001$

Como podemos observar no Quadro 3.1, não se verificaram diferenças entre as duas condições experimentais ao nível do estado de espírito, CMJ e estado fisiológico. Já no que diz respeito à autorregulação, verificou-se que a autorregulação foi superior

na condição justa ($M = 3.62$, $DP = 0.57$), comparativamente com a condição injusta ($M = 3.40$, $DP = 0.67$, $n = 87$), $t(173) = 2.35$, $p = .020$; 95% IC = [0.03, 0.41].

Impacto da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos

Como esperado, a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis foi superior na condição injusta ($M = 3.66$, $DP = 1.46$, $n = 87$), comparativamente à condição justa ($M = 3.02$, $DP = 1.42$, $n = 88$), $t(173) = -2.92$, $p = .004$, 95% IC = [-1.07, -0.21], verificando-se assim a Hipótese 1 (ver Figura 3.1). Relativamente à intenção de consumo de alimentos mais saudáveis, não se verificaram diferenças entre a condição injusta ($M = 4.80$, $DP = 1.11$, $n = 87$) e a condição justa ($M = 4.66$, $DP = 1.23$, $n = 88$), $t(173) = -0.79$, $p = .43$; 95% IC = [-0.49, 0.21], não se verificando a Hipótese 2.

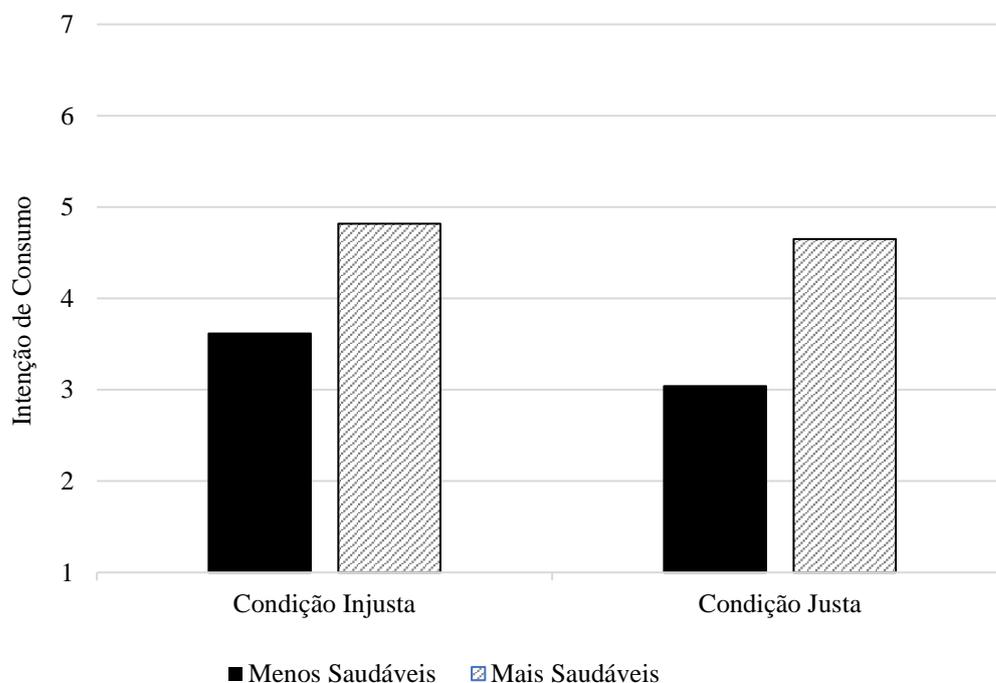
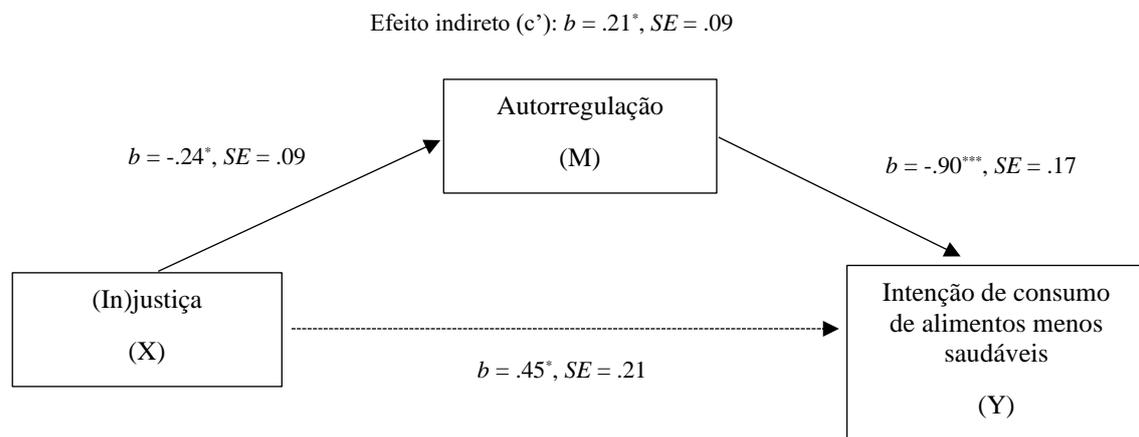


Figura 3.1. *Intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis nas condições de justa e injusta.*

Análise de mediação da autorregulação na relação entre a (in)justiça e a intenção de consumo de alimentos

Como forma de analisar se a relação entre a (in)justiça e a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis foi mediada pela autorregulação, testando assim a Hipótese 3, realizou-se um modelo de mediação (ver Quadro 3.2). O modelo de mediação explicou 19% da variação da intenção de consumo de alimentos menos saudáveis ($R^2 = .19$), $F(4,$

170) = 10.19, $p < .001$. Já a injustiça teve efeito direto e negativo na autorregulação ($b = -.24$), $t = -2.57$, $p = .01$. Para além disto, verificou-se também que a injustiça teve efeito direto e significativo na intenção de consumo de alimentos menos saudáveis ($b = .45$), $t = 2.18$, $p = .03$. Isto significa que a injustiça influenciou a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis por si só, mesmo na ausência de outras variáveis, como é possível constatar pela Figura 3.2. No entanto, também o efeito indireto foi positivo ($b = .21$, 95% IC = [.05, .41]), o que significa que a injustiça tem efeito na intenção de consumo de alimentos menos saudáveis através da autorregulação. Como o efeito indireto é menor que o efeito total ($b = .21$, 95% IC = [.05, .41]; $b = .67$, $p = .003$, 95% IC = [.23, 1.10], respetivamente) podemos concluir que estamos perante uma mediação parcial. Estes resultados suportam a Hipótese 3, isto é, a autorregulação contribui para explicar a relação entre a injustiça e a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis.



* $p < .050$, ** $p < .010$, *** $p < .001$

Figura 3.2. Modelo de mediação da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos menos saudáveis e a autorregulação

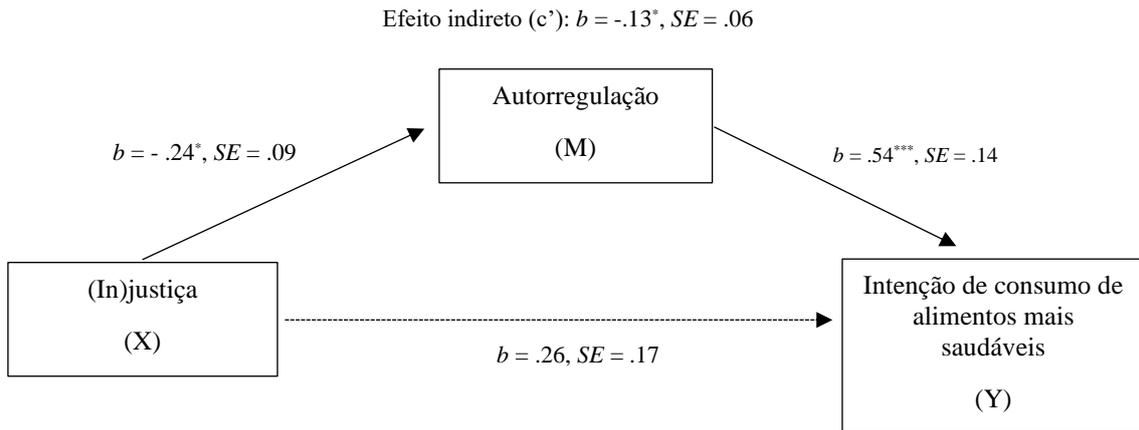
Quadro 3.2

Quadro de resultados de regressão para o modelo de mediação para os alimentos menos saudáveis

Variáveis independentes	Autorregulação		Intenção de consumo de alimentos menos saudáveis	
	<i>b</i>	Erro- padrão (SE)	<i>b</i>	Erro-padrão (SE)
<i>Efeito total</i>				
Constante			2.89***	0.63
(In)justiça			0.67**	0.22
<i>Efeito direto</i>				
Constante	3.18***	0.27	5.76***	0.79
(In)justiça	-0.24*	0.09	0.45*	0.21
Autorregulação			0.90***	0.17
<i>Efeito indireto</i>				
	<i>Coef.</i>	<i>Erro-padrão</i>	95% Bootstrap IC	
	-0.13	0.06	0.05	0.41

* $p < .050$, ** $p < .010$, *** $p < .001$

Como forma de analisar se a relação entre a (in)justiça e a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis foi mediada pela autorregulação, testando assim a Hipótese 4, realizou-se um modelo de mediação (ver Quadro 3.3). Foi possível concluir que o modelo de mediação explicou 11% da variação da intenção de consumo de alimentos mais saudáveis ($R^2 = .11$), $F(4, 170) = 5.17$, $p < .001$. Novamente, a injustiça teve efeito direto e negativo na autorregulação ($b = -.24$), $t = -2.57$, $p = .01$. Verificou-se que o efeito direto da injustiça na intenção de consumo de alimentos mais saudáveis não foi significativo ($b = .26$, $t = 1.50$, $p = .14$). Isto significa que a injustiça não influenciou a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis por si só (ver Figura 3.3). No entanto, o efeito indireto foi negativo e significativo ($b = -.13$, 95% IC = $[-.27, -.02]$), o que significa que a injustiça teve efeito na intenção de consumo de alimentos mais saudáveis, através da autorregulação. Tendo em consideração que o efeito total não foi significativo ($b = .13$, $p = .46$, 95% IC = $[-.22, .49]$), pode concluir-se que ocorreu uma mediação total. Assim, estes dados sugerem que relação entre a injustiça e a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis é explicada pela autorregulação, apoiando assim a Hipótese 4.



* $p < .050$, ** $p < .010$, *** $p < .001$

Figura 3.3. Modelo de mediação da (in)justiça na intenção de consumo de alimentos mais saudáveis e a autorregulação

Quadro 3.3

Quadro de resultados de regressão para o modelo de mediação para os alimentos mais saudáveis

Variáveis independentes	Autorregulação		Intenção de consumo de alimentos mais saudáveis	
	<i>b</i>	Erro-padrão (SE)	<i>b</i>	Erro-padrão (SE)
<i>Efeito total</i>				
Constante			3.58***	0.51
(In)justiça			0.13	0.18
<i>Efeito direto</i>				
Constante	3.18***	0.27	1.86***	0.66
(In)justiça	-0.24*	0.09	0.26	0.17
Autorregulação			0.54***	0.14
<i>Efeito indireto</i>				
	<i>Coef.</i>	<i>Erro-padrão</i>	95% Bootstrap IC	
	-0.13	0.06	-0.27	-0.02

* $p < .050$, ** $p < .010$, *** $p < .001$

Capítulo 4 – Discussão

Esta investigação teve como principal objetivo compreender o impacto da injustiça nas decisões de consumo alimentar diárias. Em particular, pretendeu analisar de que forma a exposição à injustiça impacta a intenção de consumo de alimentos mais e menos saudáveis, e se esta influência se deve a alterações na capacidade autorregulatória. Esta questão de investigação foi operacionalizada através de uma metodologia experimental que demonstrou, como esperado, que a injustiça diminui a autorregulação, e esta diminui a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis e aumenta o consumo de alimentos menos saudáveis.

Os dados sugerem que (1) situações injustas favorecem a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis, (2) a autorregulação explica parcialmente a relação entre a injustiça e o aumento da intenção de consumo de alimentos menos saudáveis, e (3) a autorregulação explica a relação entre a injustiça e a redução da intenção de consumo de alimentos mais saudáveis, confirmando as hipóteses 1, 3 e 4. A segunda hipótese - H2 – não foi verificada, isto é, a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis não diminuiu pela mera exposição a uma situação injusta.

Estes resultados estão teoricamente enquadrados na linha de investigação que aponta para uma relação entre a noção de merecimento e diferentes contextos de consumo (e.g., comércio justo, interação com profissionais de marketing e publicidade; Hafer et al., 2018; Khan & Dhar, 2006; Wilson & Darke, 2012; White et al., 2012). Até ao momento, a injustiça e o consumo alimentar não tinham sido diretamente investigados, no entanto, de forma indireta, alguns autores focaram as suas investigações em compreender a relação entre emoções negativas e o consumo, e concluíram que estados emocionais mais negativos podem potenciar a preferência por alimentos menos saudáveis (e.g., Chua, Touyz & Hill, 2004; Garg, Wansink & Inman, 2007; Labroo & Patrick, 2009; O'Connor et al., 2008; Wallis & Hetherington, 2009). Uma vez que situações injustas potenciam fortes emoções negativas, tais como a tristeza e a raiva (Colquitt et al., 2013; Gollwitzer & Van Prooijen, 2016), e que emoções com esta valência conduzem a uma preferência por alimentos menos saudáveis, esperava-se uma relação entre a injustiça e o consumo alimentar. Conclui-se que, de facto, situações em que a justiça está comprometida concedem maior facilidade ao consumidor em escolher alimentos menos saudáveis, relativamente às opções que estão disponíveis para consumo.

Relativamente aos alimentos mais saudáveis, não se verificaram diferenças na intenção de consumo consoante as condições (i.e., justa e injusta), o que sugere que a exposição à injustiça não tem impacto no consumo alimentar saudável. Estes resultados podem ser compreendidos quando enquadrados na investigação de Shiv e Fedorikhin (1999) que postula que o sabor e o prazer são atributos essencialmente afetivos, e a saúde e a salubridade dos alimentos são principalmente atributos cognitivos. Como tal, quando avaliados os alimentos mais saudáveis, existe uma tendência para a racionalização, enquanto que quando avaliados os alimentos menos saudáveis, há maior propensão para uma avaliação baseada em sentimentos e emoções (Shiv & Fedorikhin, 1999). No entanto, é necessário enquadrar estes resultados com os obtidos na análise de mediação. A injustiça não teve impacto na diminuição de consumo de alimentos mais saudáveis por si só, mas sim quando inserida a autorregulação. Isto significa que a injustiça diminui a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis porque diminui a autorregulação e esta, por sua vez, diminui o consumo de alimentos mais saudáveis.

No que diz respeito à autorregulação, as análises de mediação sugerem que a injustiça afeta negativamente a autorregulação dos indivíduos. Os dados revelaram que a autorregulação foi significativamente diferente entre a condição justa e injusta, enquanto que o estado de espírito, a CMJ e o estado fisiológico foram equivalentes entre condições. Especificamente, a injustiça diminuiu a autorregulação e esta, por sua vez, aumentou a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis e diminuiu a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis. No caso dos alimentos menos saudáveis, os dados suportam que a injustiça impacta positivamente a intenção de consumo por si só, mesmo sem o efeito da autorregulação. No caso dos alimentos mais saudáveis, a injustiça não teve capacidade para diminuir a intenção de consumo por si só, sendo apenas significativa quando controlada a autorregulação. Por isto, conclui-se que a autorregulação é um mecanismo essencial na análise da relação entre a injustiça e o consumo de alimentos.

Esta investigação vai ao encontro dos resultados obtidos por Loseman e Van den Bos (2012), isto é, que existe uma relação entre a injustiça e ameaças à CMJ e a autorregulação. Tal como estes autores demonstraram, quando a autorregulação está diminuída, existe maior dificuldade em lidar com situações injustas, tornando-se mais fácil quando a autorregulação é reposta. Estes resultados sugerem que a injustiça é mais um dos processos que consome o mesmo recurso que, por exemplo, a regulação da emoção, da atenção e do pensamento, resistir a tentações, assimilar informações que são

incoerentes ou inconsistentes ou até mesmo que o stress (e.g., Muraven & Baumeister, 2000; Muraven et al., 1998; Schmeichel et al., 2003; Stucke & Baumeister, 2006; Thau & Mitchell, 2010; Vohs & Heatherton, 2000; Vohs et al., 2008). Neste sentido, esta investigação suporta a teorização que postula a justiça como uma necessidade básica e fundamental inerente a todos os seres humanos (Brosnan & de Waal, 2003; Lerner, 1980). Para além disto, sugere também que, tal como Skarlicki e Rupp (2010) demonstram, situações de injustiça são ameaçadoras mesmo quando acontecem a outras pessoas.

Limitações, sugestões para investigações futuras e implicações práticas

Naturalmente, esta investigação apresenta algumas limitações. A primeira limitação prende-se com a população utilizada no estudo, isto é, pelo facto de cerca de 90% dos participantes do estudo serem do sexo feminino. Esta questão é particularmente relevante porque estamos a estudar o domínio do consumo, e os dados sugerem que as mulheres revelam maior atenção e processamento cognitivo (i.e., resposta neuronal mais forte) de estímulos alimentares, comparativamente com os homens (Cornier et al., 2010). Neste sentido, coloca-se a hipótese dos efeitos provenientes dos instrumentos utilizados (i.e., imagens de alimentos) terem sido eficazes porque a população é mais sensível perante esta temática. Para além disso, seria interessante replicar estes resultados noutra população, uma vez que este estudo se cingiu a estudantes universitários. Por este motivo, sugere-se que em investigações futuras se tenha em consideração a inclusão de mais participantes do sexo masculino de forma a verificar se os resultados se mantêm, e a utilização de instrumentos de manipulação de (in)justiça que permitam generalizar estes resultados para a população em geral.

Uma segunda particularidade desta investigação que pode ser considerada uma limitação prende-se pela inexistência de uma condição neutra. Apesar da condição justa ter sido utilizada como grupo de controlo, uma condição neutra (sem manipulação da justiça) seria relevante para compreender os resultados obtidos para os alimentos mais saudáveis. A intenção de consumo de alimentos mais saudáveis não se verificou significativamente diferente entre as condições (i.e., justa e injusta), e revelou-se em ambas mais elevada, comparativamente com a intenção de consumo de alimentos menos saudáveis. O facto de não ter sido utilizada uma condição neutra não permite concluir se a intenção de consumo de alimentos mais saudáveis foi mais elevada devido ao próprio regime alimentar dos participantes, a deseabilidade social, ou se o excerto utilizado teve algum impacto nesta intenção.

Por último, constitui uma limitação não ter sido medido o estado de espírito dos participantes em duas fases (i.e., antes e depois da apresentação da manipulação da justiça). Apesar de ter sido controlado o estado de espírito e não ter sido verificado nenhum impacto nos resultados nem diferenças entre os grupos, seria relevante ter dados mais concretos relativamente ao estado emocional antes e após a apresentação do excerto utilizado para manipular a (in)justiça. Como no presente trabalho o estado de espírito apenas foi medido após a apresentação do estímulo para medir o consumo (i.e., imagens de alimentos), não é possível analisar se, de facto, a injustiça não impactou negativamente o estado de espírito dos participantes, ou se esta não impactou porque houve uma restauração do estado de espírito através dos alimentos (i.e., pela própria escolha dos alimentos), o que explicaria não existirem diferenças de estado de espírito entre as condições. Isto porque, mesmo que a injustiça tivesse impactado negativamente o estado de espírito, não é possível saber se os alimentos tiveram a capacidade de devolver o estado de espírito ao seu nível basal. Neste sentido, sugere-se a medição do estado emocional dos participantes antes e depois dos cenários, antes de apresentada a medida de consumo de alimentos de forma a que se perceba o impacto da injustiça no estado emocional.

A presente investigação tem implicações a nível teórico e prático. A nível teórico, este estudo não só contribui para a atual evidência experimental limitada no que concerne à relação entre a (in)justiça e o consumo, como também contribui para a investigação na autorregulação através da análise da sua relação com a (in)justiça. Em específico, aborda duas áreas distintas (i.e., justiça e consumo) que foram escassamente estudadas em conjunto. Neste sentido, contribui para a investigação na área da justiça social que tem sido amplamente investigada em vários domínios, nomeadamente no âmbito do trabalho, dos relacionamentos amorosos e da família, da sustentabilidade ambiental e da educação (Sabbagh & Schmitt, 2016), e tem-se centrado em compreender as atitudes negativas face a vítimas inocentes e na vitimização secundária (Hafer & Bègue, 2005). Esperamos conseguir incentivar estudos na área da justiça social em esferas ainda pouco estudadas e despertar curiosidade acerca dos impactos que situações injustas têm no dia-a-dia dos indivíduos, essencialmente como consumidores. Para além disto, este estudo suporta a linha de investigação que tem demonstrado que situações de injustiça são um determinante no estudo da autorregulação (e.g., Loseman & Van den Bos, 2012).

Relativamente às implicações práticas, esta investigação é relevante para os profissionais de marketing e para a área da saúde no geral. Em primeiro lugar, indica um

outro determinante que pode influenciar o consumo de alimentos específicos, o que é relevante para as equipas de marketing e publicidade. Por exemplo, estes resultados sugerem alguma eficiência em publicitar produtos hedónicos, tais como alimentos menos saudáveis, através da utilização de situações injustas. Para além disto, e tendo em consideração estes conhecimentos, levantam-se questões acerca de políticas públicas, nomeadamente para regular este tipo de publicidade através de mensagens que façam referência a comer em menores quantidades. O caso do tabaco e do álcool são bons exemplos para ilustrar esta ideia. Por exemplo, em toda a publicidade de bebidas alcoólicas é obrigatório colocar a mensagem “Seja responsável. Beba com moderação”, tal como no tabaco é obrigatório colocar a mensagem “Fumar mata”. Esta regulamentação tem como objetivo diminuir os efeitos que a respetiva publicidade, ou estratégia de marketing, pode ter na intenção de consumo de álcool das pessoas a quem se dirige, tal como tentar diminuir o consumo de tabaco pelos fumadores. Neste sentido, sugere-se a regulamentação da publicidade que assenta na noção de merecimento e em situações injustas.

Em segundo lugar, esta investigação tem implicações ao nível da saúde e alimentação da população em geral. Ajuda a compreender os motivos pelos quais, muitas vezes, os regimes alimentares e as recomendações nutricionais não são eficientemente seguidos, e existem tantas quebras nas dietas e na adesão a uma alimentação mais saudável. Se os consumidores estiverem cientes que a injustiça pode aumentar a tendência para consumir alimentos não saudáveis e nutricionalmente pouco interessantes, conseguem controlar melhor esta vontade quando estiverem perante uma situação destas, porque conhecem a sua origem e podem converter esta vontade mais facilmente noutras estratégias (e.g., fazer uma corrida). Esta questão é particularmente relevante porque o combate à desnutrição é, atualmente, um dos maiores desafios globais para a saúde (WHO, 2020).

Referências Bibliográficas

- Aaker, J. L., & Lee, A. Y. (2001). "I" seek pleasures and "we" avoid pains: The role of self-regulatory goals in information processing and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 33–49. <https://doi.org/10.1086/321946>
- Andrade, E. B. (2005). Behavioral consequences of affect: Combining evaluative and regulatory mechanisms. *Journal of Consumer Research*, 32(3), 355-362. <https://doi.org/10.1086/497546>
- Azjen. I. (1988). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670-676. <https://doi.org/10.1086/338209>
- Baumeister, R. F. (2003). Ego depletion and self-regulation failure: A resource model of self-control. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 27(2), 281-284. <https://doi.org/10.1097/01.ALC.0000060879.61384.A4>
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Muraven, M., & Tice, D. M. (1998). Ego depletion: Is the active self a limited resource? *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1252-1265. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.5.1252>
- Baumeister, R. F., DeWall, C. N., Ciarocco, N. J., & Twenge, J. M. (2005). Social exclusion impairs self-regulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(4), 589-604. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.4.589>
- Baumeister, R. F., Gailliot, M., DeWall, C. N., & Oaten, M. (2006). Self-regulation and personality: How interventions increase regulatory success, and how depletion moderates the effects of traits on behavior. *Journal of Personality*, 74(6), 1773-1802. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2006.00428.x>
- Baumeister, R. F., & Heatherton, T. F. (1996). Self-regulation failure: An overview. *Psychological Inquiry*, 7(1), 1-15. https://doi.org/10.1207/s15327965pli0701_1
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-Regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115-128. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00001.x>
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2016). Strength model of self-regulation as limited

- resource: Assessment, controversies, update. *Advances in Experimental Social Psychology*, 54, 67-127. <https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2016.04.001>
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 351-355. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x>
- Blechert, J., Meule, A., Busch, N. A., & Ohla, K. (2014). Food-pics: an image database for experimental research on eating and appetite. *Frontiers in Psychology*, 5(617), 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00617>
- Brosnan, S. F., & De Waal, F. B. (2003). Monkeys reject unequal pay. *Nature*, 425(6955), 297-299. <https://doi.org/10.1038/nature01963>
- Cavanaugh, L. A. (2014). Because I (don't) deserve it: How relationship reminders and deservingness influence consumer indulgence. *Journal of Marketing Research*, 51(2), 218-232. <https://doi.org/10.1509/jmr.12.0133>
- Chua, J. L., Touyz, S., & Hill, A. J. (2004). Negative mood-induced overeating in obese binge eaters: an experimental study. *International Journal of Obesity*, 28(4), 606-610. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0802595>
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2013). Justice at the millennium: a meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 199-236. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.86.3.425>
- Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.86.3.386>
- Cornier, M., Salzberg, A., Endly, D., Bessesen, D., & Tregellas, J. (2010). Sex-based differences in the behavioral and neuronal responses to food. *Physiology & Behavior*, 99, 538-543. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2010.01.008>
- Correia, I., & Vala, J. (2003). Crença no mundo justo e vitimização secundária: O papel moderador da inocência da vítima e da persistência do sofrimento. *Análise Psicológica*, 21(3), 341-352. <https://doi.org/10.14417/ap.15>
- Correia, I. (2010). Psicologia social da justiça: Fundamentos e desenvolvimentos teóricos e empíricos. *Análise Psicológica*, 28(1), 7-28. <https://doi.org/10.14417/ap.249>
- Correia, I., Lopes, A. R., Alcântara, P., & Alves, H. (2017). Does injustice reduce

- cognitive performance? An experimental test. *Revista de Psicologia Social*, 32(3), 462-481. <https://doi.org/10.1080/02134748.2017.1352168>
- Dalbert, C. (1999). The world is more just for me than generally: About the personal belief in a just world scale's validity. *Social justice research*, 12(2), 79-98. <https://doi.org/10.1023/A:1022091609047>
- Dalbert, C. (2002). Beliefs in a just world as a buffer against anger. *Social Justice Research*, 15(2), 123-145. <https://doi.org/10.1023/A:1019919822628>
- Dalbert, C. & Donat, M. (2015). Belief in a just world. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2, 487-492. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.24043-9>
- Daly, M., Baumeister, R. F., Delaney, L., & MacLachlan, M. (2014). Self-control and its relation to emotions and psychobiology: Evidence from a Day Reconstruction Method study. *Journal of Behavioral Medicine*, 37(1), 81-93. <https://doi.org/10.1007/s10865-012-9470-9>
- De Witt-Hubers J. C., Evers, C., & De Ridder, D. T. (2012). License to sin: Self-licensing as a mechanism underlying hedonic consumption. *European Journal of Social Psychology*, 42(4), 490-496. <https://doi.org/10.1002/ejsp.861>
- De Witt-Hubers, J. C., Evers, C., & De Ridder, D. T. (2014a). "Because I Am Worth It" A theoretical framework and empirical review of a justification-based account of self-regulation failure. *Personality and Social Psychology Review*, 18(2), 119-138. <https://doi.org/10.1177/1088868313507533>
- De Witt-Hubers, J. C., Evers, C., & De Ridder, D. T. (2014b). Thinking before sinning: reasoning processes in hedonic consumption. *Frontiers in Psychology*, 5(1268), 1-6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.01268>
- Duckworth, A. L., & Seligman, M. E. (2005). Self-discipline outdoes IQ in predicting academic performance of adolescents. *Psychological Science*, 16(12), 939-944. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01641.x>
- Dunn, K., Mohr, P., Wilson, C., & Wittert, G. (2011). Determinants of fast-food consumption. An application of the theory of planned behaviour. *Appetite*. 57(2). 349-57. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.06.004>.
- Ellard, J., Harvey, A., & Callan, M. (2016). The Justice Motive: History, Theory, and Research. In *Handbook of social justice theory and research*. 127-143. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4939-3216-0_7
- Furnham, A. (2003). Belief in a just world: Research progress over the past

- decade. *Personality and Individual Differences*, 34(5), 795-817. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00072-7](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00072-7)
- Gailliot, M. T., Baumeister, R. F., DeWall, C. N., Maner, J. K., Plant, E. A., Tice, D. M., & Schmeichel, B. J. (2007). Self-control relies on glucose as a limited energy source: willpower is more than a metaphor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(2), 325-336. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.2.325>
- Garcia-Marques, T. (2004). A Mensuração da variável “Estado de Espírito” na população Portuguesa. *Laboratório de Psicologia*, 77-94. <https://doi.org/10.14417/lp.778>
- Gardner, M. P., Wansink, B., Kim, J., & Park, S. B. (2014). Better moods for better eating? How mood influences food choice. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 320-335. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.01.002>
- Garg, N., Wansink, B., & Inman, J. J. (2007). The influence of incidental affect on consumers' food intake. *Journal of Marketing*, 71(1), 194-206. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.1.194>
- Gerrits, J. H., O'Hara, R. E., Piko, B. F., Gibbons, F. X., De Ridder, D. T., Keresztes, N., & De Wit, J. B. (2010). Self-control, diet concerns and eater prototypes influence fatty foods consumption of adolescents in three countries. *Health Education Research*, 25(6), 1031-1041. <https://doi.org/10.1093/her/cyq055>
- Gollwitzer, M., & van Prooijen, J. W. (2016). Psychology of justice. In *Handbook of social justice theory and research*, 61-82. Springer.
- Hafer, C. L. (2000). Do innocent victims threaten the belief in a just world? Evidence from a modified Stroop task. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(2), 165. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.2.165>
- Hafer, C. L., & Begue, L. (2005). Experimental research on just-world theory: problems, developments, and future challenges. *Psychological bulletin*, 131(1), 128. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.1.128>
- Hafer, C. L., Bogaert, A. F., & McMullen, S. L. (2001). Belief in a Just World and Condom Use in a Sample of Gay and Bisexual Men. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(9), 1892-1910. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2001.tb00209.x>
- Hafer, C. L., Mantonakis, A., Fitzgerald, R., & Bogaert, A. F. (2018). The effectiveness

- of deservingness-based advertising messages: The role of product knowledge and belief in a just world. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 35(1), 34-46. <https://doi.org/10.1002/CJAS.1406>
- Hafer, C. L., & Sutton, R. (2016). Belief in a just world. In *Handbook of Social Justice Theory and Research*, 145-160. Springer.
- Hagger, M. S., Wood, C., Stiff, C., & Chatzisarantis, N. L. (2010). Ego depletion and the strength model of self-control: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 136(4), 495-525. <https://doi.org/10.1037/a0019486>
- Heatherton, T. F., & Baumeister, R. F. (1996). Self-regulation failure: Past, present, and future. *Psychological Inquiry*, 7(1), 90-98. https://doi.org/10.1207/s15327965pli0701_20
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. *Advances in experimental social psychology*, 30, 1-46. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60381-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60381-0)
- Higgins, E. T. (2000). Making a Good Decision: Value from Fit. *The American Psychologist*, 55, 1217-1230. <https://doi.org/10.1037//0003-066X.55.11.1217>.
- Higgins, E. T., Friedman, R. S., Harlow, R. E., Idson, L. C., Ayduk, O. N., & Taylor, A. (2001). Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride. *European Journal of Social Psychology*, 31(1), 3–23. <https://doi.org/10.1002/ejsp.27>
- Hill, J. O., Wyatt, H. R., Reed, G. W., & Peters, J. C. (2003). Obesity and the environment: where do we go from here? *Science*, 299(5608), 853-855. <https://doi.org/10.1126/science.1079857>
- Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física, IAN-AF 2015-2016 (2017). Relatório de resultados. Disponível em: www.ian-af.up.pt
- Instituto de Marketing Research. (2019a). *Alimentação Saudável: Uma tendência em crescimento*. Retirado de: <https://www.imr.pt/pt/noticias/alimentacao-saudavel-uma-tendencia-em-crescimento>
- Instituto de Marketing Research. (2019b). *Os novos paradigmas do consumo alimentar*. Retirado de: <https://www.imr.pt/pt/noticias/os-novos-paradigmas-do-consumo-alimentar>
- Janssen, H., Davies, I., Richardson, L., & Stevenson, L. (2017). Determinants of takeaway and fast food consumption: a narrative review. *Nutrition Research Reviews*, 31, 1-19. <https://doi.org/10.1017/S0954422417000178>.

- Johnson, F., Pratt, M., & Wardle, J. (2012). Dietary restraint and self-regulation in eating behavior. *International Journal of Obesity*, *36*(5), 665-674.
<https://doi.org/10.1038/ijo.2011.156>
- Kalavana, T., Maes, S., & Gucht, V. (2010). Interpersonal and Self-regulation Determinants of Healthy and Unhealthy Eating Behavior in Adolescents. *Journal of Health Psychology*, *15* (1). 44-52.
<https://doi.org/10.1177/1359105309345168>.
- Khan, U., & Dhar, R. (2006). Licensing effect in consumer choice. *Journal of Marketing Research*, *43*(2), 259-266. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.2.259>
- Kivetz, R., & Simonson, I. (2002). Earning the right to indulge: Effort as a determinant of customer preferences toward frequency program rewards. *Journal of Marketing Research*, *39*(2), 155-170.
<https://doi.org/10.1509/jmkr.39.2.155.19084>
- Kivetz, R., & Zheng, Y. (2006). Determinants of justification and self-control. *Journal of Experimental Psychology: General*, *135*(4), 572–587.
<https://doi.org/10.1037/0096-3445.135.4.572>
- Kliemann, N., Beeken, R., Wardle, J., & Johnson, F. (2016). Development and validation of the Self-Regulation of Eating Behaviour Questionnaire for adults. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, *13*, 1-12.
<https://doi.org/10.1186/s12966-016-0414-6>.
- Labroo, A. A., & Mukhopadhyay, A. (2009). Lay theories of emotion transience and the search for happiness: A fresh perspective on affect regulation. *Journal of Consumer Research*, *36*(2), 242-254. <https://doi.org/10.1086/597159>
- Labroo, A. A., & Patrick, V. M. (2009). Psychological distancing: Why happiness helps you see the big picture. *Journal of Consumer Research*, *35*(5), 800-809.
<https://doi.org/10.1086/593683>
- Lerner, M. J. (1980). *The belief in a just world. A fundamental delusion*. Plenum Press.
- Lipkus, I. (1991). The construction and preliminary validation of a global belief in a just world scale and the exploratory analysis of the multidimensional belief in a just world scale. *Personality and Individual Differences*, *12*(11), 1171–1178.
[https://doi.org/10.1016/0191-8869\(91\)90081-L](https://doi.org/10.1016/0191-8869(91)90081-L)
- Lipkus, I. M., Dalbert, C., & Siegler, I. C. (1996). The importance of distinguishing the

- belief in a just world for self versus for others: Implications for psychological well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(7), 666–677.
<https://doi.org/10.1177/0146167296227002>
- Loseman, A., & van den Bos, K. (2012). A self-regulation hypothesis of coping with an unjust world: Ego-depletion and self-affirmation as underlying aspects of blaming of innocent victims. *Social Justice Research*, 25(1), 1-13.
<https://doi.org/10.1007/s11211-012-0152-0>
- Lucas, T., Alexander, S., Firestone, I., & Lebreton, J. M. (2009). Belief in a just world, social influence and illness attributions: Evidence of a just world boomerang effect. *Journal of Health Psychology*, 14(2), 258-266. <https://doi.org/10.1177/1359105308100210>
- Macht, M., Roth, S., & Ellgring, H. (2002). Chocolate eating in healthy men during experimentally induced sadness and joy. *Appetite*, 39(2), 147-158.
<https://doi.org/10.1006/appe.2002.0499>
- Markovsky, B. (1988). Injustice and arousal. *Social Justice Research*, 2(3), 223-233.
- Mick, D. G., & Faure, C. (1998). Consumer self-gifts in achievement contexts: the role of outcomes, attributions, emotions, and deservingness. *International Journal of Research in Marketing*, 15(4), 293-307. [https://doi.org/10.1016/S0167-8116\(98\)00006-8](https://doi.org/10.1016/S0167-8116(98)00006-8)
- Mischel, W., Shoda, Y., & Peake, P. K. (1988). The nature of adolescent competencies predicted by preschool delay of gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 687-696. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.4.687>
- Mukhopadhyay, A., & Johar, G. V. (2009). Indulgence as self-reward for prior shopping restraint: A justification-based mechanism. *Journal of Consumer Psychology*, 19(3), 334-345. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.02.016>
- Muraven, M., & Baumeister, R. F. (2000). Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle? *Psychological Bulletin*, 126(2), 247-259. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.2.247>
- Muraven, M., Tice, D. M., & Baumeister, R. F. (1998). Self-control as a limited resource: regulatory depletion patterns. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 774-789. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.3.774>
- Nielsen (2017). *Portugueses valorizam a saúde no consumo alimentar*. Retirado de: <https://www.nielsen.com/pt/pt/press-releases/2017/portuguese-value-health-in-food-consumption/>

- O'Connor, D. B., Jones, F., Conner, M., McMillan, B., & Ferguson, E. (2008). Effects of daily hassles and eating style on eating behavior. *Health Psychology, 27*, 1-20. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.27.1.S20>
- Prada, M., Rodrigues, D., Garrido, M. V., & Lopes, J. (2017). Food-pics-PT: Portuguese validation of food images in 10 subjective evaluative dimensions. *Food Quality and Preference, 61*, 15-25. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.04.015>
- Sabbagh, C. & Schmitt, M. (Eds.). (2016). *Handbook of social justice theory and research*. Springer.
- Schmeichel, B. J., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2003). Intellectual performance and ego depletion: Role of the self in logical reasoning and other information processing. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*(1), 33. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.1.33>
- Shiv, B., & Fedorikhin, A. (1999). Heart and mind in conflict: The interplay of affect and cognition in consumer decision making. *Journal of Consumer Research, 26*, 278-292. <https://doi.org/10.14417/ap.249>
- Shoda, Y., Mischel, W., & Peake, P. K. (1990). Predicting adolescent cognitive and self-regulatory competencies from preschool delay of gratification: Identifying diagnostic conditions. *Developmental Psychology, 26*(6), 978. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.26.6.978>
- Skarlicki, D. P., & Rupp, D. E. (2010). Dual processing and organizational justice: The role of rational versus experiential processing in third-party reactions to workplace mistreatment. *Journal of Applied Psychology, 95*(5), 944-952. <https://doi.org/10.1037/a0020468>
- Stucke, T. S., & Baumeister, R. F. (2006). Ego depletion and aggressive behavior: Is the inhibition of aggression a limited resource? *European Journal of Social Psychology, 36*(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/ejsp.285>
- Peluso, T., Ricciardelli, L. A., & Williams, R. J. (1999). Self-control in relation to problem drinking and symptoms of disordered eating. *Addictive Behaviors, 24*(3), 439-442. [https://doi.org/10.1016/S0306-4603\(98\)00089-6](https://doi.org/10.1016/S0306-4603(98)00089-6)
- Prinsen, S., Evers, C., & de Ridder, D. T. (2019). Justified indulgence: self-licensing effects on caloric consumption. *Psychology & Health, 34*(1), 24-43. <https://doi.org/10.1080/08870446.2018.1508683>
- Pickett, K. E., & Wilkinson, R. G. (2015). Income inequality and health: a causal

- review. *Social Science & Medicine*, 128, 316-326.
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2014.12.031>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Ritter, C., Benson, D. E., & Synder, C. (1990). Belief in a just world and depression. *Sociological Perspectives*, 33(2), 235-252.
<https://doi.org/10.2307/1389045>
- Robinson, J. L., & Demaree, H. A. (2007). Physiological and cognitive effects of expressive dissonance. *Brain and Cognition*, 63(1), 70-78.
<https://doi.org/10.1016/j.bandc.2006.08.003>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Tarrega, A., Marcano, J., & Fiszman, S. (2017). Consumer perceptions of indulgence: A case study with cookies. *Food Quality and Preference*, 62, 80-89.
<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.07.001>
- Taylor, J., Evers, S., & Mckenna, M. (2005). Determinants of healthy eating in children and youth. *Canadian Journal of Public Health*, 96 (3), 520-526. <https://doi.org/10.1007/BF03405197>
- Tice, D. M., Bratslavsky, E., & Baumeister, R. F. (2001). Emotional distress regulation takes precedence over impulse control: If you feel bad, do it! *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(1), 53-67. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.1.53>
- Thau, S., & Mitchell, M. S. (2010). Self-gain or self-regulation impairment? Tests of competing explanations of the supervisor abuse and employee deviance relationship through perceptions of distributive justice. *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1009-1031. <https://doi.org/10.1037/a0020540>
- Tomaka, J., & Blascovich, J. (1994). Effects of justice beliefs on cognitive appraisal of and subjective physiological, and behavioral responses to potential stress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(4), 732-740.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.67.4.732>
- Vohs, K. D., & Heatherton, T. F. (2000). Self-regulatory failure: A resource-depletion

- approach. *Psychological Science*, *11*(3), 249-254. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00250>
- Vohs, K. D., Baumeister, R. F., & Ciarocco, N. J. (2005). Self-regulation and self-presentation: regulatory resource depletion impairs impression management and effortful self-presentation depletes regulatory resources. *Journal of Personality and Social Psychology*, *88*(4), 632-657. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.4.632>
- Vohs, K. D., Baumeister, R. F., Schmeichel, B. J., Twenge, J. M., Nelson, N. M., & Tice, D. M. (2008). Making choices impairs subsequent self-control: a limited-resource account of decision making, self-regulation, and active initiative. *Journal of Personality and Social Psychology*, *94*(5), 883– 898. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.5.883>
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, *33*(4), 537-547. <https://doi.org/10.1086/510228>
- Wallis, D. J., & Hetherington, M. M. (2009). Emotions and eating. Self-reported and experimentally induced changes in food intake under stress. *Appetite*, *52*(2), 355-362. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.11.007>
- White, K., MacDonnell, R., & Ellard, J. H. (2012). Belief in a just world: Consumer intentions and behaviors toward ethical products. *Journal of Marketing*, *76*(1), 103-118. <https://doi.org/10.2307/41406841>
- Wilcox, K., Kramer, T., & Sen, S. (2011). Indulgence or self-control: A dual process model of the effect of incidental pride on indulgent choice. *Journal of Consumer Research*, *38*(1), 151-163. <https://doi.org/10.1086/657606>
- Willner, P., Benton, D., Brown, E., Cheeta, S., Davies, G., Morgan, J., & Morgan, M. (1998). “Depression” increases “craving” for sweet rewards in animal and human models of depression and craving. *Psychopharmacology*, *136*(3), 272-283. <https://doi.org/10.1007/s002130050566>
- Wilson, A. E., & Darke, P. R. (2012). The optimistic trust effect: Use of belief in a just world to cope with decision-generated threat. *Journal of Consumer Research*, *39*(3), 615-628. <https://doi.org/10.1086/664499>
- Wolfe, R. N., & Johnson, S. D. (1995). Personality as a predictor of college performance. *Educational and Psychological Measurement*, *55*(2), 177-185. <https://doi.org/10.1177/0013164495055002002>

Wilkinson, R. G., & Pickett, K. E. (2009). Income inequality and social dysfunction. *Annual Review of Sociology*, 35, 493-511. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-070308-115926>

World Health Organization (2020). *Fact Sheets*. Retirado de: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>

Anexos

Anexo A – Questionário

CISOIUL
CENTRO DE INVESTIGAÇÃO
E INTERVENÇÃO SOCIAL
Instituto Universitário de Lisboa

O presente questionário faz parte de uma investigação para uma dissertação de mestrado em **Psicologia Social e das Organizações**, e tem como objetivo avaliar a compreensão de texto e os hábitos de consumo dos indivíduos.

A sua participação é de extrema importância para o sucesso desta investigação, sendo fundamental que leia todas as perguntas com atenção e que responda da forma mais sincera possível, tendo em conta que **não existem respostas certas ou erradas**. A sua participação é **voluntária** e tem o direito de a terminar em qualquer momento, por qualquer razão e sem qualquer prejuízo. As suas **respostas são anónimas e confidenciais**, sendo apenas utilizadas para fins académicos.

O tempo de resposta ao questionário será aproximadamente de 10 minutos.

Para participar no estudo deverá **ter mais de 18 anos e ser estudante de qualquer Licenciatura**.

Caso aceite participar no estudo deverá clicar em "**Li e aceito o termo do consentimento**". Caso contrário assinale a opção "Não aceito participar".

Li e aceito o termo de consentimento

Não aceito participar

Progresso 0% 100%

→

CISOIUL
CENTRO DE INVESTIGAÇÃO
E INTERVENÇÃO SOCIAL
Instituto Universitário de Lisboa

Em primeiro lugar, pedimos-lhe que responda a um conjunto de questões de carácter sociodemográfico. Por favor, indique o seu sexo:

Feminino

Masculino

Outro (Indique qual)

A sua idade (em anos):

Progresso 0% 100%

→

O ciclo de estudos em que se encontra atualmente:

- Licenciatura
- Mestrado / Doutoramento
- Pós-graduação



A sua área de residência:

- Área metropolitana de Lisboa
- Alentejo
- Algarve
- Centro
- Norte
- Madeira
- Açores

Por favor, pense numa escada com 10 degraus, onde se podem colocar os portugueses. No degrau 10 estão as pessoas que estão melhor na vida (os mais ricos, com melhor educação e melhores empregos) e no degrau 1 estão os portugueses que estão pior na vida (os que têm menos dinheiro, menos educação e piores empregos).

Em que degrau desta escada se situa?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

De seguida, vai iniciar a TAREFA 1.

Pedimos-lhe que leia com atenção o texto que lhe irá ser apresentado no próximo ecrã e que se imagine na situação. No fim do questionário iremos fazer-lhe algumas perguntas acerca do mesmo.



Tu encontras-te no último ano da Licenciatura e apenas a um exame de terminar o curso. Este exame, por ser de uma Unidade Curricular muito exigente e com grande peso na nota final do curso, tem de ser realizado em Época Especial, o que significa que é a tua última oportunidade para o realizares e concluíres a Licenciatura.

A nota deste exame é decisiva para a média final, muito importante no que respeita ao acesso a um curso de Mestrado que possas vir a realizar no futuro, bem como em termos de empregabilidade na tua área profissional. Assim, tens vindo a esforçar-te muito para este exame, deixando até de sair com amigos ou ir a festas.

No dia da prova, tu e outro/a estudante recebem exames com um grau de dificuldade absolutamente adequado ao nível de exigência da Unidade Curricular e indicações claras, por parte do professor, relativamente à cotação das questões, o que vos leva a tomar opções de escolha vantajosas quanto a responder ou não a algumas delas. Além disso, o conteúdo e o formato dos exames estão de acordo com as informações que o professor tinha dado antecipadamente.

Alguns dias após a realização do exame, a pauta com os resultados é lançada e tanto tu como o/a outro/a estudante solicitam ao professor uma consulta da prova. Este acede ao pedido e ambos podem consultar o exame, concluindo que a prova foi bem cotada e que ambos tiveram a nota merecida.

Tu e o outro/a estudante são aprovados na Unidade Curricular.



Tu encontras-te no último ano da Licenciatura e apenas a um exame de terminar o curso. Este exame, por ser de uma Unidade Curricular muito exigente e com grande peso na nota final do curso, tem de ser realizado em Época Especial, o que significa que é a tua última oportunidade para o realizares e concluíres a Licenciatura.

A nota deste exame é decisiva para a média final, muito importante no que respeita ao acesso a um curso de Mestrado que possas vir a realizar no futuro, bem como em termos de empregabilidade na tua área profissional. Assim, tens vindo a esforçar-te muito para este exame, deixando até de sair com amigos ou ir a festas.

No dia da prova, recebes um exame com um grau de dificuldade excessivamente elevado e indicações erradas, por parte do professor, quanto à cotação das questões, o que te leva a fazer escolhas desvantajosas relativamente a responder ou não a algumas delas. Por outro lado, outro/a estudante recebe uma prova com um grau de dificuldade absolutamente adequado ao nível de exigência da Unidade Curricular e indicações claras, por parte do professor, relativamente à cotação das questões, o que o/a leva a tomar opções de escolha vantajosas quanto a responder ou não a algumas delas.

Além disso, o conteúdo e o formato do teu exame não estão de acordo com as informações que o professor tinha dado antecipadamente, ao contrário do que acontece com o/a outro/a estudante, cujo conteúdo e formato do exame estão de acordo com as indicações anteriormente dadas.

Alguns dias após a realização do exame, a pauta com os resultados é lançada e tanto tu como o/a outro/a estudante solicitam ao professor uma consulta da prova. Este acede ao pedido do/a outro/a estudante, mas recusa o teu, afirmando que é mesmo assim e que "também é preciso ter sorte com os testes". No final, o/a outro/a estudante pode consultar o exame e tu não.

Chumbas a prova e só poderás repeti-la no próximo ano.



TAREFA 2

Pedimos-lhe a sua colaboração numa tarefa rápida de avaliação de alimentos. A sua tarefa será apenas a de indicar, para cada alimento, a sua intenção de consumo durante a próxima semana utilizando a escala:

1 = Provavelmente não vou consumir a 7 = Provavelmente vou consumir



CISOIUL
CENTRO DE INVESTIGAÇÃO
E INTERVENÇÃO SOCIAL
Instituto Universitário de Lisboa



Provavelmente não vou consumir | ● ● ● ● ● ● ● | Provavelmente vou consumir

Progresso



0% 100%



Survey Powered By [Qualtrics](#)

Nota. Exemplo de 1 dos 26 estímulos

De seguida, irão ser-lhe apresentados alguns pares de afirmações.
Selecione, por favor, a afirmação que corresponde ao que alegadamente aconteceu consigo, referente ao texto que leu inicialmente.

Selecione 1 das afirmações:

- Encontravas-te no primeiro ano de Licenciatura.
- Encontravas-te no último ano de Licenciatura.

Selecione 1 das afirmações:

- O exame foi realizado em época normal.
- O exame foi realizado em época especial.

Selecione 1 das afirmações:

- O professor aceitou a consulta da prova.
- O professor recusou a consulta da prova.

Selecione 1 das afirmações:

- O exame tinha um grau de dificuldade excessivamente elevado.
- O exame tinha um grau de dificuldade adequado.

Selecione 1 das afirmações:

- Passaste no exame.
- Chumbaste no exame.

Indique, por favor, o grau de justiça da situação que leu inicialmente, se esta acontecesse consigo.

Situação injusta | ● ● ● ● ● ● ● ● Situação justa

Progresso
0% 100%



Survey Powered By [Qualtrics](#)

Agora, pedimos-lhe que leia as seguintes afirmações e que assinale as opções que mais se adequam a si. Para as seguintes afirmações é importante esclarecer que:

- Comida tentadora é qualquer comida que deseje comer mais do que pensa que deveria.
- Intenções alimentares referem-se à forma como pretende alimentar-se, por exemplo, pode evitar alimentos tentadores ou comer alimentos mais saudáveis.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Regularmente	Sempre
Eu desisto facilmente das minhas intenções alimentares	<input type="radio"/>				
Eu sou bom a resistir a comida tentadora	<input type="radio"/>				
Eu desvio-me facilmente das minhas intenções alimentares	<input type="radio"/>				
Se eu não estou a alimentar-me da forma que pretendo, faço alterações	<input type="radio"/>				
Eu acho difícil lembrar-me de tudo o que comi durante o dia	<input type="radio"/>				

Progresso
0% 100%



Survey Powered By [Qualtrics](#)

Por favor, indique como se sente neste preciso momento:

Aborrecido	<input type="radio"/>	Alerta						
Positivo	<input type="radio"/>	Negativo						
Tenso	<input type="radio"/>	Relaxado						
Triste	<input type="radio"/>	Contente						
Descansado	<input type="radio"/>	Cansado						
Bem	<input type="radio"/>	Mal						



Survey Powered By [Qualtrics](#)

Indique em que grau concorda com as seguintes afirmações:

| | Discordo totalmente | <input type="radio"/> | Concordo totalmente |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Na minha vida a injustiça acontece raramente | <input type="radio"/> |
| Basicamente, o mundo em que vivemos é justo | <input type="radio"/> |
| Acho que a maior parte do que me acontece é justo | <input type="radio"/> |
| As injustiças em todas as áreas da vida (por exemplo, profissão, família, política) acontecem raramente. | <input type="radio"/> |
| De modo geral, os acontecimentos na minha vida são justos | <input type="radio"/> |
| Ao longo da vida as pessoas acabam por ser compensadas pelas injustiças sofridas. | <input type="radio"/> |
| As decisões que os outros tomam em relação a mim são justas | <input type="radio"/> |
| De uma maneira geral, as pessoas merecem aquilo que lhes acontece | <input type="radio"/> |
| Acho que geralmente obtenho o que mereço | <input type="radio"/> |
| A justiça vence sempre a injustiça | <input type="radio"/> |
| Geralmente, os outros tratam-me de uma maneira justa | <input type="radio"/> |
| As pessoas tentam ser justas quando tomam decisões importantes | <input type="radio"/> |
| Em geral, eu mereço o que me acontece | <input type="radio"/> |



Survey Powered By [Qualtrics](#)

Em que grau concorda com as seguintes afirmações:

	Discordo totalmente						Concordo totalmente
Sinto-me cansado.	<input type="radio"/>						
Sinto-me energético.	<input type="radio"/>						
Sinto-me esfomeado.	<input type="radio"/>						
Sinto-me com alguma fome.	<input type="radio"/>						
Sinto-me com algum apetite.	<input type="radio"/>						

Para terminar a tarefa, pode por favor, indicar:
 O seu peso (em kgs):

- Kgs
- Não sei/Não respondo

A sua altura (em centímetros):

- cm
- Não sei/Não respondo

Face a pessoas da mesma altura, idade e sexo considero que o meu peso é:

- Muito abaixo da média | Muito acima da média

O seu regime alimentar:

- Regular/ Omnívoro
- Vegetariano
- Vegan
- Outra (Indique qual)

Se tem alguma condição de saúde diagnosticada e que condicione a sua alimentação (diabetes, alergias, intolerâncias alimentares etc.):

- Não
- Sim (indique qual/quais)

Indique que equipamento utilizou para responder a este questionário:

- Computador
- Smartphone
- Tablet

Browser Meta Info

Esta pergunta não será mostrada ao destinatário.

Browser Chrome
 Version 84.0.4147.105
 Operating System Windows NT 10.0
 Screen Resolution 1920x1080
 Flash Version -1
 Java Support
 User Agent Mozilla/5.0 (Windows NT 10.0; WOW64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/84.0.4147.105 Safari/537.36



Obrigada pela sua participação!

A presente investigação tem como principal objetivo compreender de que forma situações injustas (justas) influenciam as intenções de consumo de produtos alimentares menos saudáveis (mais saudáveis).

Se quiser saber mais sobre o estudo ou ser contactado com os resultados deixe, por favor, o seu e-mail de seguida:

