



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Psicologia Social e das Organizações

Health Halos na Comida Biológica: O Efeito de Moderação do Locus de Atribuição e do
Local de Compra

Ana Cláudia Aldeia Martins

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Marília Prada, Professora Auxiliar Convidada

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador:

Doutor David Rodrigues

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, CIS-IUL / Goldsmiths, University of London

Outubro, 2014

Agradecimentos

À professora Marília Prada e ao professor David Rodrigues, por toda a disponibilidade e toda a simpatia que facilitaram imenso a minha motivação para realizar a tese e por terem paciência para a minha “cabeça no ar”. À professora Marília Prada, em particular, por me ter aceite como sua orientanda e mesmo quando tal parecia não ser possível, me ter tentado ajudar a encontrar outras soluções, obrigada pela preocupação.

Ao Miosóti por toda a simpatia com que me receberam nas suas instalações e, pela disponibilidade em me deixarem recolher os dados no interior do supermercado.

Aos meus pais, obrigada por me proporcionarem esta oportunidade e por acreditarem em mim, mas sobretudo, por nunca deixarem de ter orgulho em mim, por terem sempre uma visão positiva das minhas falhas. À minha mãe pela paciência, por ouvir, por aconselhar, por estar sempre presente. Ao meu pai, por ser o melhor exemplo que podia ter para seguir e pela preocupação escondida e constante.

Ao meu irmão, por ter sido um segundo pai, por toda a proteção, pelo pensamento crítico, por me fazer sentir que vou estar sempre acompanhada aconteça o que acontecer.

Ao Bernardo pela visão diferente, pela razão, pela racionalidade, pela força e motivação, por dizer o que preciso e não o que quero ouvir, mas principalmente por ser a ideal e “a melhor aquisição” para mim.

Ao M.C. por me garantirem pelo menos um sorriso por dia, por serem o espelho da expressão “amigos para a vida”.

À Deolinda, por estar longe e sempre presente, por ser sempre a mesma e me aceitar sempre diferente, passe o tempo que passar.

À Sofia, à Cláudia e à Ana Catarina, por me acompanharem nestes cinco anos, por serem “as minhas melhores amigas de Psicologia”, por todos os trabalhos de grupo que foram mais divertidos que bem-sucedidos, por toda a ajuda que me deram. De certeza que as profecias vão estar erradas e que “daqui a dez anos” ainda vamos falar. Obrigada por me divertirem tanto.

À Cristiana, à Nicole, ao Cabral, ao João, ao Francisco e ao André, um obrigado especial à vossa amizade, cada uma à sua maneira.

À minha vovó pelo orgulho cego que tem em mim, por ver sempre em mim uma pessoa melhor, por acreditar sempre nas minhas escolhas.

Resumo

Quando confrontados com alimentos rotulados como sendo de origem biológica, os consumidores tendem a considerá-los mais saudáveis que a sua contraparte convencional (e.g., pela ausência de químicos na sua produção). De facto, as pessoas tendem a julgar outras propriedades dos produtos, mesmo as que não estão relacionadas com a sua origem (e.g., conteúdo calórico, percentagem de gordura), de forma congruente com a positividade associada ao atributo "biológico". Tal pode refletir a ocorrência de um efeito de halo. Schuldt e Schwarz (2010) demonstraram, por exemplo, que a falha a um treino físico, de um alvo motivado para perder peso, é percebida como mais aceitável quando este ingere uma sobremesa biológica (vs. convencional). Para além da replicação em contexto nacional, pretendemos ainda compreender se este efeito é moderado pelo locus de atribuição (à semelhança de Prada, Rodrigues, Mota, & Trilho, 2013) e pelo nível de conhecimento sobre alimentação biológica.

O presente estudo foi realizado em contexto natural e contou com 120 participantes, manipulando-se não só o tipo de comida ingerido pelo alvo (biológica vs convencional), mas também se este foi responsável pela escolha do prato e o local de recolha dos dados (supermercado biológico vs. convencional).

Foram encontrados resultados que comprovaram a verificação da manipulação. Contudo não existiram evidências significativas que comprovassem as hipóteses estabelecidas. Assim, a ausência da confirmação das hipóteses será discutida com base na literatura.

Palavras-Chave: alimentação biológica, efeito de halo, supermercado

Códigos PsycINFO: 3900 Psicologia do Consumidor, 3000 Psicologia Social, 3920 Atitudes do Consumidor & Comportamento, 3040 Cognição & Perceção Social

Abstract

When confronted with organic labeled food, consumers tend to consider it to be healthier than its conventional counterpart (e.g. absence of chemicals in their production). In fact, people tend to judge other properties of this food, even those that are not related to its origin (e.g. caloric content, percent of fat), congruently with the positivity associated to the “organic” attribute. This may reflect the occurrence of a health halo. Schuldt and Schwarz (2010) demonstrated, for example, that missing a workout, by a target motivated to lose weight, it’s perceived as more acceptable when he eats an organic (vs. conventional) desert. In addition to the replication with a Portuguese sample, we aim to understand if this effect is moderated by the attribution locus (as in Prada, Rodrigues, Mota, & Trilho, 2013) by the level of knowledge regarding organic food.

The present study was conducted in natural context and included 120 participants, manipulating not only the type of food ingested by the target (organic vs. conventional), but also if the target chooses willingly (vs. forced) the dish and the local where the data was collected (organic vs. conventional supermarket).

On the results, the verification of manipulation was proved. However there was no significant evidence proving the pre-established hypotheses. Thus, the non-confirmation of hypotheses will be discussed based on the literature.

Key-words: organic food, halo effect, supermarket

Codes PsycINFO: 3900 Consumer Psychology, 3000 Social Psychology, 3920 Consumer Attitudes & Behavior, 3040 Social Perception & Cognition

Índice

Introdução.....	1
I. Enquadramento Teórico.....	4
Efeito de Halo.....	4
Atribuição Causal.....	7
Hipóteses.....	9
II. Método.....	11
Plano de Estudo.....	11
Participantes e Delineamento.....	11
Perfil dos Consumidores.....	12
Medidas e Procedimento.....	13
III. Resultados.....	16
Verificação da Manipulação do Tipo de Supermercado.....	16
Health Halos: Avaliação da Adequação de Faltar ao Treino.....	17
Health Halos: Avaliação do Conteúdo Calórico da Refeição.....	19
Health Halos: Avaliação da Salubridade da Refeição.....	20
IV. Discussão.....	22
Referências.....	25
Anexos.....	28
Anexo A.....	29
Anexo B.....	34
Anexo C.....	35
Anexo D.....	36

Índice de Quadros

Quadro 1. <i>Perfil dos Participantes de acordo com o Tipo de Supermercado (Biológico vs. Convencional)</i>	12
Quadro 2. <i>Fatores que medem comportamentos pró-ambientalistas</i>	14
Quadro 3. <i>Crenças sobre Comida Biológica e Comportamentos Pró-Ambientalistas Consoante o Tipo de Supermercado</i>	17
Quadro 4. <i>Avaliação da Adequação de Faltar ao Treino Segundo o Tipo de Supermercado, o Tipo de Alimento e o Locus de Atribuição</i>	34
Quadro 5. <i>Avaliação Média do Conteúdo Calórico da Refeição Segundo o Tipo de Supermercado, o Tipo de Alimento e o Locus de Atribuição</i>	35
Quadro 6. <i>Avaliação Média da Salubridade da Refeição Segundo o Tipo de Supermercado, o Tipo de Alimento e o Locus de Atribuição</i>	36

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Processo de Atribuição e Modelo de Operações Sequenciais</i>	7
Figura 2. <i>Adequação média de faltar ao treino face ao locus de atribuição e tipo de alimento consoante o tipo de supermercado</i>	18
Figura 3. <i>Avaliação média do conteúdo calórico da refeição face ao locus de atribuição e tipo de alimento segundo o tipo de supermercado</i>	19
Figura 4. <i>Avaliação média da salubridade da refeição face ao locus de atribuição e tipo de alimento segundo o tipo de supermercado</i>	20

Introdução

Nos últimos anos, assistiu-se à emergência de um novo tipo de consumidor, caracterizado por estar mais informado, mais consciente e preocupado com a saúde e também com a funcionalidade do produto. Os consumidores estão agora mais alerta face aos riscos que os produtos de produção convencional e geneticamente modificados têm para a saúde, valorizando assim os benefícios inerentes aos produtos de origem biológica (Siegrist, 2008). Tal levou a uma modificação dos seus hábitos de consumo, havendo uma maior procura de alimentos mais saudáveis, nutritivos e baixos em calorias (Associação Empresarial de Portugal – Câmara do Comércio e da Indústria, 2009).

Os alimentos de origem biológica são produzidos através de um sistema de cultivo, cujos métodos não exigem recurso a fertilizantes sintéticos, pesticidas, fungicidas e engenharia genética (Guido et al., 2010), promovendo a saúde dos solos, dos ecossistemas e das pessoas (International Federation of Organic Agriculture Movements, 2008).

Comparativamente aos produtos convencionais, a composição de produtos de origem biológica, incluindo alimentos processados (e.g., pão, comida de bebé e sumos de fruta) e agrícolas (e.g., cereais, vegetais e fruta) parece ser vantajosa. Por exemplo, alguns estudos sugerem que estes têm uma maior concentração de antioxidantes nutritivamente desejáveis (e.g., flavanonas, flavonóis, antocianinas) ou de vitaminas (e.g., vitamina C, Williams, 2002) bem como uma menor concentração de cádmio e de nitrogénio (cuja ingestão está, por exemplo, associada ao surgimento de cancro no estômago) (Soil Association, 2014). Porém, alguns alimentos convencionais apresentam a vantagem de ter uma maior concentração de água que os alimentos biológicos (Williams, 2002).

Perante esta preocupação em ter uma alimentação saudável, assiste-se, atualmente, a um crescimento exponencial da procura de alimentos biológicos (Associação Empresarial de Portugal – Câmara do Comércio e da Indústria, 2009). A produção de comida biológica representa em média 5,1% da área agrícola plantada nos países da União Europeia (Kesse-Guyot et al., 2013). Acompanhando esta tendência, verifica-se também um “crescimento acelerado” da produção biológica em Portugal, correspondendo já a 6.3% da área cultivada, a par de outros países como a Espanha e a Grécia (Visão, 2011).

Este aumento da produção de comida biológica tem fomentado um crescimento do interesse no estudo dos fatores que motivam o consumo de comida biológica (Pino, Peluso & Guido, 2012). Estudos realizados no âmbito da compra de produtos biológicos concluem que a principal razão para o consumo de comida biológica é a saúde (Aschemann-Witzel et al., 2009). Por outro lado, existem outros estudos que concluem que as pessoas optam pelo

consumo de comida biológica por princípios éticos que resulta do código moral dos indivíduos e também das normas interiorizadas que são partilhadas com os grupos culturais em que se inserem (e.g., sustentabilidade ecológica; preocupação com o bem-estar animal). Esta questão ética tem também uma vertente material, visto que este consumo não prejudica a saúde humana nem o meio ambiente (Guido, Prete, Peluso, Maloumby-Baka & Buffa, 2009). Assim, as pessoas veem a agricultura biológica como um sistema de produção ecológica que permite preservar a biodiversidade e reduzir a concentração de substâncias poluentes no meio ambiente (Magkos, Arvaniti & Zampelas, 2006).

Com o objetivo de perceber o estilo de vida, os padrões de dieta e o estado nutricional dos consumidores de comida biológica, Kesse-Guyot e colegas (2013) conduziram um estudo, do qual extraíram cinco tipos de consumidores: três tipos de consumidores de comida convencional e dois tipos de consumidor de comida biológica. Os últimos tipos de consumidor foram identificados através dos hábitos de compra de produtos biológicos: os consumidores regulares e os consumidores ocasionais. Os consumidores regulares caracterizam-se por terem um nível de escolaridade alto, terem um baixo índice de massa corporal, fazerem exercício habitualmente, terem dietas menos restritivas e terem menos probabilidade de virem a ser obesos. Por sua vez, os consumidores ocasionais caracterizam-se por terem um perfil situado entre o perfil de consumidores regulares e não consumidores (e.g. é menos provável terem excesso de peso que os consumidores de comida convencional, mas mais provável que os consumidores regulares de comida biológica).

Existem também diferenças entre os dois tipos de consumidores de produtos biológicos relativamente aos motivos que os levam a fazer este tipo de consumo. Assim, os consumidores regulares são influenciados por questões éticas e morais, tal como fazerem um consumo sustentável a nível ecológico, ao passo que os consumidores ocasionais são mais motivados por fatores relacionados com a segurança da comida biológica na saúde (Pino, Peluso & Guido, 2012).

Porém, também existem fatores extrínsecos que podem levar as pessoas a comprar comida biológica, como existir disponibilidade dos produtos biológicos nos supermercados locais, os produtos serem visíveis (e.g., possuírem um rótulo que os distinga) e terem um preço semelhante ao da comida convencional. Para os consumidores cujo consumo é originado por questões éticas, questões de preço e de conveniência não têm tanta importância na sua prática de compra (Hjelmar, 2010).

Hoffman e Schlicht (2013) explicam que o consumo de comida biológica pode ser entendido como um comportamento de proteção da saúde, se os consumidores entenderem

que são afetados diretamente pela poluição ambiental. Desta forma, estes consumidores estão dispostos a informar-se mais e, também a sacrificar mais tempo e o dinheiro que o consumo de comida biológica exige.

Não existe ainda um consenso na literatura acerca das consequências positivas ou negativas que a comida biológica (em comparação com a convencional) tem para a saúde humana (Williams, 2002). Independentemente da existência de benefícios significativos, parece-nos relevante explorar a percepção dos consumidores face a este tipo de alimentos. Neste estudo comparamos consumidores que frequentavam um supermercado convencional ou um supermercado biológico na altura da recolha dos dados (contexto natural). Especificamente procuramos aceder a tais percepções de forma indireta, na medida em que é pedido aos participantes que efetuem um julgamento sobre um alvo que teria consumido (ou não) produtos de origem biológica, manipulando ainda se este foi (ou não) responsável pelo consumo.

I. Enquadramento Teórico

Efeito de Halo

O efeito de halo foi originalmente descrito por Nisbett e Wilson (1977) como a influência de uma avaliação global na apreciação de atributos individuais (e.g., se gostamos de uma pessoa assumimos que os seus atributos, dos quais sabemos pouco, são positivos). Esta avaliação global pode também alterar a interpretação do significado de atributos ambíguos e influenciar a avaliação de atributos sobre os quais os indivíduos têm informações suficientes para fazer avaliações independentes (e.g., se nos for dito que um indivíduo amigável é impetuoso, ocorrem-nos comportamentos diferentes do que se nos disserem que um indivíduo hostil é impetuoso). A avaliação do traço varia nas duas situações, mas esta diferença pode ocorrer devido à natureza ambígua do traço. A literatura sugere ainda que as pessoas não têm consciência da influência de uma avaliação na outra.

Um dos estudos mais citados a respeito dos efeitos de halo é de Dion, Berscheid e Walster (1972). O objetivo dos autores era investigar a existência de um estereótipo de atração física e, nesse caso, investigá-lo nas suas diversas dimensões. Durante a investigação, eram entregues, a cada participante, três envelopes que continham fotografias de pessoas previamente avaliadas quanto à sua atratividade física (os alvos eram classificados como atraentes, medianamente atraentes ou pouco atraentes). Os participantes tinham de avaliar as pessoas nas fotografias em várias dimensões como traços de personalidade, desejabilidade social dos traços de personalidade, felicidade e sucesso. Os dados revelaram que os participantes consideravam que as pessoas mais atraentes tinham uma personalidade mais socialmente desejável, tinham uma maior probabilidade de conseguir um emprego prestigiado, ter um casamento mais feliz, casarem mais cedo e ter em uma vida social e profissional mais gratificante. Tal padrão evidencia a existência de um efeito de halo relacionado com a inferência de traços implícitos através de impressões sobre a atratividade física.

O efeito de halo verifica-se também em diversas áreas não relacionadas com a aparência física, nomeadamente em estudos sobre organizações (e.g., Naquin & Tynan, 2003; Rosenzweig, 2007; Seungho & Yong-Chan, 2012), marketing (e.g., Raggio, Leone & Black, 2014) ou educação (e.g., Siess & Maloney, 1972). Uma destas áreas, com especial relevância para o presente estudo, é a saúde (os designados health halos).

Os estudos de Oakes e Slotterback (2001) demonstram que as pessoas, mesmo sem terem acesso a um tipo de descrição mais informativa (e.g., tabela nutricional), julgam a comida numa dicotomia de “boa” ou “má” para a saúde com base em estereótipos que tenham acerca de determinado alimento, induzindo-os a fazer inferências sobre o valor nutricional da

comida (e.g., a cenoura é considerada mais saudável que a batata porque as pessoas têm o estereótipo de que a batata tem muitos hidratos de carbono). Assim, os consumidores usam a informação que lhes é fornecida e as suas crenças intuitivas sobre atributos em falta para fazer inferências. Tais podem resultar em generalizações inadequadas (e.g. a nível da nutrição, os consumidores inferirem erradamente que a comida com pouca gordura pode ser consumida em maior quantidade, Broniarczyk & Alba, 1994; Wansink & Chandon, 2006).

Por exemplo, Wansink e Chandon (2006), testaram o impacto do atributo "baixo teor de gordura" ("low-fat") no julgamento calórico e no consumo alimentar (no caso chocolates "M&M's"). Apesar de todos os participantes terem subestimado o número de calorias que consumiram, o grupo a quem foi oferecido "M&M's baixo teor de gordura" evidenciou um maior enviesamento, consumindo maiores quantidades. Estes autores concluíram também que os participantes não tinham consciência da influência do rótulo de baixa-gordura no seu consumo.

Estudos anteriores concluíram que a restrição de calorias está associada com o conceito de "saudável" (Crawford & Krebs, 2008, citados por Schuldt e Schwartz, 2010).

No mesmo sentido, de acordo com Magnusson e colaboradores (2003) o fator saúde está fortemente relacionado com a produção biológica. De facto, quando é pedido aos consumidores para comparar os alimentos biológicos com os convencionais, estes são percebidos como mais saudáveis (Schuldt & Hannahan, 2013).

Tal associação pode induzir os consumidores a assumir que a comida biológica tem menos calorias que a comida convencional, apesar da designação de comida biológica apenas ser referente ao método de produção.

O atributo biológico pode ser utilizado como uma pista heurística que guia o julgamento de calorias do consumidor. Assim, poderá levar os consumidores a julgar que o consumo de comida biológica é compatível com um objetivo de perda de peso, diminuindo as perceções sobre a importância do exercício físico. (Schuldt & Schwarz, 2010).

Para além das indicações de comida biológica poderem interferir com o julgamento de calorias, podem também interferir com as perceções dos consumidores sobre a regularidade com que estas comidas podem ser ingeridas. Assim, as pessoas inferem enviesadamente que a comida biológica pode ser comida com mais frequência (Schuldt & Schwarz, 2010).

Existem estudos, nos quais as atitudes pró-ambientalistas emergem como moderadores da relação entre o tipo de alimentação (biológica vs. convencional) e os health halos.

A título de exemplo, no segundo estudo de Schuldt e Hannahan (2013), os participantes liam uma notícia sobre uma bebida produzida, cujo objetivo seria diminuir os

sintomas de subnutrição nas crianças africanas. Dependendo da condição atribuída aos participantes, a bebida era descrita como biológica ou não. Após a leitura da notícia os participantes eram questionados sobre a eficácia da bebida para reduzir a subnutrição, também era pedido aos participantes que estimassem o número de calorias contidas na bebida. Por fim, tal como no primeiro estudo destes autores, os participantes responderam a 15 perguntas relacionadas com atitudes pró-ambientais. Os resultados deste estudo indicam que os participantes com elevados níveis de pró-ambientalismo, consideram que a bebida era considerada menos eficiente quando era descrita como biológica. Podendo este resultado ser explicado pelo facto de os participantes com elevados níveis de pró-ambientalismo inferirem que a comida biológica é menos calórica, logo menos adequada para combater a subnutrição.

Também em 2013, Wan-Chen e colegas conduziram um estudo de campo num centro comercial de Nova Iorque, onde os participantes eram confrontados com três pares de alimentos (sendo um elemento de cada par rotulado como convencional e outro como biológico): duas bolachas, duas porções de batatas fritas e dois copos de iogurtes. Após provarem cada par de alimentos, os participantes preenchiam um questionário onde lhes era pedido que classificassem os alimentos relativamente ao seu sabor, características nutricionais, número de calorias, bem como, o valor que estariam dispostos a pagar por eles. Os resultados deste estudo, indicam que a comida rotulada como biológica era considerada menos calórica, menos rica em gordura, mas também, mais nutritiva que a sua contraparte convencional.

Nos estudos de Schuldt e Schwarz (2010), os participantes eram distribuídos aleatoriamente pelas condições “Oreos convencionais” e “Oreos feitas com farinha e açúcar biológicas”, acompanhadas por um texto que salientava o elevado conteúdo calórico do produto (i.e., 160 calorias por uma dose de duas bolachas) uma tabela nutricional, igual para ambas as condições. Os resultados do estudo evidenciam um impacto do atributo "biológico" tanto ao nível do julgamento de calorias como das recomendações de consumo. Em concreto, mesmo sendo confrontados com o elevado número de calorias contidas numa dose de Oreos biológicas, os participantes subestimaram as calorias destas bolachas, em comparação com outras bolachas de outras marcas. Relativamente à recomendação de consumo, os participantes consideraram que as bolachas biológicas poderiam ser consumidas mais frequentemente que as convencionais. Com o objetivo de perceber se o consumo de comida biológica poderia ser visto como um comportamento substituto do exercício físico, no segundo estudo de Schuldt e Schwarz (2010), os participantes liam uma descrição de uma pessoa alvo, cujas características da história variavam com a condição em que os participantes se encontravam. A descrição consistia na história da Susie, uma rapariga de 20 anos,

estudante universitária, que tinha como objetivo perder peso e para tal corria três milhas depois do jantar. Contudo em determinado dia para dedicar tempo ao estudo a Susie resolveu não fazer exercício, tendo jantado legumes assados com arroz. A manipulação experimental era feita através da sobremesa que a Susie ingeria, dividindo-se em cinco condições: gelado biológico, bolacha biológica, gelado convencional, bolacha convencional ou sem sobremesa. Os resultados demonstraram que as pessoas nas condições de sobremesa biológica consideravam mais desculpável a Susie faltar ao treino, do que as pessoas nas condições de sobremesa convencional e, até mesmo, que as pessoas na condição sem sobremesa.

Os autores explicam estes resultados com o facto de o consumo de comida biológica criar um efeito moral que permite às pessoas agirem menos eticamente, ou seja falharem na prática de exercício físico.

Este fenómeno tem sido descrito na literatura como "moral licensing effect" (Monin & Miller, 2001).

Segundo Merritt, Effron e Monin (2010), as boas ações feitas no passado podem fazer um indivíduo sentir-se livre para agir de forma imoral ou antiética sem se preocupar com o sentir-se ou aparentar ser imoral. Este efeito pode ocorrer em vários domínios (Clot, Grolleau & Ibanez, 2014), levando a um conjunto de comportamentos indesejados. Por exemplo, após a lembrança de comportamentos prévios moralmente desejáveis, as pessoas demonstram mais atitudes preconceituosas (e.g. sexistas, racistas, políticas, Monin & Miller, 2001); quando uma decisão acerca de um produto é precedida por um ato moralmente desejável (mesmo que se trate de imaginar fazer voluntariado) as pessoas tendem a preferir produtos mais hedonistas que utilitários (Khan & Dhar, 2006); quando as pessoas se recordam de um instante em que tenham resistido, no passado, a uma “tentação” relacionada com comida e as razões que levaram a esse comportamento, tendem a escolher mais frequentemente um bolo no lugar de uma peça de fruta, do que as pessoas que não fazem qualquer tipo de recordação (Mukhopadhyay, Sengupta, & Ramanathan, 2008).

Nos estudos de Mazar e Zhong, (2010) foi demonstrado que quando as pessoas são expostas de forma subliminar a produtos “verdes”, tendem a agir de forma mais altruísta, do que quando são expostas a produtos de origem convencionais. Por outro lado, as pessoas que se imaginaram a comprar um produto “verde” sentiram-se mais autorizados a agir de forma mais egoísta, a mentir ou a fazer batota numa tarefa de computador, comparadas com as pessoas que se imaginaram a comprar produtos convencionais.

Do ponto de vista da teoria atribucional, as boas ações mudam o significado do comportamento seguinte. Assim, em vez das boas ações fazerem o indivíduo sentir-se no

direito de transgredir, fazem-no sentir que não está de forma alguma a transgredir. Desta forma, as podem pessoas procurar oportunidades para agir moralmente se souberem que irão agir imoralmente mais tarde (Merritt, Effron & Monin 2010).

Esta explicação pode ser aplicada aos resultados encontrados por Schuldts e Schwarz (2010). Se assumirmos que as pessoas consideraram que o consumo de comida biológica é uma ação moral, então essa poderá ter sido a razão dos participantes terem considerado mais desculpável o alvo faltar ao treino após uma refeição biológica. Mas, o que acontecerá se a ação moral não tiver sido deliberadamente tomada pelo alvo, mas for fruto da situação?

Atribuição Causal

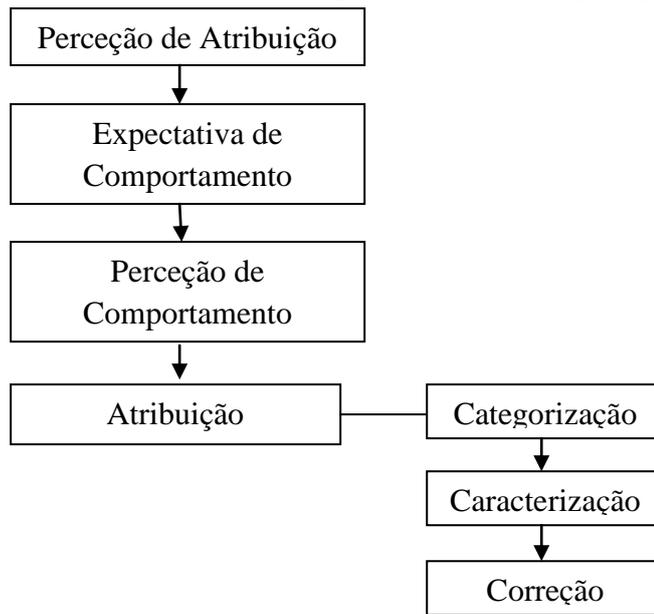
Gleitman e colegas (2009) definem a atribuição causal como “o processo pelo qual se decide a que causa deve um dado comportamento ser atribuído” (pp. 628). Existem assim duas causas que influenciam o processo de atribuição: a causa individual e a causa situacional. Na causa individual o comportamento de um indivíduo é a causa principal de um resultado, na causa situacional, a influência externa (i.e. o ambiente que rodeia o indivíduo) é a causa principal de um resultado. Estes autores argumentam também que os observadores (i.e. as pessoas que fazem a atribuição) tendem a recorrer mais frequentemente às explicações dadas pelas causas individuais em relação a determinado comportamento do que às explicações dadas pelas causas situacionais (Gilbert & Malone, 1995).

As teorias relativas aos antecedentes da atribuição apresentam duas limitações: (a) focam-se primeiramente no locus de atribuição (e.g., individual vs. situação), ignorando diferenças potencialmente importantes entre atribuições feitas pela mesma fonte (e.g., capacidade vs. esforço) e (b) não têm em conta o impacto das atribuições nas reações cognitivas e afetivas consequentes dos observadores (Silvera & Laufer, 2005).

Weiner (1985) propôs uma abordagem tendo o locus de atribuição, o controlo e a estabilidade como dimensões da atribuição. Assim, o esforço pode ser controlável, mas não ser necessariamente estável, enquanto a capacidade tende a ser estável, mas não controlável. Esta teoria foca-se também nas implicações dos diferentes tipos de atribuição para as reações consequentes relacionadas com um evento. Por exemplo, quando os *outcomes* negativos são percebidos como o resultado de uma causa controlável, os atores tendem a ser vistos com raiva e tendem a ser punidos ou negligenciados, consequentemente (Silvera e Laufer, 2005)

Gilbert e Malone (1995) defendem que o processo de atribuição (ver Figura 1) divide-se em quatro etapas: a perceção da situação, expectativa de comportamento, perceção de comportamento e atribuição.

Figura 1. *Processo de Atribuição e Modelo de Operações Sequenciais*



A percepção da situação ocorre quando o observador identifica a situação na qual o ator se comporta. Contudo, quando as situações não são fáceis de interpretar, devido ao facto de muitas vezes existirem fatores que influenciam o comportamento que não têm manifestação física (e.g., expectativas dos pares, pressão da audiência, medo), o observador pode fazer atribuições pessoais enviesadas.

Em segundo lugar, a expectativa do comportamento consiste no entendimento de como a situação pode influenciar o comportamento. Assim, uma correta identificação do que deve ser esperado normalmente de um comportamento em determinada situação é essencial para estabelecer uma atribuição válida.

A percepção de comportamento prende-se com o conhecimento que a força da situação provavelmente irá originar num comportamento em particular, induzindo o observador a esperar tal comportamento. Por outro lado, as expectativas do observador influenciam a sua interpretação do comportamento, resultando em percepções de que o comportamento corresponde mais aproximadamente com as suas expectativas, do que realmente acontece.

Por último, a atribuição, segundo o Modelo de Operações Sequenciais (Gilbert et al., 1988), surge quando as pessoas fazem inferências com base nos resultados de um processo de três fases. A primeira fase é denominada como categorização, na qual ocorre a identificação do comportamento do ator. Na segunda fase, a caracterização, o observador faz inferências com base num locus de atribuição individual. Por último, a correção consiste no ajustamento da inferência do observador face à influência das restrições situacionais no comportamento do alvo.

Hipóteses

Os resultados de estudos anteriores sugerem a existência de health halos na avaliação de comida biológica (e.g., Schuldt & Hannahan, 2013; Schuldt & Schwarz, 2010; Wan-chen et al, 2013). Contudo, tais estudos foram conduzidos em contexto de laboratório. Como tal, o presente estudo pretende perceber se os mesmos resultados são encontrados num contexto natural. Sendo importante perceber possíveis impactos práticos, por poder existir possíveis consequências dos health halos nos hábitos de consumo e consequentemente na saúde dos consumidores (e.g., pessoas que estejam a fazer dieta podem começar a fazer uma alimentação biológica, com a intenção de reduzir o consumo de calorias e acabarem por ingerir mais calorias; Schuldt & Schwarz, 2010). Pelo que se espera a existência do efeito de halo no controlo da variável do tipo de comida (convencional vs. biológica) e que este efeito seja moderado pelo locus de atribuição e pelo tipo de supermercado onde os dados foram recolhidos.

Mais detalhadamente, esperamos que:

- O efeito benéfico do alimento de origem biológica no julgamento do alvo (i.e., faltar ao treino é mais adequado quando o alimento é de origem biológica vs. convencional) apenas seja detetado quando o alvo é apresentado como responsável pela escolha desse alimento (vs. escolha determinada situacionalmente);

- Os consumidores dos supermercados convencionais sejam mais vulneráveis ao efeito do tipo de alimento (health halo), dado que os consumidores do supermercado biológico terão maior experiência e conhecimento relativo a este tipo de alimentos.

II. Método

Plano de Estudo

O estudo assume um delineamento experimental e foi realizado em contexto natural. Especificamente, os participantes foram convidados a colaborar à entrada de dois supermercados, um biológico (Miosótis) e outro convencional (Pingo Doce). Dada a necessidade de prevenir que fatores relacionados com a localização geográfica pudessem interferir com os resultados, o supermercado convencional foi escolhido em função da localização do supermercado biológico (zona de São Sebastião, Lisboa), ficando sensivelmente a um quilómetro e tendo um espaço com dimensões aproximadas. A tarefa dos participantes consistiu em ler um cenário acerca do alvo. Neste, descrevia-se de forma sumária os objetivos da pessoa-alvo (i.e., perda de peso), bem como a rotina desenvolvida para alcançar tal objetivo (i.e., alimentação saudável e prática regular de exercício físico). A manipulação residiu quer no tipo de alimento que o alvo havia ingerido num dia específico (alimentos de origem convencional vs. biológica), quer no locus de controlo dessa mesma opção (individual, ou seja, o alvo escolhia voluntariamente vs. situacional, ou seja, a escolha era determinada pelas opções existentes no contexto). Após a leitura do cenário, era pedido aos participantes que avaliassem o alvo num conjunto de questões (e.g., em que medida consideravam adequado que o alvo faltasse à sessão de exercício nesse dia).

Tratando-se de um estudo experimental de campo, os participantes foram distribuídos aleatoriamente por uma das quatro condições, resultantes do cruzamento dos dois níveis das duas variáveis independentes (tipo de comida e locus de controlo: alimento biológico / alvo escolheu o prato; alimento não biológico / alvo escolheu o prato; alimento biológico / alvo não escolheu o prato; alimento não biológico / alvo não escolheu o prato).

O estudo tinha apenas uma parte, que consistia no preenchimento de um questionário, cuja duração era aproximadamente cinco minutos.

Participantes e Delineamento

Colaboraram voluntariamente neste estudo 120 consumidores de ambos os sexos (70.8% sexo feminino), com idades compreendidas entre os 20 e os 68 anos ($M = 41.05$; $DP = 11.57$). Os participantes eram clientes de dois supermercados da zona de Lisboa (60 do supermercado biológico e os restantes do supermercado convencional) que foram distribuídos aleatoriamente pelas condições resultantes do seguinte delineamento: 2 (tipo de alimento:

convencional vs. biológico) x 2 (locus de atribuição: individual vs. situacional). Ambos os fatores foram manipulados entre-participantes.

Perfil dos consumidores.

No Quadro 1 encontram-se sumariadas as características da amostra para cada tipo de supermercado.

Quadro 1. *Perfil dos Participantes de acordo com o Tipo de Supermercado (Biológico vs. Convencional)*

	Supermercado Biológico Frequência Absoluta (%)	Supermercado Convencional Frequência Absoluta (%)	Total
Sexo			
Feminino	42 (70%)	43 (71,7%)	85 (70.8%)
Masculino	18 (30%)	17 (28,3%)	35 (29.2%)
Habilitações literárias			
Ensino primário	0	3 (5%)	3 (2,5%)
Ensino básico	2 (3,4%)	4 (6,7%)	6 (5%)
Ensino secundário	8 (13,6%)	18 (30,0%)	26 (21,7%)
Ensino superior	49 (83,1%)	34 (56,7%)	83 (69,2%)
CET	0	1 (1,7%)	1 (0,8%)
Regime alimentar			
Regular	38 (63,3%)	51 (85%)	89 (74,17%)
Macrobiótico	9 (15%)	2 (3,33%)	11 (9,17%)
Ovo-lacto vegetariano	6 (10%)	0	6 (5%)
Vegano	2 (3,33%)	0	2 (1,67%)
Sem glúten	2 (3,33%)	1(1,67%)	3 (2,5%)
Outro	3 (5%)	6 (10%)	9 (7,5%)
Supermercados frequentados			
Biológico	60 (100%)	8 (13,33%)	104 (86,67%)
Convencional	44 (73,33%)	60 (100%)	68 (56,67%)
Total	60 (50%)	60 (50%)	120 (100%)

Como podemos observar, aproximadamente 83% dos consumidores do supermercado biológico tinham um dos três graus do ensino superior (licenciatura, mestrado ou doutoramento), comparativamente a 57% dos consumidores do supermercado convencional. Em relação ao regime alimentar, 37% dos consumidores do supermercado biológico mantinham um regime alimentar específico, sendo que 41% destes consumidores cumpria um regime macrobiótico. No mesmo sentido, 15% dos consumidores do supermercado

convencional mantinham o regime alimentar, sendo que a par do supermercado biológico, também o regime macrobiótico foi o mais mencionado, por 22% dos consumidores com regime alimentar específico.

Quanto aos locais de compra, aproximadamente 73% dos consumidores do supermercado biológico também faziam compras em supermercado convencionais, ao passo que apenas cerca de 13% dos consumidores do supermercado convencional também faziam compras em supermercados biológicos.

Medidas e Procedimento

Os participantes foram abordados à porta dos supermercados, aquando da sua saída ou entrada dos mesmos, após fazerem as suas compras. Inicialmente foi explicado o objetivo do estudo e após consentirem a sua participação foi-lhes entregue os termos de consentimento informado. Seguidamente foi entregue, aleatoriamente, uma das quatro versões do questionário (referente a uma das quatro possíveis condições experimentais). Todos os cenários iniciavam-se com a descrição de um cenário fictício de uma pessoa-alvo (Joana Silva, estudante universitária de 20 anos):

"A Joana é uma estudante da Universidade de Lisboa. Atualmente, ela está a tentar perder peso comendo refeições saudáveis e praticando exercício de forma regular. Por exemplo, ontem à noite comeu uma tosta e salada e depois foi dar a sua corrida habitual de cerca de três quilómetros. A Joana hoje está bastante ocupada porque tem alguns trabalhos da faculdade para finalizar. Ela acabou de jantar num restaurante perto de casa e está a ponderar não fazer a corrida habitual para poupar tempo. A sua refeição iniciou-se com uma entrada de tomate e queijo fresco. A ementa do restaurante era composta por cinco pratos principais e a Joana escolheu (vs. apenas existia disponível na ementa do restaurante) uma lasanha (vs. biológica)."

A manipulação dos fatores em estudo - tipo de alimento e atribuição da escolha - era realizada através da última frase do cenário. Nas condições de alimento convencional era apenas referido que o prato principal foi "lasanha", enquanto que nas condições de alimento biológico o prato era "lasanha biológica". Nas condições individuais o alvo teria escolhido o alimento ("...a Joana escolheu...") ao passo que nas condições situacionais a escolha teria sido determinada pelo que havia disponível no restaurante ("...apenas existia disponível na ementa do restaurante...").

Após a leitura do texto, os participantes respondiam às perguntas referentes à sua opinião sobre a adequação da Joana faltar ao treino, sobre a avaliação do nível calórico da refeição e sobre a avaliação do ser saudável da refeição. De seguida, eram preenchidas as perguntas sobre a alimentação, incluindo hábitos de consumo de comida biológica, hábitos de alimentação saudável e ideias sobre a comida biológica em comparação com a convencional. A opinião dos participantes sobre o treino da Joana foi medida através da questão utilizada previamente por Prada e colegas (2013), que por sua vez foi adaptada dos estudos de Schuldt e Schwarz (2010): *Nestas circunstâncias, em que medida considera adequado que a Joana falte ao treino?*, medida numa escala de tipo Likert entre 1 (Nada Adequado) e 7 (Muito Adequado). A opinião das pessoas acerca da refeição da Joana foi medida através de duas questões também medidas numa escala de tipo Likert: *Na sua opinião a refeição foi:* 1 (Pouco Calórica) a 7 (Muito Calórica) e *sua opinião a refeição foi:* 1 (Pouco Saudável) a 7 (Muito Saudável) (Prada e colegas, 2013). Para medir as opiniões e hábitos de consumo dos participantes relativamente à comida biológica e à comida saudável, foi utilizada uma escala adaptada do estudo de Prada e colegas (2013), todas as perguntas eram medidas numa escala de Likert entre 1 e 7 (ver anexo A).

Na última página do questionário, os participantes responderam à escala de comportamentos pró-ambientalistas, seguidas de questões que englobavam indicar o seu peso, altura, se seguiam algum regime alimentar (e.g., macrobiótico, vegano) e quais os supermercados que tinham por hábito frequentar. Para medir comportamentos de pró-ambientalismo foi utilizada uma escala adaptada da *New Ecological Paradigm* (Dunlap et al, 2000), por Wan-Chen et al. (2013) ($\alpha=.83$) desta forma foram utilizados quatro itens: *Gosto de reciclar*; *Sempre que posso faço reciclagem*; *Gosto de fazer caminhadas* e *Gosto de passar tempo em contacto com a Natureza*, medidos numa escala de tipo Lickert entre 1 (Discordo Totalmente) e 7 (Concordo Totalmente) (Quadro 2).

No final foi explicado o real objetivo do estudo e agradeceu-se a participação.

Quadro 2. *Fatores que medem comportamentos pró-ambientalistas*

	Componentes
	Comportamentos Pró-Ambientalistas
Gosto de reciclar.	0.772
Sempre que posso faço reciclagem.	0.734
Gosto de Fazer caminhadas.	0.635

Gosto de passar tempo em contacto com a natureza.	0.515
Variância Explicada (%)	66.17
α	0.82

III. Resultados

Verificação da Manipulação do Tipo de Supermercado

Frequência de compra de alimentação de origem biológica e auto-avaliação do conhecimento dos benefícios associados à alimentação de origem biológica.

A recolha de dados em contexto de supermercado convencional versus biológico teve por base as expectativas da existência de um perfil de consumidor diferenciado. Com vista a testar tal manipulação, procedemos à comparação das duas amostras relativamente à frequência de compra de alimentação biológica e auto-avaliação do conhecimento face à mesma.

Como esperado, os clientes do supermercado biológico afirmam comprar mais frequentemente alimentos de origem biológica ($M = 5.65$; $DP = 1.22$) que os clientes do supermercado convencional ($M = 3.22$; $DP = 1.78$), $t(104) = 8.749$, $p = .003$, $d = 1.62$. No mesmo sentido, os clientes do supermercado biológico avaliam o seu conhecimento acerca dos benefícios associados à alimentação biológica de forma mais elevada ($M = 5.75$; $DP = 1.05$) que os clientes do supermercado convencional ($M = 4.62$; $DP = 1.59$), $t(103) = 4.616$; $p = .002$, $d = -0.91$

Perceção de importância de hábitos de alimentação saudável e prática de tais hábitos.

Relativamente à importância de ter uma alimentação saudável, não se verificam diferenças entre os clientes do supermercado biológico ($M = 6.15$, $DP = 0.73$) e os clientes do supermercado convencional ($M = 6.02$, $DP = 0.73$), $t(106) = 1.162$; $p = .137$, $d = -0.23$.

Em relação aos hábitos de alimentação saudável, não se verificam efeitos significativos que comprovem a diferença entre os clientes do supermercado biológico ($M = 5.53$; $DP = 0.982$) e os clientes do supermercado convencional ($M = 5.08$; $DP = 1.062$), $t(117) = -2.409$; $p = .580$, $d = -0.45$.

Crenças sobre comida biológica e comportamentos pró-ambientalistas.

Como podemos observar no Quadro 2, os clientes do supermercado convencional consideram a alimentação biológica menos calórica que a alimentação convencional. Relativamente à salubridade da comida biológica, os clientes do supermercado biológico consideram a alimentação biológica mais saudável e melhor para o ambiente comparativamente à alimentação convencional. Relativamente ao preço da alimentação biológica, os clientes do supermercado convencional consideram-na mais cara que a alimentação convencional.

Por outro lado, não se verificam diferenças significativas entre os participantes dos dois supermercados nível da alimentação biológica ser mais adequada para quem quer perder peso.

A diferença relativa aos comportamentos pró-ambientalistas entre consumidores do supermercado biológico ($M= 6.28$; $DP=1.01$) e os consumidores do supermercado convencional ($M= 5.93$; $DP=1.10$) é apenas marginal, $t(117) = -1.82$; $p = .072$, $d=-0.34$.

Quadro 3. Crenças sobre Comida Biológica e Comportamentos Pró-Ambientalistas Consoante o Tipo de Supermercado

	Convencional		Biológico		<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>			
A alimentação biológica é menos calórica	4.15	2.04	2.90	2.01	3.38	.001	0.62
A alimentação biológica é mais saudável	5.98	1.16	6.70	0.53	-4.36	.000	-0.96
A alimentação biológica é mais adequada para quem deseja perder peso	4.08	1.88	3.73	2.03	0.99	.325	0.18
A alimentação biológica é mais cara	6.23	1.20	5.42	1.38	3.42	.001	0.64
A alimentação biológica é melhor para o ambiente	6.08	1.44	6.62	0.96	-2.37	.020	0.47
Comportamentos Pró-Ambientalistas	5.93	1.10	6.28	1.01	-1.82	.072	-0.34

Health Halos: Avaliação da adequação de faltar ao treino

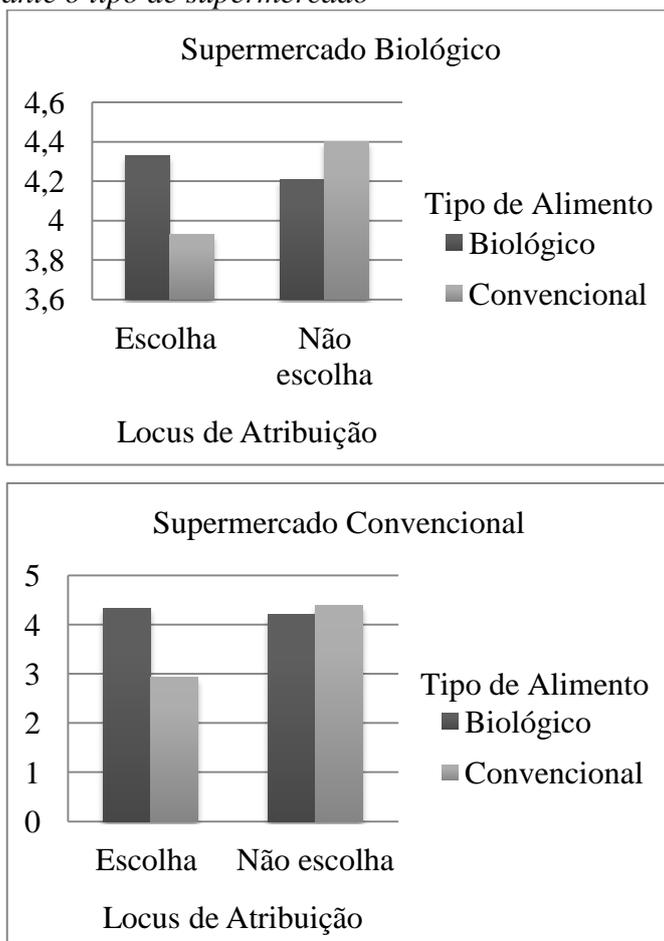
Para investigar a ocorrência de um health halo, tomámos como variável dependente a questão relativa a quão desculpável é o comportamento de faltar ao treino (ver também Schuldt & Schwarz, 2010). Essa variável foi considerada no modelo ANOVA que deriva do delineamento experimental: 2(tipo de supermercado) x 2 (tipo de alimento) x 2 (locus de atribuição).

Não foi verificada a interação de terceira ordem esperada, $F < 1$ (ver Figura 2). Uma possibilidade que havíamos considerado, caso o tipo de supermercado não tivesse qualquer impacto, seria a interação entre o locus de atribuição e do tipo de alimento. Contudo, tal também não foi verificado, $F(1,112)=1.82$, $MSE=2.87$; $p= .180$, $\eta^2_p = .02$. Nenhuma das outras interações de segunda ordem atingiu significância estatística, $F < 1$ (ver Anexo B).

Apesar da inexistência de evidências estatísticas que comprovem as hipóteses estabelecidas, o padrão de resultados sugere uma tendência para os participantes na condição de supermercado convencional, na condição de escolha e na condição de prato biológico ($M=4.13$; $DP=1.06$) considerarem mais desculpável a Joana faltar ao treino do que os participantes do supermercado biológico ($M=3.93$; $DP=1.03$) nas mesmas condições. Também indo de encontro às hipóteses estabelecidas, independentemente do tipo de supermercado, quando o alvo escolhe um alimento biológico ($M=4.03$, $DP=1.03$), comparativamente ao convencional ($M=3.53$; $DP=1.66$), os participantes consideram como mais desculpável a falta ao treino.

Contudo, verificaram-se incongruências em relação aos participantes do supermercado biológico ao considerarem mais desculpável o faltar ao treino quando a pessoa-alvo não escolhe o prato e este é convencional ($M=4.47$; $DP=1.77$).

Figura 2. Adequação média de faltar ao treino face ao locus de atribuição e tipo de alimento consoante o tipo de supermercado



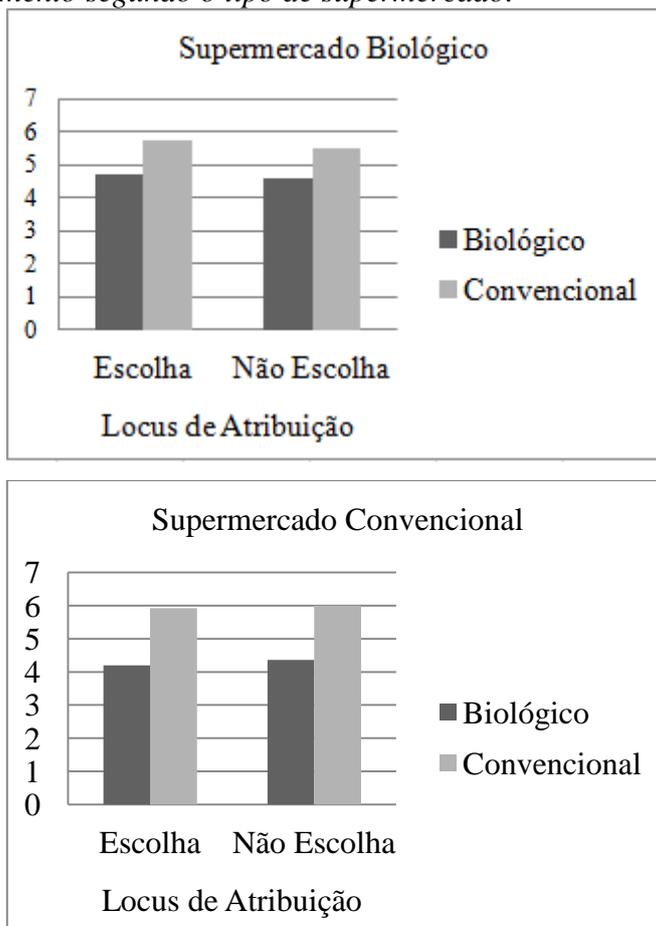
Não se detetaram (nem eram esperados) efeitos principais na avaliação da adequação de faltar ao treino, $F < 1$.

Health Halos: Avaliação do conteúdo calórico da refeição

A avaliação do conteúdo calórico da refeição foi integrada no modelo ANOVA que deriva do delineamento experimental: 2 (tipo de supermercado) x 2 (tipo de alimento) x 2 (locus de atribuição). Não foi verificada a interação de terceira ordem esperada, $F < 1$ (ver Figura 3).

Não foi encontrado um efeito conjunto do tipo de supermercado e do tipo de alimento no health halo de avaliação do nível calórico da refeição ($F(1,107)=2.26$, $MSE=1.66$; $p=0.135$, $\eta^2_p = 0.02$). Também em relação a este health halo, não foi encontrado um efeito do tipo de supermercado juntamente com o locus de atribuição, $F < 1$, nem um efeito do tipo de alimento com o locus de atribuição $F < 1$.

Figura 3. Avaliação média do conteúdo calórico da refeição face ao locus de atribuição e tipo de alimento segundo o tipo de supermercado.



Detetámos um efeito principal do tipo de alimento na avaliação do nível calórico da refeição. Ou seja, independentemente do tipo de supermercado e do locus de atribuição, os

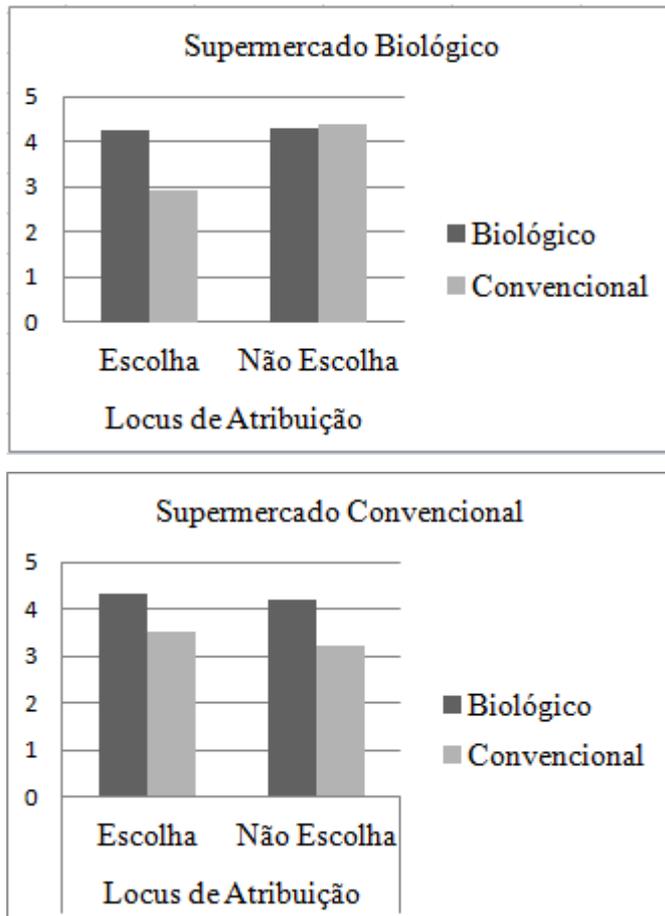
participantes na condição de lasanha biológica ($M=4.47$; $DP= 1.53$) consideraram a refeição menos calórica que os participantes na condição de lasanha convencional ($M=5.79$; $DP=0.94$), $F(1,107)=30.19$, $MSE=1.66$; $p < .001$, $\eta^2_p = .22$. Nenhum dos outros efeitos principais atingiu significância estatística, $F < 1$ (ver Anexo C).

Health Halos: Avaliação da salubridade da refeição.

A avaliação da salubridade da refeição foi integrada no modelo ANOVA que deriva do delineamento experimental: 2 (tipo de supermercado) x 2 (tipo de alimento) x 2 (locus de atribuição). Mais uma vez não se verificou a interação de terceira ordem esperada, $F(1,106)=1.94$, $MSE=2.43$; $p=.166$, $\eta^2_p = .18$ (ver figura 4).

Não foi encontrado um efeito do tipo de supermercado e do tipo de alimento no health halo de avaliação da refeição ser saudável $F < 1$. Também em relação a este health halo, não foi encontrado um efeito do tipo de supermercado juntamente com o locus de atribuição ($F(1,106)=2.75$, $MSE=2.43$; $p=0.100$, $\eta^2_p = .03$), nem um efeito do tipo de alimento com o locus de atribuição ($F(1,106)=1.11$, $MSE=2.43$; $p=0.295$, $\eta^2_p = 0.01$).

Figura 4. Avaliação média da salubridade da refeição face ao locus de atribuição e tipo de alimento segundo o tipo de supermercado.



Verificámos um efeito principal do tipo de alimento na avaliação da refeição ser saudável. Isto é, independentemente do tipo de supermercado e do locus de atribuição, os participantes na condição de lasanha biológica ($M=4.27$; $DP= 1.41$) consideraram a refeição mais saudável que os participantes na condição de lasanha convencional ($M=3.53$; $DP=1.71$), $F(1,106)=6.58$, $MSE=1.66$; $p \leq 0.012$, $\eta^2_p = 0.58$. Nenhum dos restantes efeitos principais atingiu significância estatística, $F < 1$ (ver Anexo D).

IV. Discussão

Segundo a literatura, os alimentos biológicos são percebidos como mais saudáveis em comparação com a sua contraparte convencional (Schuldt & Hannahan, 2013), o que tem implicações ao nível do julgamento de atributos não relacionados (e.g., o alvo pode faltar treino). Contudo, este efeito parece ser moderado pelo locus de atribuição (Prada et al. 2013). Ou seja, apenas quando o alvo escolhe o prato terá mais desculpa para faltar ao treino, indo ao encontro do moral licencing effect (Monin & Miller, 2001), na medida em que se a pessoa não é responsável pela escolha, então é "justo" que também não sinta os benefícios que teria com a escolha do prato (ou seja, a escolha de uma refeição biológica, levaria a que o alvo tivesse licença para faltar ao treino).

O nosso objetivo é replicar os dados de Prada e colaboradores (2013) em contexto natural explorando ainda o papel do tipo de supermercado onde os participantes realizavam as suas compras (biológico vs. convencional). A importância desta variável estaria relacionada com o nível de conhecimento, no sentido em que os clientes do supermercado biológico teriam mais conhecimento acerca da alimentação biológica, portanto seriam menos suscetíveis ao tipo de refeição, apresentando menos health halos que os clientes do supermercado convencional.

O principal objetivo deste estudo consistiu na replicação dos resultados do estudo de Prada e colaboradores (2013) num contexto natural, ou seja, de recolha de dados em dois tipos de supermercado distintos (biológico e convencional).

Mais detalhadamente, pretendeu-se verificar se os participantes na condição de supermercado convencional seriam mais vulneráveis ao tipo de alimento, apresentando um maior nível de health halos quando a refeição do alvo tinha origem biológica. E, por outro lado, que o efeito benéfico da refeição biológica no julgamento do alvo fosse detetado quando este fosse responsável pela escolha do prato.

Contudo, nenhuma das hipóteses principais se revelou estatisticamente significativa. Sendo que apenas foi verificado um efeito principal significativo do tipo de alimento (biológico vs. convencional) na avaliação do nível calórico da refeição e na avaliação do nível de salubridade da refeição. O efeito principal do tipo de alimento na avaliação das calorias da refeição foi também verificado no estudo de Schuldt e Schwarz (2010) e comprova que os participantes na condição de lasanha biológica avaliam a refeição como menos calórica do que os participantes na condição de lasanha convencional. Aparentemente a leniência face à falta ao treino pode ser originada por processos que não estão relacionados com a inferência

do nível calórico da refeição (Schuldt & Schwarz), o que pode explicar existir um efeito do tipo alimento no julgamento de calorias, mas não na desculpa em faltar ao treino.

Por outro lado, apesar da pouca significância dos resultados, estes indicam a existência de uma tendência que vai ao encontro de algumas hipóteses estabelecidas, nomeadamente que os participantes na condição de escolha de lasanha biológica tenderam a considerar que é mais desculpável a Joana faltar ao treino e tenderam a avaliar a refeição como menos calórica e mais saudável. Além disso, os participantes na condição de supermercado convencional e de lasanha biológica avaliam o prato como menos calórico comparativamente com os participantes do mesmo supermercado e na condição de lasanha convencional, mas também comparativamente com os participantes do supermercado biológico tanto na condição de lasanha biológica como de lasanha convencional.

A presente investigação contribui para reforçar a ideia, já comprovada por estudos anteriores (e.g. Schuldt e Schwarz, 2010), que demonstraram a existência de health halos nos julgamentos que as pessoas fazem ao serem confrontados com um atributo de um tipo de comida, neste caso, a comida biológica, num contexto experimental de campo. A nível prático, esta investigação ajuda a tentar perceber a forma como as pessoas percecionam a alimentação e que atalhos fazem relativamente à comida funcional numa tentativa de melhorar os seus hábitos alimentares.

Contudo, apesar deste contributo, a investigação apresenta algumas limitações. No seguimento dos resultados não terem sido significativos mas apresentarem alguma concordância com as hipóteses estabelecidas, é provável que a primeira e principal limitação se prenda com a necessidade de obter uma amostra maior, visto que no presente estudo cada condição tem apenas 15 participantes. Em segundo lugar, pelas condições acordadas entre o supermercado biológico e os responsáveis da investigação, não foi possível realizar a recolha de dados na mesma hora do dia nos dois supermercados, pelo que este fator pode ter contribuído com enviesamentos a nível da amostra. É possível que haja um padrão de compra entre diferentes tipos de consumidor consoante as horas do dia (e.g. de manhã existem pessoas mais velhas a fazerem compras ou pessoas a caminho do trabalho e à tarde existem mais pais a fazerem compras depois de irem buscar os filhos à escola), ou seja, os dois grupos de consumidores não serem estatisticamente equivalentes. O facto de não haver uma especificação dos ingredientes que continha o prato principal da Joana, pode ter despertado diferentes representações mentais entre os diferentes participantes (e.g. uma pessoa com um regime alimentar vegano imaginar uma lasanha de legumes) o que poderá ter tido influência na avaliação do nível calórico e de salubridade do prato. Também relacionado com a

descrição do jantar da Joana, os participantes podem ter tido em consideração para a sua avaliação a entrada do jantar, quando era apenas pretendido que avaliassem o prato principal. O facto de se tratar de um estudo experimental de campo, e existir uma maior necessidade de interação entre a investigadora e os participantes, poderá ter desencadeado um enviesamento do investigador, até pelas características semelhantes entre o próprio e a pessoa-alvo descrita no texto do questionário. Ou seja, os participantes poderão utilizar características físicas e psicológicas da experimentadora para representar mentalmente a Joana, influenciando as suas respostas (e.g. o participante pensar que o experimentador necessitaria ou não de perder peso e nesse sentido a resposta à desculpa para faltar ao treino ser enviesada). A título de exemplo, um dos participantes do supermercado biológico afirmou que a experimentadora não precisava de controlar o peso, porque ainda era muito nova para ter tal preocupação.

Futuras investigações deverão ter atenção à descrição do prato principal, para não originar representações que não sigam o sentido pretendido pela investigação, também seria importante recolher uma maior amostra, portanto seria conveniente que futuros estudos tivessem um maior número de pessoas por condição. De forma a controlar um potencial enviesamento pela presença do investigador, nos próximos estudos o experimentador deverá ter um sexo diferente ou uma idade diferente do alvo.

Apesar de estudos anteriores terem explorado a relação da comida biológica com os *health halos*, do nosso conhecimento este é o primeiro estudo de campo em Portugal a ser realizado nesta temática. Ainda que sem resultados significativos, foi possível verificar que com as correções necessárias, talvez seja possível obter resultados estatisticamente significantes. Assim, este estudo surge como um potencial incentivo para o surgimento de novos estudos de campo nesta área, tentando-se colmatar eventuais erros que tenham sido cometidos durante esta investigação, de forma a obter resultados significativos e novas conclusões para a teoria.

Assim, seria importante com base nos resultados deste estudo e dos estudos anteriores, não só de comida biológica (e.g. Schuldt e Schwarz, 2010; Wan-chen et al., 2013) mas também de outro tipo de alimentos (e.g. Wansink & Chandon, 2006), existisse uma sensibilização e esclarecimento no sentido de ajudar as pessoas a fazerem escolhas de forma informada e não baseada apenas nos poucos atributos que podem conhecer sobre determinado alimento.

Referências

- Aschemann-Witzel, J. Maroscheck, N. & Hamm, U. (2013). Are organic consumers preferring or avoiding foods with nutrition and health claims? *Food Quality and Preference*, 30, 68-76
- Associação Empresarial de Portugal – Câmara do Comércio e da Indústria. (2009). *Sector Alimentar*. [Brochura]. Porto: Gabinete de Estudos
- Blanken, I., Ven, N. V., Zeelenber, M. & Meijers, M. H. C. (2014). *Social Psychology*, 45(3), 232-238
- Broniarczyk, S. M. & Alba, J. M. (1994). The role of consumers' intuitions in inference making. *Journal of Consumer Research*, 21, 393-407
- Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752-766
- Clot, S., Grolleau, G., Ibanez, L. (2011). Do good deeds make bad people? *Lameta*, 11-21
- Dion, K., Berscheid, E. & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290
- Gilbert, D. T., Krull, D. S., & Pelham, B. W. (1988). Of thoughts unspoken social inference and the self-regulation of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5, 685-694
- Gilbert, D. T. & Malone, P. S., (1995). The correspondence bias. *Psychological Bulletin*, 117 (1), 21-38.
- Gleitman, H., Fridlund, A. J. & Reisberg, D. (2009). *Psicologia*. (5th ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Guido, G., Prete, M. I., Peluso, A.M.; Maloumy-Baka R.C. & Buffa, C. (2009). The role of ethics and product personality in the intention to purchase organic food products: a structural equation modeling approach. *International Review of Economics*, 57, 79-102.
- Hjelmar, U. (2011). Consumer's purchase of organic food products. A matter of convenience and reflexive practices. *Appetite*, 56, 336-344.
- Hoffman, S. & Schlicht (2013). The impact of different types of concernment on the consumption of organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 625-633.
- International Federation of Organic Agriculture Movements. (2005). *Princípios da Agricultura Biológica*. [Brochura]. Germany: IFOAM Head Office.

- International Federation of Organic Agriculture Movements. (2008). *Definition of Organic Agriculture*. [Brochura]. Germany: IFOAM Head Office.
- Kesse-Guyout, E., Péneau, S., Méjean, C., Edelenyi, F. S., Galan, P., Hercberg, S. & Lairon, D. (2013). Profiles of organic food consumers in a large sample of french adults: results from the nutrinet-sante´ cohort study. *Plos One*, 8(10), 1-13.
- Khan, U. & Dhar, R. (2006). Licensing effect in consumer choice. *Journal of Marketing Research*, 43, 259-266.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L. & Sjöden, P. (2003). Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behavior. *Appetite*, 40, 109-117.
- Mazar, N. & Zhong, C. (2010). Do green products make us better people? *Psychological Science*, 21(4), 494-498.
- Merritt, A. C., Effron, D. A., Monin, B. (2010). Moral self-licensing: when being good frees us to be bad. *Social and Personality Compass*, 4/5, 344-357.
- Monin, B. & Miller, D. (2001). Moral credentials and the expression of prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 33-43.
- Mukhopadhyay, A., Sengupta, J. & Ramanathan, S. (2008). Recalling past temptations: an information-processing perspective on the dynamics of self-control. *Journal of Consumer Research*, 35, 586-599.
- Naquin, C. E. & Tunan, R. O. (2003). The team halo effect: why teams are not blamed for their failures. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 332-340.
- Nisbett, R. E. & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: evidence for uncouncious alteration of judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 250-256.
- Oakes, M. E. & Slotterback, C. S. (2001). What's in a name? A comparison of men's and women's judgements about food names and their nutrient contents. *Apettite*, 36, 29-40
- Oliveira, L. (2011, 13 de Janeiro). A verdade sobre os alimentos biológicos. *Visão*, (online).
- Pino, G., Peluso, A. & Guido, G. (2012). Determinants of Regular and Occasional Consumers' Intentions to Buy Organic Food. *Trends and Applications*, 46(1), 157-169
- Prada, M., Rodrigues, D., Mota, A. & Trilho, R. (2014) *O que é biológico é bom: Moderação da escolha no efeito de halo dos produtos biológicos*. Poster apresentado no 9º Encontro Nacional da APPE. Covilhã, Portugal
- Rosenzweig, P. (2007). Misunderstanding the nature of company performance: the halo effect and other business delusions. *California Management Review*, 49(4), 6-19

- Schuldt, J. P. & Schwarz, N. (2010). The “organic” path to obesity? Organic claims influence calorie judgments and exercise recommendations. *Judgment and Decision Making*, 5, 144-150.
- Schuldt, J. P. & Hannahan, M. (2013). When good deeds leave a bad taste. Negative inferences from ethical food claims. *Appetite*, 62, 76-83.
- Seungho, C. & Yong-Cham, K. (2012). Corporate social responsibility as a halo effect in issue management: public response to negative news about pro-social local private companies. *Asian Journal of Communication*, 22(4), 372-385
- Siegrist, M. (2008). Factors influencing public acceptance of innovative food technologies and products. *Trends in Food Science & Technology*, 19, 603-608
- Siess, T. F. & Maloney, M. J. (1972). Style of descriptive material as a factor in teachers’ impressions of grade school children. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 4(3), 181-190
- Soil Association. (2014). *Organic versus non-organic: a new evaluation of nutritional difference*. [Brochure]. Peacemarsh, Gillingham: Neal’s Yard Remedies
- Wan-Chen, J.L., Shimizu, M., Kniffin, K.M. & Wansink, B. (2013). You taste what you see: Do organic labels bias taste perceptions? *Food Quality and Preference*, 29, 33-39
- Wansink, B. & Chandon, P. (2006). Can “low-fat” nutrition labels lead to obesity? *Journal of Marketing Research*, 43, 605-617
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92(4), 548-573
- Williams, C. M. (2002). Nutritional quality organic food: shades of grey or shades of green? *Proceedings of the Nutrition Society*, 61, 19-24

Anexos

ISCTE -IUL
Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Obrigada desde já pela sua participação. Neste estudo estamos interessados em explorar como pensamos acerca da alimentação. De seguida irá ler um excerto acerca de uma pessoa que se depara com uma decisão e ser-lhe-á pedido que indique qual a escolha que considera ser mais adequada. Posto isto, faremos algumas questões acerca do comportamento dessa pessoa, bem como questões gerais acerca da alimentação. Sublinhamos que estamos interessados na sua opinião espontânea e que não existem respostas certas ou erradas. Obrigada.

Para efeitos estatísticos, por favor indique:

A sua idade: _____

Sexo: Feminino____ Masculino_____

O seu nível de escolaridade: _____

Por favor, leia o seguinte cenário:

Nome: Joana Silva (aluna universitária, 20 anos)

(Na condição de escolha de refeição biológica):

A Joana é uma estudante da Universidade de Lisboa. Atualmente, ela está a tentar perder peso comendo refeições saudáveis e praticando exercício de forma regular. Por exemplo, ontem à noite comeu uma tosta e salada e depois foi dar a sua corrida habitual de cerca de três quilómetros. A Joana hoje está bastante ocupada porque tem alguns trabalhos da faculdade para finalizar. Ela acabou de jantar num restaurante perto de casa e está a ponderar não fazer a corrida habitual para poupar tempo. A sua refeição iniciou-se com uma entrada de tomate e queijo fresco. A ementa do restaurante era composta por cinco pratos principais e a Joana escolheu uma lasanha biológica.

(Na condição de não escolha de refeição biológica):

A Joana é uma estudante da Universidade de Lisboa. Atualmente, ela está a tentar perder peso comendo refeições saudáveis e praticando exercício de forma regular. Por exemplo, ontem à noite comeu uma tosta e salada e depois foi dar a sua corrida habitual de cerca de três quilómetros. A Joana hoje está bastante ocupada porque tem alguns trabalhos da faculdade para finalizar. Ela acabou de jantar num restaurante perto de casa e está a ponderar não fazer a corrida habitual para poupar tempo. A sua refeição iniciou-se com uma entrada de tomate e queijo fresco. Apenas existia disponível na ementa do restaurante lasanha biológica.

(Na condição de escolha de refeição convencional):

A Joana é uma estudante da Universidade de Lisboa. Atualmente, ela está a tentar perder peso comendo refeições saudáveis e praticando exercício de forma regular. Por exemplo, ontem à noite comeu uma tosta e salada e depois foi dar a sua corrida habitual de cerca de três quilómetros. A Joana hoje está bastante ocupada porque tem alguns trabalhos da faculdade para finalizar. Ela acabou de jantar num restaurante perto de casa e está a ponderar não fazer a corrida habitual para poupar tempo. A sua refeição iniciou-se com uma entrada de tomate e queijo fresco. A ementa do restaurante era composta por cinco pratos principais e a Joana escolheu uma lasanha.

(Na condição de não escolha de refeição convencional):

A Joana é uma estudante da Universidade de Lisboa. Atualmente, ela está a tentar perder peso comendo refeições saudáveis e praticando exercício de forma regular. Por exemplo, ontem à noite comeu uma tosta e salada e depois foi dar a sua corrida habitual de cerca de três

quilómetros. A Joana hoje está bastante ocupada porque tem alguns trabalhos da faculdade para finalizar. Ela acabou de jantar num restaurante perto de casa e está a ponderar não fazer a corrida habitual para poupar tempo. A sua refeição iniciou-se com uma entrada de tomate e queijo fresco. Apenas existia disponível na ementa do restaurante lasanha.

Assinale agora a opção que melhor expressa a sua resposta:

1. Nestas circunstâncias, em que medida considera adequado que a Joana falte ao treino?

Nada Adequado	1	2	3	4	5	6	7	Muito Adequado
---------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------

2. Na sua opinião a refeição da Joana foi

Pouco Calórica	1	2	3	4	5	6	7	Muito Calórica
Pouco Saudável	1	2	3	4	5	6	7	Muito Saudável

Questionário sobre alimentação

1. Com que frequência compra produtos alimentares de origem biológica?

Nunca	1	2	3	4	5	6	7	Sempre
-------	---	---	---	---	---	---	---	--------

2. Como avalia o seu conhecimento acerca dos benefícios da alimentação biológica?

Muito Reduzido	1	2	3	4	5	6	7	Muito Elevado
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

3. Na sua opinião, ter uma alimentação saudável é...

Nada importante	2	3	4	5	6	Muito Importante
-----------------	---	---	---	---	---	------------------

4. Considera que habitualmente tem uma alimentação...

Nada Saudável	1	2	3	4	5	6	7	Muito Saudável
---------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------

5. Em que medida concorda (em que 1=Discordo Totalmente e 7=Concordo totalmente) com as seguintes afirmações:

Comparativamente à alimentação “convencional”...

	1	2	3	4	5	6	7
A alimentação biológica é menos calórica							
A alimentação biológica é mais saudável							
A alimentação biológica é adequada para quem deseja perder peso							
A alimentação biológica é mais cara							
A alimentação biológica é melhor para o ambiente							

6. Em que medida concorda (em que 1=Discordo Totalmente e 7=Concordo totalmente) com as seguintes afirmações:

	1	2	3	4	5	6	7
Gosto de reciclar							
Sempre que posso faço reciclagem							
Gosto de fazer caminhadas							
Gosto de passar tempo em contacto com a natureza.							

Por favor, indique ainda:

O seu peso: _____ kg

A sua altura: _____ m

Em média, quantos dias por semana pratica exercício físico?

0	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

Segue algum regime alimentar específico?

Não _____ Sim _____ (por favor indique abaixo qual)

Macrobiótico _____

Ovo-lacto-vegetariano _____

Vegano _____

Sem Glúten _____

Outro: _____ Qual? _____

Mais uma vez obrigada pela sua colaboração!

Anexo B

Quadro 3. *Avaliação da Adequação de Faltar ao Treino Segundo o Tipo de Supermercado, o Tipo de Alimento e o Locus de Atribuição.*

	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	1771.001	1	1771.01	618.05	.000	.85
Escolha	.41	1	.41	.14	.707	.00
Alimento	.21	1	.21	.07	.788	.00
ID_Super	.41	1	.41	.14	.707	.00
Escolha * Alimento	5.21	1	5.21	1.82	.180	.02
Escolha * ID_Super	2.41	1	2.41	.84	.361	.01
Alimento * ID_Super	1.41	1	1.41	.49	.485	.01
Escolha * Alimento * ID_Super	1.01	1	1.01	.35	.554	.01
Error	320.93	112	2.87			
Total	2103.00	120				

Anexo C

Quadro 4. *Avaliação Média do Conteúdo Calórico da Refeição Segundo o Tipo de Supermercado, o Tipo de Alimento e o Locus de Atribuição.*

	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	3017.31	1	3017.31	1819.63	.000	.94
Escolha	.02	1	.02	.01	.906	.00
Alimento	50.07	1	50.07	30.19	.000	.22
ID_Super	.01	1	.01	.01	.944	.00
Escolha * Alimento	.07	1	.07	.04	.836	.00
Escolha * ID_Super	.61	1	.61	.37	.547	.00
Alimento * ID_Super	3.75	1	3.75	2.26	.135	.02
Escolha * Alimento * ID_Super	.00	1	.00	.01	.968	.00
Error	177.43	107	1.66			
Total	3249.00	115				

Anexo D

Quadro 5. *Avaliação Média da Salubridade da Refeição Segundo o Tipo de Supermercado, o Tipo de Alimento e o Locus de Atribuição.*

	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	1721.14	1	1721.14	708.72	.000	.87
Escolha	2.01	1	2.01	.83	.365	.01
Alimento	15.98	1	15.98	6.58	.012	.06
ID_Super	.58	1	.58	.24	.625	.00
Escolha * Alimento	2.69	1	2.69	1.11	.295	.01
Escolha * ID_Super	6.67	1	6.67	2.75	.100	.03
Alimento * ID_Super	.63	1	.63	.26	.611	.00
Escolha * Alimento * ID_Super	4.71	1	4.71	1.94	.166	.02
Error	257.42	106	2.43			
Total	2013.00	114				