

SALÃO DE  
INICIAÇÃO CIENTÍFICA  
**XXIX SIC**  
  
**UFRGS**  
PROPESQ



múltipla   
**UNIVERSIDADE**  
inovadora  inspiradora

<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2017: SIC - XXIX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2017
<b>Local</b>	Campus do Vale
<b>Título</b>	“Esportes não saudáveis?” Como assistir esportes aumenta comportamentos não saudáveis
<b>Autor</b>	GUSTAVO FERREIRA BELMONTE
<b>Orientador</b>	MÁRCIA MAURER HERTER

TÍTULO DO PROJETO: “Esportes não saudáveis?” Como assistir esportes aumenta comportamentos não saudáveis; NOME DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL: Prof. Dra. Márcia Maurer Herter, PhD; NOME DO ALUNO CANDIDATO: Gustavo Ferreira Belmonte; INSTITUIÇÃO SEDE: ESPM Sul

Assistir esportes é uma das maiores fontes de entretenimento no mundo. Por exemplo, o Super Bowl - jogo da final do campeonato da Liga Nacional de Futebol Americano - é um dos maiores eventos esportivos mundiais, com uma audiência de 114,4 milhões de telespectadores (CBS, 2015). Esta grande exposição a esportes parece não resultar em um estímulo capaz de estimular prática esportiva e a alimentação saudável na população em geral. A Organização Mundial de Saúde sugere que dietas não saudáveis, a inatividade física, o tabaco e o álcool, são os principais fatores de risco para a morte prematura (OMS, 2013). Cerca de 1,7 milhões de pessoas em todo o mundo morrem todos os anos por causa de uma dieta não saudável (OMS, 2017). Nos esportes de hoje o nível de competitividade influencia a maneira com que os jogadores performam durante a partida assim como os telespectadores. Por exemplo um jogo de futebol pode ter momentos de baixa competitividade (principalmente de toques de bola) ou de alta competitividade (lances de gol). O autocontrole é a maneira pela qual o consumidor reage internamente equilibrando os seus impulsos e as suas inibições (CARVER; SCHEIER, 1981). Diariamente as pessoas enfrentam situações na qual precisam decidir entre um comportamento saudável (comer uma salada) ou um comportamento mais indulgente e não saudável (comer um hambúrguer). A presente pesquisa sugere que um entretenimento (assistir esportes na televisão) é capaz de reduzir a atenção do *self* reduzindo o autocontrole dos consumidores, ou seja, aumentando os comportamentos não saudáveis. Um jogo esportivo pode apresentar altos (final do campeonato) ou baixos (jogo cotidiano) níveis de competitividade acarretando diretamente nos níveis de excitação dos telespectadores. Assim, um jogo mais competitivo deverá alterar as emoções (positiva como excitação) dos consumidores, influenciando na relação entre o autocontrole e os comportamentos não saudáveis dos mesmos. Esta pesquisa utiliza uma abordagem experimental quantitativa para analisar a relação entre assistir esportes (alto vs. baixo nível de competitividade), emoções e comportamentos não saudáveis dos consumidores. O primeiro estudo foi conduzido com cento e dois participantes (57,84% homens, idade média = 35 anos) através da plataforma online MTurk. Os participantes foram aleatoriamente distribuídos em uma das duas condições experimentais. Na condição alto nível de competitividade os participantes assistiram ao vídeo de futebol com os lances de gol da partida, enquanto que na condição de baixo nível de competitividade apresentava apenas trocas de passes. Ambos os vídeos tiveram duração de 4 minutos e 15 segundos. Após assistir a um dos vídeos, os participantes responderam a questões relativas a percepção de gasto calórico (3 itens), quantidade de gasto calórico (1 item), percepção de esforço físico (6 itens), percepção de autocontrole (8 itens, GLEIEZ; BAUMEISTER, 2017) e escolhas alimentares (10 itens). Os participantes avaliaram os itens através da escala Likert 7 pontos sendo 1- discordo totalmente até 7- concordo totalmente. A quantidade de gasto calórico foi medida através de uma escala de razão. As análises foram realizadas através do teste One Way ANOVA. Os resultados mostram que não há diferença significativa entre o alto vs. baixo nível de competitividade em percepção de gasto calórico (3 itens (( $F(1,100)=,00$   $p=,948$ );  $M_{Alta\ competitividade} =6,13$ ;  $M_{Baixa\ competitividade} =5,99$ )), quantidade de gasto calórico (1 item (( $F(1,100)=2,83$   $p=,096$ );  $M_{Alta\ competitividade} =1790,88$ ;  $M_{Baixa\ competitividade} =1247,46$ )), percepção de esforço físico (6 itens ( $F(1,100)=,10$   $p=,754$ );  $M_{Alta\ competitividade} =5,68$ ;  $M_{Baixa\ competitividade} =5,60$ )), percepção de autocontrole (8 itens ( $F(1,100)=,23$   $p=,636$ );  $M_{Alta\ competitividade} =4,72$ ;  $M_{Baixa\ competitividade} =4,57$ )) e escolhas alimentares (10 itens ( $F(1,100)=,10$   $p=,756$ );  $M_{Alta\ competitividade} =3,83$ ;  $M_{Baixa\ competitividade} =3,75$ )). O estudo 2 visa testar a influência do alto vs. baixo nível de competitividade em um ambiente real, além de medir as emoções dos consumidores. Esta pesquisa visa contribuir com as literaturas de autocontrole, comportamento do consumidor e de emoções.