



Departamento de Psicologia Social e das Organizações

**Transferência Espontânea De Traços Para Marcas:
O Papel Das Expectativas Acerca Da Marca**

Rute Alexandra Martinho Ferreira

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

Orientador:
Doutora Rita Jerónimo, Professora Auxiliar,
ISCTE-IUL

Outubro, 2009

Agradecimentos

Antes de mais quero agradecer à minha família, em especial, à minha mãe, Celeste e ao meu namorado, Bruno, foram eles, sem dúvida, as pessoas que mais me apoiaram ao longo destes cinco anos de curso, bem como foram eles que mais sofreram com as minhas constantes mudanças de humor, especialmente durante as fases críticas deste trabalho final. Foram eles que me ouviram e não ligaram quando eu respondi com impaciência, quando parecia que era a eles que eu culpava dos males do mundo e especialmente, de forma totalmente egocêntrica, dos meus males.

Quero também deixar um grande e saudoso obrigado ao meu pai, por me ter ensinado que tudo o que se possa conseguir na vida é resultado do esforço que dedicamos a cada coisa, que quanto maior for o esforço, a insistência e a paciência melhor será o resultado e que a palavra desistir só se menciona quando todas as outras alternativas se esgotarem.

Agradeço também aos meus amigos, aos que partilharam comigo o curso, que dividiram comigo os nervos, as alegrias, as tristezas, os momentos de lazer e que tornaram este percurso um percurso ainda mais especial. Agradeço também aos meus amigos, que estiveram comigo quando eu entrei para Psicologia e que continuam comigo hoje, apanharam grandes “secas” a ouvir falar de psicologia e do ISCTE, mas estavam e estão lá, sempre para me ajudarem a ser feliz e a participar nessa felicidade.

Agradeço também à Dr.^a Ana Freire e à Dr.^a Madalena Lupi, responsáveis da Consumer Channel, empresa em que realizei o meu estágio académico, pela tolerância e compreensão durante todo o estágio, perante os meus horários complicados e desajustados.

Agradeço também ao Prof. Mário Ferreira (FPCE-UL), Prof.^a Dr.^a Margarida Garrido (ISCTE-IUL) e Prof. Dr. Diniz Lopes (ISCTE-IUL) que colaboraram no descortinar e desenvolvimento deste trabalho.

E finalmente, mas não por fim, um especial “*MUITO OBRIGADA*”, à minha Professora Dr.^a Rita Jerónimo, que orientou este trabalho, obrigada pela compreensão, tolerância, sabedoria, rigor e exigência com que me orientou ao longo destes meses. Sem a Professora este trabalho não teria sido, de todo, possível de realizar. Obrigada pelas horas que estive comigo a pensar, pelas palavras de ânimo nos momentos mais críticos, quando parecia adivinhar que eu sentia estar perante um grande “buraco negro”. Relembro o primeiro dia em que nos encontramos para falar do que viria posteriormente a ser este trabalho, em que disse à professora que eu estava a trabalhar, com folgas rotativas e que não sabia se seria possível conseguir conciliar o trabalho com o estágio e com uma tese, foi crucial esse momento inicial

em que a professora disse que era possível e que eu não poderia desistir. Por tudo isto, e por muito mais que eu não esteja a mencionar deixo um grande e especial obrigado a si, professora Rita.

“Precious and fragile things

Need special handling “

Palavras-chave: Transferência Espontânea de Traços (STT), Personalidade da Marca,
Comunicação de Marcas.

American Psychological Association (PsycINFO Classification Categories and Codes):

2340 Cognitive Processes

2343 Learning and Memory

3900 Consumer Psychology

3840 Marketing & Advertising

Resumo

O presente estudo procura contribuir para a compreensão do processo cognitivo inerente à construção da personalidade das marcas através das inferências feitas acerca de pessoas associadas a essas marcas, bem como alargar a literatura da Transferência Espontânea de Traços (STT), nomeadamente explorando os limites para a ocorrência da STT. Propõe-se que os traços espontaneamente inferidos a partir dos comportamentos de uma pessoa sejam transferidos para uma marca presente no contexto desses comportamentos. A ocorrência de STT para objectos inanimados foi já demonstrada ao observar-se uma aprendizagem de associações espontaneamente estabelecidas entre objectos inanimados e um traço inferido a partir do comportamento de um indivíduo (Brown & Bassili, 2002). No entanto, e estabelecendo o paralelismo com o que se conhece da ocorrência das inferências de traço quer espontâneas (Wigboldus, Dijksterhuis & van Knippenberg, 2003) quer intencionais (Jerónimo, 2007), propomos que as expectativas induzidas pela marca inibam a transferência de traço quando inconsistentes com o traço implicado pelo comportamento. Numa adaptação do paradigma de Brown e Bassili (2002), o presente estudo apoia apenas parcialmente estas previsões. Apesar de se ter observado transferência de traços para as marcas, ela ocorreu independentemente das expectativas acerca da marca serem congruentes ou incongruentes com o traço. Argumenta-se que estes resultados poderão resultar apenas de processos que ocorrem na recuperação da informação, e não tanto da ausência de efeitos de inibição durante a codificação, já que a presença de marcas incongruentes com o traço parece ter sido suficiente para inibir a própria inferência de traços a partir do comportamento. Serão discutidas as implicações destes resultados, quer para a compreensão do processo de STT, quer para o processo de STI, bem como para a construção da personalidade da marca.

Abstract

The present research explores the cognitive mechanisms underlying the development of Brand's personality when this is based when inferences about related people. It is also intended to explore the boundaries of Spontaneous Trait Transference's (STT). It is proposed that traits spontaneously inferred from behaviours exhibited by someone will be transferred to a brand present in same context as those behaviours. The occurrence of STT to inanimate objects was already demonstrated: associations between unanimated objects and traits inferred from behaviours are spontaneously established and learned. (Brown & Bassili, 2002).

However, taking the literature on spontaneous trait inference (Wigboldus, Dijksterhuis & van Knippenberg, 2003) and intentional trait inference (Jerónimo, 2007), we also consider that expectancies about a brand may inhibit the trait transference when those are inconsistent with the trait implied by the behavior. The present research supports this prediction only partially. In spite of being observed the trait transference to brands, it occurred independently of the congruence or incongruence of the brand with the trait. It will be contended that this result may be a consequence of processes taking place at retrieval, and not from the absence of inhibition effects at encoding: the fact that the expectancy about the brand is inconsistent with the trait implied by the behavior was, indeed, sufficient to inhibit the trait inference itself. The implications of these results will be discussed, both for STT and the process of STI, as well as to the development of brand's personality.

Índice

Capítulo I – Enquadramento Teórico	1
1.1. <i>Inferência Espontânea de Traços</i>	3
1.2. <i>Evidência para a STI</i>	5
1.3. <i>Transferência Espontânea de Traços: A quem ou a que se referem as STIs?</i>	8
1.4. <i>Personalidade da Marca e Transferência Espontânea de Traços</i>	11
1.5. <i>O papel das expectativas na inibição das STIs</i>	13
1.6. <i>A presente proposta</i>	14
Capítulo II – Estudo Empírico	18
2.1. Método	19
2.1.2. <i>Visão Global</i>	19
2.2. <i>Construção do conjunto de estímulos</i>	20
2.3. <i>Desenho Experimental</i>	20
2.4. <i>Participantes</i>	21
2.5. <i>Procedimento</i>	21
2.6. <i>Pré-teste do material estímulo</i>	24
2.6.1. <i>Pré-teste de Marcas Conhecidas</i>	25
2.6.2. <i>Participantes</i>	25
2.6.3. <i>Procedimento</i>	25
2.6.4. <i>Seleccção do Material</i>	26
2.6.5. <i>Pré-teste de Marcas Desconhecidas</i>	27
2.6.6. <i>Participantes</i>	27
2.6.7. <i>Procedimento</i>	27
2.6.8. <i>Seleccção do Material</i>	28

<i>2.6.9. Pré-teste das auto descrições comportamentais</i>	28
<i>2.6.10. Participantes</i>	28
<i>2.6.11. Procedimento</i>	29
<i>2.6.12. Selecção do Material</i>	31
<i>2.7. Resultados</i>	32
Capítulo III – Discussão dos Resultados e Conclusão	39
Referências	48
Anexos	51
<i>Quadros</i>	52
<i>Tabelas</i>	55
<i>Figuras</i>	65

INTRODUÇÃO

GERAL

“How do consumers form the perception about the personality of celebrities? Is it formed like human personalities or like brand personalities? Celebrities are living human brands, which share some more similarities and some differences with product and service brands. (...) Consumers infer the physical characteristics, demographics and especially attitudes and beliefs of a celebrity based on the performance and service brands. (...) The brands that celebrities endorse have a very large bearing on the way their personality perceptions are formed by consumers. This is due to the high exposure consumers get to these associations, owing to the astute media selection and planning by the advertiser of these brands. “ (Kahle e Kim, 2006, pp. 166).

Muitas vezes, na comunicação das marcas, são utilizadas celebridades com elevada notoriedade, na expectativa que as características atribuídas à celebridade fiquem associadas à marca. O mesmo princípio parece estar subjacente à utilização, em geral, de pessoas com determinadas características para comunicar a marca. É o que acontece, por exemplo, quando se apresenta um grupo de jovens dinâmicos no contexto da comunicação de uma marca, ou quando se apresenta uma mulher sofisticada para comunicar uma outra marca, etc. Tendo em conta a forte associação que supostamente se estabelece entre a celebridade (e, eventualmente, qualquer outra pessoa) e a marca, poderá colocar-se a questão se a impressão que temos acerca da celebridade (ou outra pessoa) afecta a percepção acerca da personalidade da própria marca.

CAPÍTULO I
ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Enquadramento Teórico

Uma das formas, usadas no *branding* (i.e., “um nome, termo, símbolo, design ou uma combinação de ambos que permite identificar os bens ou serviços de um ou vários vendedores e diferenciá-los dos produtos e serviços da concorrência”, Bennett, 1988, citado por Yeshin, 1998, pp. 37), para criar uma personalidade de marca é a associação, em acções de comunicação, de uma pessoa a uma marca, na expectativa que as características inferidas acerca dessa pessoa sejam também atribuídas à marca com a qual são associadas. Se está já bem estabelecido, na literatura da Inferência Espontânea de Traços (STI – *Spontaneous Trait Inference*), que espontaneamente inferimos traços acerca da personalidade de uma pessoa a partir dos seus comportamentos (e.g., Uleman, Newman, & Moskowitz 1996) e que esses traços podem ser transferidos para outros alvos (e.g., Carlston, Skowronski & Sparks, 1995), está ainda por averiguar a possibilidade de transferência de traços especificamente para marcas.

A possibilidade destes traços que são inferidos de um alvo serem transferidos para um outro alvo tem sido alvo de investigação no contexto da literatura da Transferência Espontânea de Traços (STT – *Spontaneous Trait Transference*). A literatura STT tem mostrado que os traços inferidos acerca de um alvo são espontaneamente transferidos para outros alvos que estejam incidentalmente presentes aquando da inferência de traço, quer se tratem de pessoas (e.g., Carlston, Skowronski & Sparks, 1995), quer objectos aos quais habitualmente não atribuímos traços (Brown & Bassili, 2002). Assim, no contexto de comunicação de uma marca, quando é apresentada uma pessoa conjuntamente com uma marca, pode colocar-se a possibilidade dos traços que são espontaneamente inferidos acerca daquela pessoa serem transferidos para a marca. As marcas são, no entanto, uma categoria específica de objectos na medida em que, tal como acontece para alvos humanos, também em relação a elas desenvolvemos impressões de personalidade e temos expectativas; “*it as long been recognized that brands could be said to have personality, as any person has personality.*” (Azouley, 2003, pp.1). No entanto, as marcas não são, efectivamente, pessoas, mas sim objectos. Assim, as marcas podem constituir-se como uma categoria especial de objectos, para a qual se torna importante averiguar se há STT. Estudos anteriores realizados por Caetano (2008) demonstram essa possibilidade em relação a marcas fictícias. No entanto, e mais importante no contexto do presente trabalho, na medida em que habitualmente desenvolvemos impressões acerca das marcas, impressões essas que funcionam como uma expectativa acerca daquilo que podemos esperar da marca, devemos colocar a questão se

essas expectativas afectam a possibilidade de ocorrência das STT. Em relação a esta questão, não há estudos na literatura STT que testem esta possibilidade para alvos humanos. Há, no entanto, na literatura STI (Wigboldus, Dijksterhuis & Knippenberg, 2003), bem como na literatura de formação de impressões (Jerónimo, 2007), evidência que as expectativas acerca de uma pessoa afectam a inferência de traços a partir de comportamentos na medida em que quando temos uma expectativa acerca do actor do comportamento que é inconsistente com o traço a inferir a partir desse comportamento, a inferência de traço é inibida. Em que medida o mesmo tipo de processo ocorre em relação à STT? I.e., em que medida as expectativas acerca do alvo da transferência (no caso do presente estudo, a marca) podem inibir a transferência de traços que são inferidos a partir dos comportamentos de uma pessoa?

Com este estudo pretende-se assim: (1) compreender o processo cognitivo inerente à construção da personalidade das marcas a partir das inferências que são feitas acerca de pessoas associadas a essas marcas; (2) contribuir para a compreensão dos limites das STTs, nomeadamente compreender o papel das expectativas acerca do alvo da transferência na possibilidade de ocorrência dessas transferências.

1.1 A Inferência Espontânea de Traços

Desde há muito tempo que os psicólogos sociais acreditam que as inferências de traços são um aspecto central nas formações de impressões acerca dos outros (e.g., Asch, 1946; Heider, 1958). Uma das definições mais comuns de inferência de traços foi oferecida por Fiske e Taylor (1991): são traços que são atribuídos a outros de forma consciente e intencional. A grande maioria da investigação realizada à volta deste tema ao longo do tempo foi, efectivamente, tratando as inferências de traço como um processo que é realizado de forma consciente e intencional pela pessoa que infere os traços. Contribuiu para esta concepção o facto de, até muito recentemente, se ter considerado a inferência de traços como um processo inerente à realização de atribuições disposicionais no contexto da procura de uma explicação (intencional) causal para o comportamento de alvos sociais (e.g., Heider, 1944, 1958). O facto da investigação ter estado tão focada nas inferências de traço de personalidade de forma intencional não permitia o estudo das inferências que podem ocorrer de forma espontânea.

Recentemente mudou completamente a concepção acerca do modo como inferimos traços a partir dos comportamentos das pessoas que nos rodeiam, assumindo-se a possibilidade de

que as inferências de traço fizessem parte de processos básicos de compreensão (e.g., Smith & Miller, 1983). Por forma a compreender os processos inerentes à inferência de traço, têm sido utilizadas as regras da inferência que permitem a compreensão de textos (Balota, d'Arcais, & Rayner, 1990; Graesser & Bower, 1990, citado por Moskowitz, Newman, & Uleman, 1996), na medida em que se assume que, na observação de comportamentos as pessoas adoptam procedimentos análogos aos que usam para extrair significado a partir de textos, tendo os dois processos consequências semelhantes (e.g., Moskowitz, Newman, & Uleman, 1996).

Assim, quando falamos em inferência espontânea de traços, falamos da associação de um traço de personalidade a alguém que ocorre quando observamos o seu comportamento sem termos a consciência e a intenção de inferirmos esse traço e o associarmos a essa pessoa nesse exacto momento (Uleman, Newman, & Moskowitz 1996). Por exemplo, se estamos num determinado local e vemos alguém bater noutra pessoa, podemos inferir espontaneamente que essa pessoa é agressiva. A literatura diz-nos que as pessoas fazem determinadas inferências, sem o objectivo de as fazerem, assim como sem estarem sequer conscientes de que as fizeram.

Considerando a ampla evidência existente que as inferências de traço são espontâneas e que não implicam qualquer consideração sobre o comportamento do actor, pode dar-se o caso dessas inferências não serem efectivamente inferências disposicionais acerca das características de personalidade do actor do comportamento, na medida em que podem simplesmente caracterizar o comportamento observado mas não o actor (Hamilton, 1988; Newman & Uleman, 1989; Hilton, Smith & Kim 1995 citado por Jerónimo, 2007). A tentativa de perceber se, por um lado, a inferência de traços é um processo espontâneo e, por outro lado, se refere tanto ao comportamento do actor como ao actor ele mesmo, é umas das questões que está no centro da literatura sobre a STI. Vários autores consideram que as STIs poderão ser apenas produtos do processo de compreensão dos comportamentos e não ficarem associadas aos autores desses comportamentos (e.g., Hamilton, 1998, citado por Jerónimo, 2007). Neste sentido, estudos recentes demonstraram que os traços espontaneamente inferidos a partir de um comportamento podem ser transferidos para uma outra pessoa que esteja presente no contexto e que não seja o actor do comportamento (Skowronski, Carlston, Mae e Crawford, 1998). A este efeito de associação ou transferência de um traço para um actor diferente Skowronski et al. (1998) deram o nome de Transferência Espontânea de Traços ou *Spontaneous trait transference* (STT).

1.2 Evidências para a STI

O tema da interferência espontânea de traços tem sido estudado ao longo dos anos, e todas as evidências para a STI advêm de investigações em que os participantes foram expostos a auto descrições de comportamentos de outras pessoas. Estas descrições são concretas e evitam várias interpretações do mesmo comportamento. Nestes estudos é pedido aos participantes que leiam estas descrições seguindo variadas instruções, mas nunca que formem qualquer tipo de impressão ou que infiram traços. Por forma a perceber e explicar o processo das inferências espontâneas de traço, têm vindo a ser construídos diversos paradigmas, sendo os principais os seguintes: recordação guiada por pistas (“*cued recall*”), reconhecimento da palavra de teste (“*probe recognition*”), falso reconhecimento (“*false recognition*”) e reaprendizagem (“*savings in relearning*”).

A primeira evidência para as STIs foi obtida por Winter e Uleman (1984) com o paradigma da recordação guiada por pistas, em que 1) eram apresentadas para um teste de memória frases implicativas de traços e subsequentemente 2) eram fornecidas pistas (como traços de personalidade, entre outras) para a recuperação das frases apresentadas anteriormente. Winter e Uleman (1984) mostraram que facultar traços como pistas de recuperação, comparativamente a outras pistas, é altamente eficaz para a recuperação das frases previamente apresentadas, permitindo a conclusão que esses traços haviam sido espontaneamente inferidos durante a compreensão dos comportamentos. Na verdade, um traço apenas poderá promover a recuperação da frase caso esse o traço tenha sido inferido durante a leitura anterior da frase.

Um outro paradigma foi desenvolvido por Uleman, Hon, Roman, e Moskowitz (1996a) – paradigma do reconhecimento da palavra de teste (cf. Mckoon & Ratcliff, 1986). Neste paradigma, são apresentadas aos participantes frases implicativas de traço e, imediatamente após de cada frase, é apresentada uma palavra para o participante decidir, o mais depressa possível, se essa palavra fazia parte da frase apresentada. Uleman et al. (1996a) observaram que essa decisão é particularmente difícil quando a palavra teste consiste no traço implicado pela frase precedente, sugerindo que esse traço foi espontaneamente inferido a partir do comportamento. Este paradigma tem como principal vantagem o facto de medir as inferências espontâneas de traço *online*, i.e. detectar inferências feitas durante a compreensão ou codificação do comportamento.

Recentemente, Todorov e Uleman (2002) introduziram outro paradigma para o estudo das STIs. Numa primeira fase, uma série de auto-descrições de comportamento implicativas

de traço são emparelhadas com uma cara. Numa segunda fase, é apresentado aos participantes uma cara emparelhada com um traço, devendo o participante decidir se esse traço estava incluído na auto-descrição de comportamento originalmente emparelhada com essa cara. Os resultados demonstram a existência de falsos reconhecimentos dos traços implicados pelas descrições de comportamento quando esses traços são emparelhados com a cara da pessoa que realizou esse mesmo comportamento (i.e., a cara apresentada na primeira fase emparelhada com o comportamento correspondente). Assim, os resultados demonstram que, não só os observadores inferem espontaneamente traços a partir dos comportamentos, mas também que estes traços estão associados à pessoa que exibiu esse comportamento.

O paradigma de reaprendizagem foi desenvolvido por Carlston e Skowronski (1994) e baseia-se na ideia que a informação que já foi aprendida ou que já existe na memória é mais fácil de aprender novamente, isto é, levará menos tempo ou menor número de ensaios para atingir o mesmo critério de aprendizagem que o alcançado em anteriores ocasiões de aprendizagem. Nos estudos conduzidos por Carlston e Skowronski, é pedido aos participantes que, numa primeira fase – fase de exposição –, memorizem uma lista de auto-descrições de comportamentos (algumas das quais implicativas de traço), emparelhadas com faces. Numa fase posterior é pedido aos participantes que aprendam uma segunda lista contendo pares de faces e traços de personalidade. Em alguns casos, as faces eram as mesmas que as apresentadas na primeira fase e os traços os implicados pelos comportamentos respectivos, criando-se assim pares de reaprendizagem (considerados pares “antigos”). Assim, se os participantes associarem um traço específico com o actor de forma espontânea durante a fase inicial, então esta ligação traço-actor facilitará a reaprendizagem e irá contribuir para uma posterior melhor recuperação do traço. Noutros casos (considerados os pares “novos”), as faces eram as mesmas que as apresentadas na primeira fase, mas emparelhadas agora com um traço novo, i.e., um traço que não estava implicado no comportamento apresentado na fase anterior com essa cara, já que na fase inicial aquela cara tinha sido emparelhada com um comportamento não implicativo de traço. Finalmente, numa terceira fase, era pedido aos participantes que a partir da face tentassem recordar os traços que tinham sido emparelhados com essas faces na segunda fase.

No paradigma de reaprendizagem, se os traços e as faces estabeleceram uma associação devido ao traço ter sido espontaneamente inferido a partir do comportamento emparelhado com essa cara, deverá ser mais fácil e mais rápido para os participantes aprenderem que essas caras e os respectivos traços estão emparelhados em conjunto. Como era esperado, Carlston e Skowronski (1994), mostraram que o reconhecimento dos traços era melhor nos pares

reaprendidos/antigos (i.e., quando uma cara tinha sido na primeira fase emparelhada com um comportamento implicativo de traço), do que nos pares de controlo/novos (i.e., quando a cara tinha sido emparelhada com um comportamento não implicativo de traço). Chama-se a este efeito “*saving effect*” e representa ganhos na aprendizagem. Estes resultados mostram que os traços foram inferidos durante a primeira fase do estudo (fase de exposição), mesmo quando o objectivo de processamento do participante era apenas ganhar familiaridade com o material.

O paradigma de reaprendizagem apresenta várias vantagens. Segundo Moskowitz, Newman e Uleman (1996, citado por Jerónimo, 2007), este paradigma é vantajoso na medida em que é sensível ao estabelecimento de associações entre conceitos, e não apenas à prévia exposição a conceitos, podendo assim dar uma importante contribuição para o esclarecimento da questão se as STIs estão apenas associadas ao comportamento ou efectivamente associadas também ao actor desse comportamento, que é uma das questões centrais no estudo das STIs. Outra vantagem apontada para uso deste paradigma é o facto de constituir uma medida implícita – os *saving effects* são atribuídos à memória implícita, na medida em que não dependem da recordação explícita dos estímulos apresentados no primeiro momento de aprendizagem.

Os resultados do conjunto de estudos que emergem da utilização dos vários paradigmas descritos demonstram que o que essencialmente define as STIs é o facto das pessoas inferirem traços de personalidade sem terem qualquer intenção de o fazer ou sequer terem alguma consciência de que o estão a fazer. O simples objectivo de compreensão da informação comportamental parece ser a condição necessária para a STI: traços de personalidade são inferidos espontaneamente durante a codificação da informação comportamental mesmo quando não há qualquer intenção ou consciência dessa inferência de traços.

A evidência que as inferências de traço a partir de comportamentos são espontâneas suscitou um debate que surgiu recentemente na literatura e que concerne ao facto de a STI ser referente apenas ao comportamento em si mesmo ou também ao actor do comportamento, e nesse caso se estes traços que (eventualmente) ficam associados ao actor do comportamento constituem inferências disposicionais (Bassili, 1989a, 1989b; Hamilton, 1989; Hilton et al., 1995; Higgings & Bargh, 1987; Newman & Uleman, 1989, 1993, citados por Jerónimo, 2007). Quando os traços são inferidos deliberadamente para obter informação sobre uma pessoa essa inferência vai referir-se explícita e especificamente a essa pessoa (e.g., Uleman et al., 1996b, citado por Jerónimo 2007). Por outro lado, quando as inferências de traços são espontâneas, não intencionais e até inconscientes, não é assim tão óbvio que os traços inferidos constituam uma descrição das disposições dos actores; em vez disso, elas podem

servir apenas como interpretações do comportamento dos actores. A procura de resposta a esta questão levou à constituição de um novo corpo de estudos que testam a possibilidade de ocorrência de transferência dos traços inferidos a partir dos comportamentos de um dado actor. O argumento subjacente a estes estudos seria o de que, caso os traços inferidos espontaneamente a partir de comportamentos não sejam inferências disposicionais (i.e., não caracterizem especificamente o actor do comportamento), então esses traços poderiam ser transferidos para um outro alvo mediante processos estritamente associativos. Apesar desta discussão estar fora do âmbito do presente trabalho, a possibilidade de transferência de traços para outros alvos (e os paradigmas desenvolvidos para a testar) é pertinente para a presente questão de pesquisa.

1.3 Transferência Espontânea de Traços

Vários autores consideram que as STIs poderão ser apenas produtos do processo de compreensão dos comportamentos e não fiquem associadas aos autores desses comportamentos (e.g., Hamilton, 1998, citado por Jerónimo, 2007). Um conjunto de estudos foi, assim, desenvolvido com vista a testar a existência dessa associação entre o traço inferido e o actor do comportamento.

A primeira evidência da existência de uma associação entre o traço inferido e o actor do comportamento pode ser encontrada no estudo já descrito de Carlston e Skowronski (1994), através do paradigma da reaprendizagem (ver pp. 7), e no qual é demonstrado que, a aprendizagem da associação actor-traço é facilitada quando o actor tinha sido previamente apresentado com um comportamento implicativo desse mesmo traço, quando em comparação com actores emparelhados com novos traços. Esta facilitação na aprendizagem sugere que os traços foram espontaneamente inferidos dos comportamentos e associados ao actor. No entanto, posteriormente, Carlston et al. (1995, Experimento 4) demonstram que mesmo sendo dito aos participantes que as descrições emparelhadas com as fotos são de outras pessoas (e, como tal, não devendo ser usadas para fazer inferências sobre a pessoa na foto), os traços implicados nas frases foram ainda assim associados a essa pessoa. A este efeito de associação ou transferência de um traço para um actor diferente Skowronski, Carlston, Mae e Crawford (1998) deram o nome de Transferência Espontânea de Traços ou *Spontaneous trait transference* (STT).

Skowronski et al. (1998) desenvolveram um modelo da transferência espontânea de traços que postula que: quando o percipiente activa os traços durante a interpretação de um

comportamento (fase 1, activação de traço), posteriormente estes traços são associados com o comunicador que descreve o comportamento (fase 2, associação de traço) e, finalmente, uma vez formadas, as associações de traço podem influenciar as impressões acerca do comunicador (fase 3, influência de traço). Por exemplo, é frequente ouvirmos os políticos acusarem os seus oponentes de desempenharem mal as suas tarefas, de serem corruptos, etc., no entanto os políticos que alegam que os seus oponentes possuem semelhantes traços, podem eles próprios ser percebidos como desonestos. As comunicações sobre outros parecem então influenciar as impressões de quem está a ouvi-las sobre as pessoas que estão a ser descritas, mas igualmente sobre os próprios comunicadores – os traços são transferidos da pessoa a quem a comunicação descreve para a pessoa que a está a descrever (e.g., Carlston e tal., 1995, Experimento 4).

Uma vez que é possível transferir os traços que inferimos a partir dos comportamentos de uma pessoa para outra pessoa, até que ponto será possível fazermos essa mesma transferência para objectos inanimados? Com base nesta questão Brown e Bassili (2002), realizaram um estudo que continha situações em que conjuntamente com o actor e a descrição implicativa de traço era apresentado um objecto inanimado comum, ao qual habitualmente não são atribuídos traços de personalidade. Neste estudo, os autores pretenderam refutar a ideia que a STT ocorre apenas devido ao facto de os participantes assumirem que os actores têm personalidades semelhantes à dos comunicadores. A forma de refutar essa ideia foi averiguando se a transferência de traço ocorre também com objectos inanimados, uma vez que é muito pouco provável que os participantes assumam que estes objectos tenham, de todo, personalidade (Brown & Bassili, 2002).

Brown e Bassili (2002) utilizaram o paradigma da reaprendizagem (ver pp. 7) mas na fase de exposição eram simultaneamente apresentadas com um comportamento, ou duas faces, ou uma face e um objecto inanimado. Esta fase de exposição permite a ocorrência da STI e da STT, i. e, os traços inferidos a partir dos comportamentos podem ser associados ao actor (STI) e podem ser transferidos para o objecto inanimado (STT). A fase de exposição é seguida pela fase de aprendizagem, na qual são apresentados: (a) os traços implicados pelos comportamentos (apresentados na fase de exposição) emparelhados ou com a face ou o objecto respectivo (pares de reaprendizagem ou antigos); (b) nos ensaios de controlo (pares novos) as faces ou o objecto que tinham sido emparelhados com comportamentos não implicativos de traço na fase de exposição eram agora emparelhados com traços que apareciam na situação experimental pela primeira vez. Finalmente, na fase de recuperação guiada por pistas, os participantes eram instruídos para, mediante a apresentação das faces ou

objectos, recordassem o traço que lhe estava associado. Seguindo a lógica dos *savings effects* do paradigma original de reaprendizagem, caso durante a tarefa inicial de exposição fossem formadas associações entre o traço inferido e o actor ou o objecto incidentalmente presente, os participantes deveriam demonstrar uma melhor recuperação nos pares de reaprendizagem do que nos de controlo, quer para a pista-face (revelando a ocorrência de STI) quer para a pista-objecto (revelando a ocorrência de STT).

Os resultados de Brown e Bassili (2002) demonstraram que os participantes além de inferirem espontaneamente os traços de personalidade e os associarem ao actor (STI), transferem os mesmos traços para o objecto apresentado incidentalmente com o actor e o comportamento (STT): os participantes recordam melhor os traços de pares de reaprendizagem do que de pares controlo, quer quando é dado o actor do comportamento como pista de recordação, quer quando é dado o objecto como pista de recordação. De acordo com os autores, tendo em conta que não é, de todo, lógico considerar que os objectos possuam uma personalidade, os resultados deste estudo demonstram que as STT podem ocorrer sem que os participantes pressuponham que os alvos que são apresentados com o comportamento tenham personalidades semelhantes às dos actores dos comportamento que descrevem ou que os acompanham. Os resultados obtidos revelaram não só a existência da STT, como também a sua aplicabilidade a objectos inanimados. Os autores concluem que tanto as STI como as STT podem resultar de associações automáticas entre os traços activados durante a codificação do comportamento e outros estímulos (como actores, *bystanders* ou mesmo objectos inanimados) que façam parte do contexto em que os traços de personalidade são activados (Brown & Bassili, 2002). Isto é, qualquer face ou objecto, se presentes no contexto onde os traços são inferidos e codificados, poderão ficar associados a essa inferência, facilitando a recuperação desses mesmos traços.

Se efectivamente as pessoas inferem traços acerca dos outros a partir dos seus comportamentos, sem existir qualquer intenção ou consciência de que o estão a fazer, e ainda que transferem esses mesmos traços de forma igualmente espontânea e inconsciente para outro alvo, seja uma pessoa ou um objecto inanimado, o que será que acontece se esse comportamento for apresentado com uma marca, tendo em conta que a marca não é um objecto comum e pode efectivamente ter uma personalidade atribuída? Será que impressão que temos já acerca da personalidade da marca afecta a possibilidade de transferência de traços inferidos a partir dos comportamentos de uma pessoa apresentada no contexto dessa marca? O presente trabalho procura responder a estas duas questões.

1.4 Personalidade da Marca e Transferência Espontânea de Traços

A Benetton é provocadora e a Yorn é irreverente. Uma marca descreve-se não apenas pelos seus aspectos físicos, mas também pelo seu carácter, a sua personalidade. Uma grande parte do fascínio pela Harley-Davidson advém da personalidade da marca por si só. Apela à masculinidade e ao desafio (Fournier, 2001, citado por Venkataramani, Sengupta & Aaker 2005). O conceito de personalidade da marca refere-se “ao conjunto de traços de personalidade humanos associados a uma marca” (Aaker, 1997, pp.1); é uma das dimensões da identidade da marca e provavelmente a que está mais próxima dos consumidores (Aaker, 1996, citado por Mishra & Datta, 2008). Mishra e Datta (2008) argumentam que os traços de personalidade são importantes tanto para a personalidade humana como para a da marca, e todas as manifestações da marca contribuem para os criar, manter ou alterar: os produtos e os serviços, em princípio, mas também a comunicação, publicidade, relações públicas, etc., a imagem que se faz das pessoas que consomem essa marca, assim como das pessoas que estão presentes com a marca e a imagem dada pelos distribuidores.

Os profissionais vêem o constructo da personalidade da marca como uma forma de diferenciar uma determinada marca numa categoria de produto (Halliday 1996, citado por Aaker, 1997). A personalidade de uma marca pode ser criada de diferentes formas ou através de diferentes métodos. No entanto, quando a personalidade de uma marca emerge é sempre através da comunicação dessa marca. A publicidade é o principal meio de formação de personalidade de uma marca (Ouwensloot & Tudorica, 2001, pp.2).

O uso de pessoas famosas e as suas variadas personalidades ajudam os *marketers* a posicionar as suas marcas e, como tal, podem seduzir consumidores que se identifiquem com essas personalidades. Isto é, os consumidores poderiam perceber uma congruência entre o seu *self* (ideal ou actual) e o de determinada personalidade e assim sentir-te atraído pela marca representada por esta (Azoulay & Kapferer, 2004). Esta é talvez a mais visível forma de criação de personalidade de uma marca, utilizar as características das celebridades. “Esta personificação das marcas acontece frequentemente desde que as celebridades começaram a representar as mesmas” (Azoulay & Kapferer, 2004, pp.1). Pessoas que são consideradas como heróis, atletas, músicos e/ou actores são utilizadas nas comunicações das marcas para que os seus traços de personalidade se alastrem para a marca que estão a representar. Esta é uma técnica que remonta já do século passado, e que, nos dias de hoje, é cada vez mais

utilizada (Erdogan & Baker, 2000; Redenbach, 2000, citado por Ouwersloot & Tudorica, 2001).

Nos estudos realizados por Charboneau e Garland (2005) e por Erdogan e Baker (1999) verificou-se que as agências de publicidade percebem que as atitudes positivas do consumidor face a uma celebridade podem ser transferidas para a marca. Alguns publicitários referem ainda que, por exemplo, o traço de personalidade “credível” associado a uma personalidade é extremamente útil quando se pretende veicular mensagens sociais através do *marketing*: a mensagem é muitas vezes melhor sucedida quando o “comunicador” da mensagem é uma celebridade a quem o consumidor atribuiu o traço credível do que quando é a própria organização a comunicar. É, assim, possível compreender o quão importante é para o publicitário perceber as vantagens de criar uma personalidade para a sua marca e das implicações da utilização de celebridades ou de outras pessoas com determinadas características para o fazer. Deste ponto de vista é, naturalmente, relevante para o publicitário perceber que processos estão envolvidos na utilização de personalidades ou celebridades para a construção da personalidade da marca e aproveitar todas as vantagens que este conhecimento lhe pode trazer.

Apesar disso, não se sabe muito sobre os mecanismos cognitivos que estão na base da construção/alteração da personalidade da marca a partir da presença de uma celebridade ou de pessoas com determinadas características de personalidade. Pouco ainda foi estudado acerca da influência que determinada personalidade pode exercer sobre determinada marca. O que será que acontece à impressão que uma pessoa forma de uma marca através do comportamento da pessoa que aparece associada a essa marca? É neste sentido que surge o presente estudo: pretende-se se perceber até que ponto ocorre a transferência de traços atribuídos a um actor através da observação do seu comportamento para uma marca que é apresentada conjuntamente (ver também Caetano, 2008). Procuraremos ainda averiguar a possibilidade das nossas expectativas acerca dos traços que caracterizam a personalidade da marca poderem inibir essa transferência de traços.

Apesar de não haver evidências empíricas para a possibilidade de inibição da transferência de traços, há já evidência de que a probabilidade da inferência espontânea de traços pode diminuir devido à activação prévia de uma expectativa estereotípica acerca do actor do comportamento no caso dessa expectativa ser incongruente com o traço implicado pelo comportamento (Wigboldus et al., 2003, 2004; ver também Jerónimo, 2007). Assim, poderemos questionar-nos se no caso do traço de personalidade implicado por um

comportamento ser inconsistente com a expectativa acerca do alvo da transferência, poder igualmente ficar inibida a transferência desse traço para este alvo.

1.5 O papel das expectativas na inibição das STIs

Como vimos anteriormente, evidências empíricas demonstram que as pessoas inferem espontaneamente traços a partir de comportamentos de outros. No entanto, com base na categoria a que pertencem, alguns actores são mais susceptíveis de lhes serem atribuídas algumas intenções ou traços que correspondem ao seu comportamento do que a outros (Wigboldus et al., 2003). Por exemplo, quando nos apercebemos que um médico resolve o mistério de um livro policial quando ainda vai a meio da sua leitura, é espontaneamente inferido que ele é inteligente. No entanto, no caso de quem resolveu o mistério do livro ainda a meio ser um cantoneiro será que seria inferido de forma espontânea o mesmo traço de inteligência?

No dia-a-dia as pessoas conhecem mais acerca das pessoas do que apenas os seus nomes. Assim, são activados estereótipos tendo em conta o seu género, idade ou etnia, havendo evidências empíricas de que as pessoas tendem a categorizar rapidamente uma pessoa mesmo que seja de forma inconsciente (ver Fiske, 1998) e que com base nessas categorizações as pessoas activam automaticamente traços de personalidade estereotipados (Devine, 1989; Dijksterhuis & van Knippenberg, 1996). Com base nestas questões Wigboldus et al (2003) propuseram que as STIs possam ser inibidas no caso dos comportamentos serem inesperados ou incongruentes com os estereótipos activados em relação ao actor do comportamento. Por exemplo, a activação da categoria cantoneiro fará com que o acesso a traços estereotipicamente incongruentes (como “inteligente”) sejam inibidos. Na verdade, os estereótipos são representações mentais nas quais uma categoria social é associada a traços de personalidade que são estereotípicos dessa categoria (Stangor & Lange, 1994, citado por Wigboldus et al., 2003).

Os estudos conduzidos por Wigboldus et al (2003) focam a influência dos estereótipos na inferência espontânea de traços. Nos estudos conduzidos pelos autores foi utilizado o paradigma do reconhecimento da palavra teste e verificou-se que os participantes faziam STIs mais fracas com base em comportamentos incongruente com os estereótipos activados, comparativamente a comportamentos congruentes ou neutros em relação a esses estereótipos. O facto das STIs terem sido dificultadas para informação incongruente comparativamente à neutra, mas não facilitadas para informação congruente comparativamente à neutra, permite

demonstrar que o processo das STIs pode ser inibido quando um rótulo categorial inconsistente é apresentado antes do comportamento (mas não facilitado pela apresentação de um rótulo consistente com a categoria). É assim possível concluir que as expectativas estereotípicas constituem uma condição importante no processo das STI, no sentido que a activação de um estereótipo inconsistente previamente activado com determinado comportamento, pode inibir a STI¹.

1.6 A presente proposta

Vemos constantemente anúncios de publicidade em que os protagonistas são pessoas que são associadas a essa marca. Podem ser pessoas conhecidas do público ou meramente desconhecidos, mas existe sempre algo nessas pessoas que os comunicadores esperam levar a que os consumidores se identifiquem com essa imagem. Por exemplo, num anúncio de uma marca de roupa desportiva conhecida o que normalmente é apresentado é uma pessoa a correr ou a fazer outro exercício, não é comum vermos, por outro lado, uma pessoa sentada a comer um hambúrguer. É provável que os comunicadores da marca tenham já a intuição que terão mais sucesso nas vendas se a pessoa e o comportamento que escolherem para o anúncio forem congruentes com a impressão que as pessoas têm acerca de roupa desportiva. Mas será realmente assim? A literatura das STI's e das STT's tem vindo a demonstrar que espontaneamente inferimos traços de personalidade a partir do comportamento das pessoas (Uleman et al., 1996), e que esses traços podem ser também espontaneamente transferidos para um outro alvo, quer se trate de uma pessoa (e.g., Carlston et al., 1995) ou objecto (Brown & Bassili, 2002). Se pensarmos nas marcas, como um objecto, que o são, poderemos então questionar-nos se o processo de STT's também poderá ocorrer para esta categoria específica de objectos. Esta questão é tanto mais pertinente se tivermos em conta que as marcas não são objectos comuns, são objectos ao quais atribuímos traços de personalidade exclusivamente humanos: "over time, brands (...) develop a "personality" of their own. They are seen by consumers to be "young" or old", "fashionable and trendy" or "boring and out of date"" (Yeshin, 1998, pp. 41). As marcas não são objectos comuns como a banana dos estudos de Brown e Bassili (2002),

Estudos de Caetano (2008) demonstraram já que, efectivamente, a STT's pode ocorrer para marcas fictícias. No presente estudo, iremos trabalhar com marcas reais. Assim, é

¹ Outros estudos no contexto da formação de impressões de personalidade demonstraram este mesmo efeito de inibição das inferências de traço a partir de comportamentos quando esses comportamentos são incongruentes com as expectativas previamente activadas acerca do actor desses comportamentos (Jerónimo, 2007)

necessário ter em conta as expectativas pré-existentes relativamente a essas marcas, colocando a questão se essas expectativas podem afectar o processo das STT's. Se pensarmos no nosso exemplo, poderíamos dizer que ao ver o anúncio inferíamos o traço "saudável" e associaríamos esse traço ao actor; se ao lado do actor aparecer o logótipo da marca em questão, será que se dá a STT, será que o traço "saudável" será transferido para a marca? E se por outro lado, a marca em questão fosse uma marca de uma cadeia de *fast-food*, será que existiria STT? E no caso de apresentarmos o mesmo anúncio mas com uma marca desconhecida?

De modo a responder às questões subjacentes ao presente trabalho, será utilizado o paradigma da reaprendizagem adoptado no estudo de Brown e Bassili (2002). No entanto, no caso do presente estudo, ao invés do alvo da transferência serem objectos inanimados, serão utilizados logótipos de marcas reais, quer conhecidas e quer desconhecidas.

O presente experimento consistirá, à semelhança do estudo de Brown e Bassili (2002; ver também Caetano, 2008) em três fases críticas: fase de exposição, fase de aprendizagem e fase de recuperação guiada por pistas. Na primeira fase – de exposição – será pedido aos participantes que memorizem uma lista de trios de estímulos consistindo em de auto-descrições de comportamento (algumas das quais implicativas de traço) emparelhadas com faces (dos supostos actores desses comportamentos) e logótipos de marcas reais (incidentalmente presentes). Na fase de aprendizagem será pedido aos participantes que aprendam uma segunda lista constituída por um conjunto de pares de estímulos; cada par é composto ou por uma face emparelhada com um traço de personalidade ou por um logótipo emparelhado com um traço de personalidade. Finalmente, na fase de recuperação guiada por pistas, será pedido aos participantes que a partir da face ou do logótipo recordem os traços que tinham sido emparelhados com essas faces ou logótipos na segunda fase. Seguindo a lógica do paradigma de reaprendizagem será de esperar que caso (na fase de exposição) um traço tenha sido espontaneamente inferido a partir do comportamento e transferido para a marca, essa associação seja mais fácil de reaprender (na fase de aprendizagem) comparativamente a pares novos (i.e., pares que envolvem uma marca emparelhada com um traço novo), manifesta numa melhor recordação (na fase de recordação) daquele traço a partir da apresentação do logótipo dessa marca.

Um estudo anterior realizado por Caetano (2008) recorrendo a este mesmo paradigma, permitiu demonstrar já, usando marcas fictícias, a possibilidade de traços que são inferidos a partir de comportamentos de uma pessoa serem transferidos para essas marcas, sendo essa

transferência mais provável quando a marca é supostamente mais consistente com o traço a ser transferido².

Tendo em conta as evidências de que existem formas de inibir a inferência de traços, como o facto de que as expectativas inibem a inferência de traço para comportamentos inconsistentes com essas expectativas (Wigboldus, et al., 2004; Jerónimo, 2007), é possível levantar a questão que as expectativas acerca da marca possam também inibir a transferência do traço quando este é inconsistente com essas expectativas. Assim, o presente estudo pretende testar também a possibilidade das STTs serem inibidas caso as expectativas em relação à marca sejam inconsistentes com o comportamento do actor. Por forma a responder a esta questão, o presente estudo inclui situações em que as marcas apresentadas na fase de exposição consistem em marcas reais em relação às quais as pessoas têm uma expectativa ou congruente ou incongruente com o traço implicado pelo comportamento exibido por uma pessoa, bem como marcas desconhecidas dos participantes e, como tal, acerca das quais nenhuma expectativa deverá existir à priori. Foram, assim, criados três tipos de ensaios: Ensaios congruentes, quando o traço atribuído ao logótipo é o mesmo que o implicado pela auto-descrição de comportamento (e.g., comportamento “simpático” emparelhado com marca “simpática”); ensaios incongruentes, quando o traço atribuído ao logótipo é antagónico ao implicado pela auto-descrição (e.g., comportamento “simpático” com marca “antipática”); e ensaios neutros, quando não existe nenhum traço atribuído ao logótipo (logótipo desconhecido) que é apresentado com uma auto-descrição implicativa de traço (e.g., comportamento “simpático” e marca desconhecida).

Estabelecendo um paralelismo com o papel das expectativas na inferência de traços, poderá esperar-se que os participantes recordem melhor os traços dos pares antigos congruentes que dos novos ou dos antigos incongruentes, ilustrando maior ocorrência de STT quando as expectativas acerca do alvo da transferência (a marca) são congruentes com o traço, do que quando são incongruentes (ver Caetano, 2008 para resultados semelhantes com marcas fictícias). A inclusão de marcas desconhecidas permitirá, no entanto, a constituição de ensaios *baseline* e, como tal, averiguar se a diferença entre ensaios congruentes e incongruentes se deve ao facto existir inibição ou facilitação das STT, consoante a inconsistência e consistência (respectivamente) entre expectativas acerca da marca e os comportamentos. Assim, caso a recordação de traços associados a marcas inconsistentes com o comportamento seja inferior à

² O estudo de Caetano (2008) será detalhado mais adiante, aquando da apresentação do presente estudo, e serão ainda discutidas as suas potenciais limitações e diferenças em relação ao presente estudo.

recordação de traços associados a marcas desconhecidas (*baseline*) poderemos inferir a existência de uma inibição da STT; por outro lado, caso a recordação de traços associados a marcas consistentes com o comportamento seja superior à recordação de traços associados a marcas desconhecidas (*baseline*) poderemos inferir a existência de uma facilitação da STT. Tendo em conta a literatura da STI, esperamos que, em comparação com os ensaios antigos que envolvem marcas desconhecidas, não existam diferenças para a recordação dos pares antigos congruentes (revelando ausência de facilitação da transferência), mas que a recordação dos pares antigos incongruentes seja inferior àqueles (revelando inibição da transferência).

Usando como medida dependente a proporção de traços recordados a partir da marca dada como pista na tarefa de recordação guiada, as hipóteses para o presente estudo são então as seguintes:

(1) Níveis de recordação mais elevados nos pares antigos comparativamente aos pares novos (efeito de *saving*).

(2) Níveis de recordação mais elevados nos pares antigos congruentes comparativamente aos pares novos.

(3) Níveis de recordação equivalentes entre pares antigos incongruentes e pares novos

No que respeita à questão do processo (de facilitação ou inibição) subjacente à STT, prevê-se:

(4) Níveis de recordação dos traços equivalente entre pares antigos congruentes e pares antigos desconhecidos (i.e., ausência de efeito de facilitação das STT)

(5) Níveis de recordação inferior nos pares antigos incongruentes comparativamente aos pares antigos desconhecidos (efeito de inibição das STT).

CAPÍTULO II

ESTUDO EMPÍRICO

2.1. Método

2.1.2. *Visão Global*

O presente estudo pretende averiguar se as inferências de traço realizadas a partir dos comportamentos de uma pessoa são espontaneamente transferidas para uma marca incidentalmente presente no contexto. Alguns estudos demonstram que esta transferência espontânea de traços ocorre efectivamente quer para pessoas (Carlston et al., 1995, Experimento 4), quer para objectos inanimados (Brown & Bassili, 2002). No presente estudo procuraremos alargar esta evidência ao domínio de uma categoria específica de objectos – as marcas.

O presente estudo assenta no paradigma da reaprendizagem modificado por Brown e Bassili (2002). No entanto, ao invés do alvo da transferência serem objectos inanimados, no presente estudo são utilizados logótipos de marcas reais, conhecidas e desconhecidas. Assim, na fase de exposição é pedido aos participantes que memorizem uma lista de auto-descrições de comportamento (algumas das quais implicativas de traço) emparelhadas com faces e logótipos de marcas. Na fase de aprendizagem é pedido aos participantes que aprendam uma segunda lista contendo quer faces quer logótipos de marcas emparelhados com traços de personalidade. Em alguns casos (ensaios de reaprendizagem/pares antigos), as faces e os logótipos das marcas serão os mesmos que os apresentados na primeira fase e os traços do par os mesmos que os implicados nos comportamentos respectivamente apresentados na fase de exposição; noutros casos (ensaios controlo/pares novos) as faces e os logótipos das marcas serão os mesmos que os apresentados na fase de exposição, mas emparelhados agora com um traço novo, já que na fase inicial aquela face ou logótipo tinha sido emparelhado com um comportamento não implicativo de traço. Finalmente, na fase de recuperação guiada por pistas, os participantes são solicitados a que, a partir da face ou do logótipo da marca, recordem traço que tinha sido emparelhado com essa face ou logótipo na fase de aprendizagem.

Para além do objectivo de testar a possibilidade de STT para marcas, um segundo objectivo central do presente estudo é o de testar o papel das expectativas acerca da marca na possibilidade de transferência de traços a partir de comportamentos de pessoas. Assim, alguns ensaios de aprendizagem são ensaios ditos congruentes – nos quais o comportamento do actor e a marca implicam o mesmo traço de personalidade – , ensaios ditos incongruentes – nos quais o comportamento e a marca implicam traços opostos, e ensaios não relacionados – nos quais as marcas apresentadas são marcas reais mas desconhecidas e apesar dos

comportamentos implicarem traço de personalidade não estão relacionados com a marca. Este último tipo de ensaio (não relacionados) serão tomados como ensaios *baseline*, permitindo averiguar a existência de uma inibição da STT no caso dos ensaios incongruentes

2.2. Construção do conjunto de estímulos

A presente situação experimental inclui um total de 24 ensaios, dos quais 12 envolvem auto-descrições de comportamento implicativas de traço (constituindo ensaios críticos) – quatro congruentes com uma marca conhecida, quatro incongruentes com uma marca conhecida, e 4 apresentadas com marcas desconhecidas. São ainda incluídas 12 auto-descrições não implicativas de traço (constituindo ensaios *filler*), das quais 8 são emparelhadas com marcas conhecidas e 4 emparelhadas com marcas desconhecidas.

A existência de ensaios congruentes e incongruentes implicou que fossem criadas diversas versões do material estímulo de modo a que uma marca que aparece num ensaio congruente numa versão apareça num ensaio incongruente noutra versão, mediante apenas a alteração da auto-descrição do comportamento com a qual é emparelhada. Assim teríamos, por exemplo o comportamento “simpático” emparelhado com uma marca “simpática” (ensaio congruente) na Versão A e o comportamento “antipático” emparelhado com a marca “simpática” na Versão B (ensaio incongruente). Para além destas duas versões, nas quais as mesmas marcas são emparelhadas com comportamentos opostos, duas outras versões serão criadas (Versão C e D), que permitiriam rodar agora os comportamentos. Assim, na Versão C o comportamento “antipático” seria emparelhado com a marca “antipática” (ensaio congruente, agora do traço antipático) e na Versão D o comportamento “simpático” com a marca “antipática” (ensaio incongruente, agora do traço antipático). O conjunto destas quatro versões permitirá controlar o facto de não ser devido ao traço em si mesmo ou à marca em si mesma, mas sim à relação de congruência/incongruência marca-comportamento que poderá ocorrer ou não a STT. Por limitações na constituição de uma amostra de dimensão adequada foram recolhidos dados apenas para a versão A e a versão D, nas quais as marcas alternam de uma versão para a outra e os comportamentos mantêm-se.

2.3. Desenho Experimental

2 Versão (Versão A vs Versão D) X 3 Relação comportamento-marca (congruente, incongruente, neutro) X 2 Tipo de ensaio aprendizagem (reaprendizagem, controlo), com os dois últimos factores a variar intra-participante.

2.4. Participantes

Participaram no presente estudo 21 estudantes universitários (15 do sexo feminino e 6 do sexo masculino) com idades compreendidas entre os 21 e os 31 anos ($M= 23,48$; $DP= 2,34$), alunos de várias universidades de Lisboa. A participação foi voluntária, tendo sido oferecida uma pequena recompensa simbólica.

2.5. Procedimento

A experiência foi realizada individualmente em computador, sendo utilizado o programa E-Prime versão 1.1.4.6 (Schneider, Esghman, & Zuccolotto, 2002). O procedimento adoptado foi semelhante ao usado por Brown e Bassili (2002) com base no paradigma de reaprendizagem. Todas as instruções, apresentação de estímulos e realização de tarefas tiveram lugar em computador.

As instruções iniciais informavam os participantes que estavam perante uma investigação relacionada com o estudo de memória visual e verbal, e que o estudo era composto por diversas fases, nas quais lhes seria pedido que realizassem tarefas distintas. Seguiam-se três fases críticas: fase de exposição, fase de aprendizagem e fase de recuperação guiada por pistas.

Tarefa de exposição. Numa primeira fase era pedido aos participantes que lessem a informação apresentada no ecrã e tentassem apenas familiarizar-se com ela. Era apresentada uma série de ensaios envolvendo trios de estímulos apresentados simultaneamente (os ensaios foram aleatoriamente apresentados, embora os emparelhamento dos trios de estímulos de cada ensaio estivessem pré-determinados): uma fotografia de um actor emparelhada com uma auto-descrição de comportamento (implicativa de traço nos ensaios críticos e não implicativa de traço nos ensaios *filler*) e um logótipo de uma marca. Cada um destes trios era apresentado durante 17 segundos de forma a que os participantes pudessem ver e ler toda a informação apresentada. Nesta fase foram apresentados 24 ensaios, dos quais 12 são ensaios críticos e 12 são ensaios *filler*. De entre os ensaios críticos, 4 eram ensaios congruentes (comportamento implicativo de traço conjuntamente com uma marca conhecida congruente), 4 ensaios incongruentes (comportamento implicativo com marca conhecida incongruente), e 4 ensaios não relacionados (comportamento implicativo e marca desconhecida). Os 12 ensaios *filler*

envolviam todos eles a apresentação de comportamentos não implicativos de traço, mas dos quais 8 era apresentados conjuntamente com marcas conhecidas, e 4 com marcas desconhecidas. Esta tarefa de exposição tinha como objectivo fornecer uma oportunidade para a ocorrer a Inferência Espontânea de Traços (STI) a partir da auto-descrição, bem como a Transferência Espontânea de Traços (STT), isto é, os traços inferidos a partir das auto-descrições de comportamento serem transferidos para o logótipo.

Tarefa de confusão: Após a tarefa de exposição, os participantes realizavam uma tarefa de confusão com o objectivo de reduzir a capacidade de memorização e reconhecimento das auto-descrições apresentadas durante a tarefa de exposição. Deste modo é evitada a possibilidade da inferência de traço ser realizada apenas na fase de teste (a partir da descrição comportamental recuperada a partir de memória). Assim, nesta fase foram apresentadas 94 auto-descrições, apresentadas aos pares e durante 30 segundos cada par. Foi solicitado aos participantes que seleccionassem a descrição do par de que mais gostavam e pedido que carregassem na tecla que tivesse a seta virada para cima se gostassem mais da pessoa a qual correspondia o comportamento que aparecia primeiro ou, se pelo contrário, gostassem mais da pessoa à qual correspondia o comportamento que aparecia em segundo lugar era pedido que carregassem na seta que indicada para baixo. Das 94 auto-descrições a apresentadas nesta fase, 68 eram implicativas de traço e 26 neutras. Das 68 que implicavam um traço, 24 implicavam o mesmo traço que o implicado pelas descrições apresentadas na tarefa de exposição, embora as descrições em si mesmas fossem diferentes das anteriores.

Tarefa de aprendizagem: Nesta terceira fase foi apresentado, durante 6 segundos, ou uma fotografia da face de uma pessoa ou um logótipo de uma marca, emparelhado com um traço de personalidade. Os participantes foram solicitados a memorizar esses pares. Os pares foram aleatoriamente apresentados, ainda que os elementos de cada par tenham sido pré-determinados. Esta fase compreende a apresentação de pares ditos antigos e pares novos. Nos pares antigos (ensaios de reaprendizagem), os rostos ou logótipos das marcas que na fase de exposição foram acompanhados de uma auto-descrição implicativa de traço são agora acompanhados do respectivo traço. Nos pares novos (ensaios controlo), os rostos ou logótipos das marcas que na fase de exposição foram acompanhados de uma auto-descrição não implicativa de traço são agora acompanhados de um traço de personalidade que é, portanto, novo. Assim, os ensaios de reaprendizagem incluem os seguintes pares: (a) uma face antiga (isto é, anteriormente apresentada na fase de exposição) emparelhada com o traço implicado pela descrição anteriormente apresentada com essa mesma foto (um total de 12 ensaios); (b) um logótipo antigo conhecido emparelhado com o traço implicado pela auto descrição com a

qual esse logótipo foi emparelhado na fase de exposição (8 ensaios); e (c) um logótipo antigo desconhecido emparelhado com o traço implicado pela auto descrição de comportamento com a qual foi apresentado na tarefa de exposição (4 ensaios). Estes ensaios correspondem então a pares antigos, i.e., a pares estímulo-traço que compreendem as fotos e os logótipos de marcas que, na fase de exposição, haviam sido apresentados juntamente com auto descrições implicativas de traço. Estes ensaios representam ensaios de reaprendizagem uma vez que caso o traço tenha já sido (na fase de exposição) inferido a partir da descrição e, como tal, associado à foto ou ao logótipo (através da STI e a STT, respectivamente), esse par estímulo-traço estará a ser aprendido uma “segunda” vez. Os ensaios controlo incluem os pares: (a) fotografia do actor (que anteriormente havia sido emparelhada com uma auto descrição não implicativa de traço) emparelhada de um traço novo (12 ensaios); (b) um logótipo antigo (que anteriormente havia sido emparelhado com uma auto-descrição não implicativa) emparelhado de um traço novo (12 ensaios, dos quais 8 envolvem marcas conhecidas e 4 envolvem marcas desconhecidas). Nos ensaios de controlo são apresentados pares novos, i.e., as fotos e os logótipos das marcas que tinham sido anteriormente emparelhados com descrições não implicativas de traço, são agora apresentados com novos traços. Estes últimos ensaios constituem os de controlo já que não envolvem a reaprendizagem e consistem numa primeira associação desses traços com a foto ou logótipo.

Tarefa distractiva: Após a tarefa de aprendizagem, os participantes eram instruídos a realizar uma tarefa distractiva, que consistia em completar um total de 12 anagramas constituídos por palavras aleatórias não relacionadas com o tema (nomes de frutas, objectos, animais, países, etc.) Após a apresentação de cada anagrama, era dado ao participante o *feedback* acerca da sua resposta (se estava correcta ou não e o tempo de resposta).

Tarefa de recordação guiada por pistas (*cued-recall*). Nesta última tarefa é testado o nível de recuperação dos participantes no que diz respeito ao traço emparelhado com a foto e com o logótipo. Para tal, foi pedido aos participantes que após a apresentação aleatória de uma foto ou logótipo (exibidos na fase de aprendizagem) procurassem recordar o traço com o qual havia sido emparelhado. Assim, aquando da apresentação da foto ou logótipo, os participantes carregavam na tecla “enter” assim que se recordassem do traço que havia sido emparelhado com essa foto ou logótipo e, no ecrã seguinte (em branco), escreviam o traço. Os participantes eram instruídos a que, no caso de não se lembrarem do traço exacto, tentassem adivinhar que traço era esse. Assim que o participante acabasse de escrever o traço, carregava de novo na tecla “enter” para finalizar a sua resposta após o que uma nova foto ou logótipo era automaticamente apresentada para que participante recordasse o respectivo traço-par.

Completada esta tarefa, a experiência deu-se por terminada, os participantes foram informados do verdadeiro objectivo do estudo, e agradeceu-se a sua participação.

2.6. Pré teste do material estímulo

A situação experimental deste estudo envolveu três tipos diferentes de material que foram antecipadamente alvo de pré-teste. A partir do pré-teste seria necessário seleccionar, para o estudo principal, um total de 16 marcas conhecidas e oito marcas desconhecidas, 24 auto-descrições de comportamento (12 implicativas de traço e 12 não implicativas de traço) e faces (24 fotografias).

O pré-teste dos logótipos de marcas reais conhecidas foi realizado para a selecção de marcas que implicassem um determinado traço de personalidade. O pré-teste dos logótipos de marcas desconhecidas foi realizado para assegurar que essas marcas eram efectivamente não familiares e, simultaneamente, não implicativas de traços de personalidade. O pré-teste das auto-descrições de comportamento foi realizado para a selecção de descrições que implicassem traços de personalidade ora congruentes ora incongruentes com as marcas conhecidas seleccionadas e o das auto-descrições não implicativas de traço para assegurar que não implicavam qualquer traço de personalidade. Finalmente, as faces não foram pré-testadas neste estudo uma vez que fazem parte da base de dados de *Karolinska Directed Emotional Faces* (Lundqvist, Flykt & Ohman., 1998), que consiste num conjunto de 70 fotografias de actores amadores americanos, 35 mulheres e 35 homens com idades compreendidas entre os 20 e os 30 anos de idade. Todos os actores, na altura das fotografias, estavam vestidos com t-shirts cinzentas e não tinham barba, bigode, brincos ou óculos nem maquilhagem visível. Posteriormente, Lundqvist et al. (1998) conduziram um estudo para averiguar se as faces eram percebidas como neutras pelos participantes. Cada cara foi categorizada por 15 participantes dentro de uma das mutuamente exclusivas categorias de emoções apresentadas: zangado, assustado, desgostoso, neutro, surpreso, feliz e triste. A grande maioria (95,5%) das faces utilizadas no estudo foram categorizadas como neutras. Foi de entre este conjunto de faces que foram seleccionadas as usadas no presente estudo. É importante que as faces utilizadas no presente estudo sejam neutras na medida em que permite assegurar que as mesmas não sejam implicativas de traço.

2.6.1. Pré-Teste de Marcas Conhecidas

2.6.2. Participantes

Participaram no pré-teste das marcas conhecidas 70 estudantes (56 do sexo feminino e 14 do sexo masculino) com idade compreendidas entre os 18 e os 34 anos ($M= 22.2$; $DP= 4.10$), sendo que a maioria (46.5%) é estudante universitário de um ciclo subsequente sendo, no entanto, também bastante significativa a participação de estudantes com frequência universitária (45.1%) de várias universidades de Lisboa. A participação foi realizada de forma voluntária.

2.6.3. Procedimento

As marcas seleccionadas para pré-teste foram retiradas de forma aleatória da *internet* e pretendia-se com o pré-teste averiguar que traço de personalidade os participantes atribuíam a cada uma das marcas.

O pré teste era constituído por 100 logótipos de marcas conhecidas, que foram divididas em 20 por cada questionário apresentado aos participantes, fazendo assim um total cinco versões do pré-teste de marcas conhecidas, sendo que cada participante respondeu apenas a uma das versões. Optou-se por efectuar estas cinco versões do pré teste, em vez de apenas uma com as 100 marcas, para que não ficasse demasiado extenso para os participantes e, assim, fosse mantido um nível de atenção estável ao longo de todo o questionário. Na folha de apresentação e execução do pré-teste era dito aos participantes que este estudo pertencia a uma dissertação de Mestrado de uma aluna do ISCTE e eram dadas as instruções de resposta seguidas de dois exemplos. O pré-teste consistia numa página com 20 logótipos de marcas conhecidas para os quais era pedido aos participantes que imaginassem que cada um daqueles logótipos representava uma pessoa e, com base nisso, respondessem à seguinte pergunta: “Que traço de personalidade é que, na sua opinião, caracteriza melhor cada uma das seguintes marcas?”³. Os participantes deveriam escrever as suas respostas num espaço próprio que estava colocado abaixo do logótipo em questão.

Este pré-teste foi realizado em formato electrónico, e enviado por e-mail a alunos de várias universidades de Lisboa, que poderiam aceder ao questionário de pré-teste através de

³ Morada electrónica do pré-teste nº1: <http://FreeOnlineSurveys.com/rendersurvey.asp?sid=ccaefonowk91c2p540818>

um *link* disponibilizado para o efeito⁴. Para que não houvesse forma de uma pessoa responder várias vezes ao mesmo questionário, foi seleccionada uma opção na página electrónica do questionário para que isso não fosse possível (este sistema foi testado e efectivamente a mesma pessoa, no mesmo computador, não conseguiu responder duas vezes).

2.6.4. *Seleção do material*

Após se proceder à análise das frequências de resposta para cada traço gerado (traços iguais ou com elevada semelhança semântica) para cada uma das marcas apresentadas, foram seleccionadas 24 (16 para os ensaios críticos e oito para os ensaios de controlo) marcas.

Foram seleccionadas as marcas em que houve maior consonância de traço atribuído para cada marca, i.e., marcas com maior frequência de resposta para um determinado traço e, simultaneamente, menor frequência de resposta para traços alternativos. Procurou-se ainda que as marcas seleccionadas constituíssem pares de uma mesma dimensão de personalidade, mas que estivessem em extremos opostos dessa dimensão de personalidade (por exemplo, tendo sido seleccionada uma marca tida como “activa”, procurou-se seleccionar uma marca tida como “passiva”). O motivo para seleccionar as marcas desta forma foi para que uma mesma marca pudesse ser utilizada quer em ensaios congruentes quer em ensaios incongruentes, sem que houvesse necessidade de alterar a descrição comportamental com a qual era emparelhada. Procurou-se que a percentagem de respostas dadas ao traço seleccionado para cada uma das marcas fosse equivalente entre as versões: para os ensaios congruentes da Versão A em média 33% dos participantes (Min=23,5%; Max=40%) geraram o traço seleccionado, e da Versão D em média 31,4% dos participantes (Min=16,7%; Max=52,6%) geraram o traço seleccionado; para os ensaios incongruentes da Versão A em média 21% dos participantes (Min=17,7%; Max=25,1%) geraram o traço oposto ao seleccionado na situação apresentada, e da Versão D em média 21% dos participantes (Min=17,7%; Max=25,1%) geraram o traço oposto ao seleccionado na situação apresentada. Para o conjunto dos pares de marcas e respectivos traços de personalidade seleccionados, ver Quadro 1 em anexo. As frequências de resposta para cada traço gerado a partir de cada marca seleccionada são apresentadas na Tabela 1 em anexo.

⁴ Morada do site da internet: www.freeonlinesurveys.com.

2.6.5. *Pré Teste de Marcas Desconhecidas*

2.6.6. *Participantes*

Participaram no pré-teste de marcas desconhecidas 30 estudantes (20 do sexo feminino e 10 do sexo masculino) com idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos ($M= 20.8$; $DP= 1.72$), sendo que a maioria (73.3%) é estudante universitário de várias universidades de Lisboa. A participação foi realizada de forma voluntária. Este pré-teste foi também realizado em formato electrónico, e enviado por e-mail a alunos de várias universidades de Lisboa, que acediam ao questionário através de um *link*⁵. Por forma a que a mesma pessoa não pudesse responder duas vezes ao mesmo pré-teste foi usado o mesmo controlo que no pré-teste de marcas conhecidas.

2.6.7. *Procedimento*

Com o pré-teste dos logótipos de marcas desconhecidas pretendeu-se assegurar que os participantes efectivamente não conheciam essas marcas, bem como que os logótipos das marcas desconhecidas não permitiam a inferência de traços de personalidade. Com essa finalidade optou-se por incluir neste pré-teste logótipos de marcas recolhidos de páginas electrónicas de outros países europeus e americanos, de forma a que correspondessem a marcas reais mas desconhecidas em Portugal. O pré teste conteve 60 logótipos de marcas desconhecidas, divididas em 30 marcas por versão do pré-teste, sendo que cada participante respondia apenas a uma das duas versões. Na folha de apresentação e execução do pré-teste era dito aos participantes que este estudo fazia parte de uma dissertação de Mestrado de uma aluna do ISCTE e eram dadas as instruções seguidas de dois exemplos. O pré-teste consistia numa página com 30 logótipos de marcas desconhecidas para os quais os participantes deveriam indicar se conheciam ou não a marca (com opção de resposta dicotómica do tipo “sim”/”não”). Imediatamente após esta questão, e por forma a assegurar que aos logótipos de marcas desconhecidas não eram atribuídos traços de personalidade, foi ainda solicitado aos participantes que respondessem à seguinte questão: “Este logótipo faz-lhe pensar em algum traço de personalidade? Se sim, diga qual.”. A resposta a esta questão era dada num local próprio que estava colocado abaixo do logótipo em questão.

⁵ Morada electrónica do pré-teste: nº1: <http://freeonlinesurveys.com/rendersurvey.asp?sid=n309pajt50f3iho590542>

2.6.8. *Seleção do material*

Após a análise das frequências de resposta em relação ao conhecimento da marca e para cada traço gerado para cada um dos logótipos apresentados, foram seleccionadas 8 marcas (4 para os ensaios críticos e 4 para os ensaios de controlo). Foram seleccionadas as marcas apontadas como desconhecidas pelos participantes e destas as que obtiveram um menor frequência de traços gerados e/ou que o traço gerado não tivesse qualquer relação com os traços seleccionados para as marcas conhecidas. Ver Figura 3 e Figura 4 em anexo para o conjunto de logótipos de marcas desconhecidas seleccionados.

2.6.9. *Pré teste das auto-descrições comportamentais*

A construção e selecção das auto-descrições foram realizadas após o pré teste às marcas reais, de forma a ser possível relacionar os traços de personalidade atribuídos aos logótipos com as auto-descrições de comportamento implicativas de traço, como sendo ou congruentes ou incongruentes. Por exemplo, ao traço de personalidade “aventureiro” num ensaio congruente estaria associado um comportamento implicativo de traço congruente, como por exemplo “Eu sou uma pessoa que gosta de desafios novos, de fazer coisas que nunca fiz, de testar os meus limites... o que gostava mesmo de fazer nas próximas férias era um safari ou a travessia de um deserto, ou simplesmente andar por aí sem destino.” (emparelhado com este comportamento estava o logótipo da marca *Landrover* pré-testada como aventureira); por seu turno, num ensaio incongruente, estaria o comportamento implicativo de traço de dimensão oposta, isto é, “preocupado”: “Se marco um encontro com alguém e essa pessoa se atrasa fico logo a pensar no que poderá ter acontecido.” (emparelhado com este comportamento estava o logótipo da marca *Landrover*, pré-testada como aventureira e, por isso, sendo incongruente com o comportamento e respectivo traço).

2.6.10. *Participantes*

Participaram no pré-teste de auto descrições de comportamento implicativas de traço 32 indivíduos (25 do sexo feminino e 7 do sexo masculino) com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos ($M= 22.44$; $DP= 2.87$), sendo que a maioria (42,4%) é detentor de um curso superior, mas também uma percentagem significativa de estudantes universitários (30,3%). Participaram no pré-teste de auto descrições de comportamento não implicativas de traço 10 indivíduos (9 do sexo feminino e 1 do sexo masculino) com idades compreendidas entre os 20 e os 28 anos ($M= 25$; $DP= 2.80$), sendo que a maioria (70%) é estudante do ensino secundário

de escolas dos arredores de Lisboa. A participação foi realizada de forma voluntária. Este pré-teste foi realizado em formato de papel e lápis.

2.6.11. Procedimento

As auto-descrições de comportamento resultaram de um conjunto de 69 frases pré-testadas para os ensaios críticos e *filler*.

Pretendeu-se com este pré-teste: (a) seleccionar auto-descrições de comportamentos que sejam implicativas dos traços atribuídos às marcas conhecidas seleccionadas do pré-teste; (b) seleccionar auto-descrições de comportamentos não implicativas de traço. Relativamente às frases implicativas de traço foram criadas e pré-testadas 32 frases para este estudo e 7 foram seleccionadas de entre as construídas e pré-testadas por Caetano (2008). Em relação às frases não implicativas de traço foram seleccionadas 30 das criadas por Caetano (2008) as quais foram pré-testadas no presente estudo.

Seguindo o procedimento adoptado por Caetano (2008), o pré-teste em questão pretendeu averiguar se algum traço e qual o traço de personalidade é ilustrado por cada uma das descrições comportamentais. Assim, cada auto-descrição foi apresentada como tendo sido realizada por um indivíduo e de forma a não veicular qualquer tipo de informação (como sexo ou idade) para além do comportamento em si mesmo. Foi pedido aos participantes que, para cada auto-descrição, escrevessem o primeiro traço de personalidade que lhes ocorresse. Este pré-teste foi realizado em formato papel e era constituído por duas versões. As descrições comportamentais a pré-testar foram distribuídas de forma aleatória pelas duas versões, sendo que cada versão continha 12 frases implicativas de traço. Ambas as versões pré-testavam os mesmos traços de personalidade, isto é, por exemplo, numa das versões para o traço de personalidade “prático” era apresentada a seguinte frase: “Eu sou uma pessoa que gosta de resolver os problemas sem grandes voltas e reviravoltas. Procuo saber e perceber o problema e sem grandes coisas tento solucioná-lo.” e numa outra versão e para o mesmo traço era apresentada a seguinte frase: “Gosto de lidar com as coisas de forma rápida e eficaz. Penso o necessário sobre as coisas para que as possa resolver de forma satisfatória. Não fico ali às voltas a pensar em tudo e mais alguma coisa. Não sou pessoa para gostar de ficar enredado nas coisas.” Após a análise dos resultados, verificámos que para as frases implicativas do traços de personalidade: “extravagante”, “luxuoso”, “elegante” e “natural” era necessário realizar um novo pré-teste com novas frases, novamente foram construídas duas versões, cada

uma com 8 frases implicativas de traço, sendo que as frases apresentadas eram as mesmas nas duas versões, mas a ordem em que eram apresentadas era diferente de uma versão para a outra.

As auto-descrições implicativas de traços apresentadas no estudo foram as mesmas nas duas versões recolhidas (A e D), com a diferença que as que eram apresentadas em ensaios congruentes na versão A, eram apresentadas em ensaios incongruentes na versão D (do mesmo modo, as auto-descrições que eram apresentadas em ensaios incongruentes na versão A eram apresentadas em ensaios incongruentes na versão D).

Assim, na versão A e para os ensaios congruentes eram apresentadas as auto-descrições de comportamento implicativas dos seguintes traços: “enérgico”, “inovador”, “simples” e “divertido”⁶, conjuntamente apresentadas com marcas para as quais esse mesmo traço está associado (tal como indicado pelo pré-teste das marcas conhecidas). No total destas auto-descrições, 44.8% dos participantes geraram os respectivos traços (Min= 18.2%, Max= 72.2%). Na versão D, as frases apresentadas com estes traços de personalidade estavam inseridas nos ensaios incongruentes e eram emparelhadas com marcas para as quais o traço de personalidade associado era o traço de dimensão oposta a estes. Por exemplo, na versão A num ensaio congruente a marca apresentada é a Bershka que tem o traço de personalidade “enérgico” associado e a frase implicativa de traço implicava também o traço “enérgico”, na versão D a frase implicativa do traço enérgico era apresentada com a marca “Lipton” a qual está associado o traço “calmo”.

Finalmente, na versão A e para os ensaios incongruentes eram apresentadas as auto-descrições de comportamento implicativas dos seguintes traços: “prático”, “modesto”, “extravagante” e “aventureiro”, conjuntamente apresentadas com as marcas para as quais, no pré-teste das marcas conhecidas, havia sido gerado o traço de personalidade oposta dessa mesma dimensão de personalidade. Na versão D, estas mesmas frases foram apresentadas, mas agora inseridas nos ensaios congruentes e, como tal, emparelhadas com marcas para as quais o traço de personalidade associado era o mesmo traço que o implicado pela respectiva frase. Para estas frases, em média 50 % dos participantes (Min=30%; Max=89%) geraram o traço de personalidade respectivo.

Exemplos dos instrumentos utilizados no pré-teste das auto-descrições de comportamentos são apresentados na Figura 7 e na Figura 8 em anexo.

⁶ A percentagem média de respostas apresentadas para os traços de personalidade implicado nas frases implicativas de texto foi retirada dos dados de Caetano (2008).

2.6.12. Selecção do material

O procedimento adoptado para a selecção das auto-descrições de comportamentos foi semelhante ao procedimento utilizado para a selecção das marcas conhecidas. Assim, foi realizada uma análise de conteúdo das respostas e foram seleccionadas como descrições implicativas de traço aquelas em que os traços atribuídos pelos participantes foram os mais unânimes e, ou correspondiam (para os ensaios congruentes), ou eram opostos (para os ensaios incongruentes) aos atribuídos às marcas conhecidas. Ou seja, foram seleccionadas as auto-descrições para as quais houve uma elevada frequência de resposta para um determinado traço e baixa frequência de resposta para traços alternativos. Foram ainda seleccionadas como descrições não implicativas de traço aquelas para as quais não tenham sido gerados traços de personalidade. Foram assim seleccionadas para o estudo, 13 auto-descrições de comportamento implicativas de traço e 12 auto descrições de comportamento não implicativas de traço. Ver Tabela 3, Tabela 4, Tabela 5 e Tabela 6 para o conjunto auto-descrições implicativas e não implicativas de traço e respectivas percentagens de resposta por participante.

2.7. Resultados

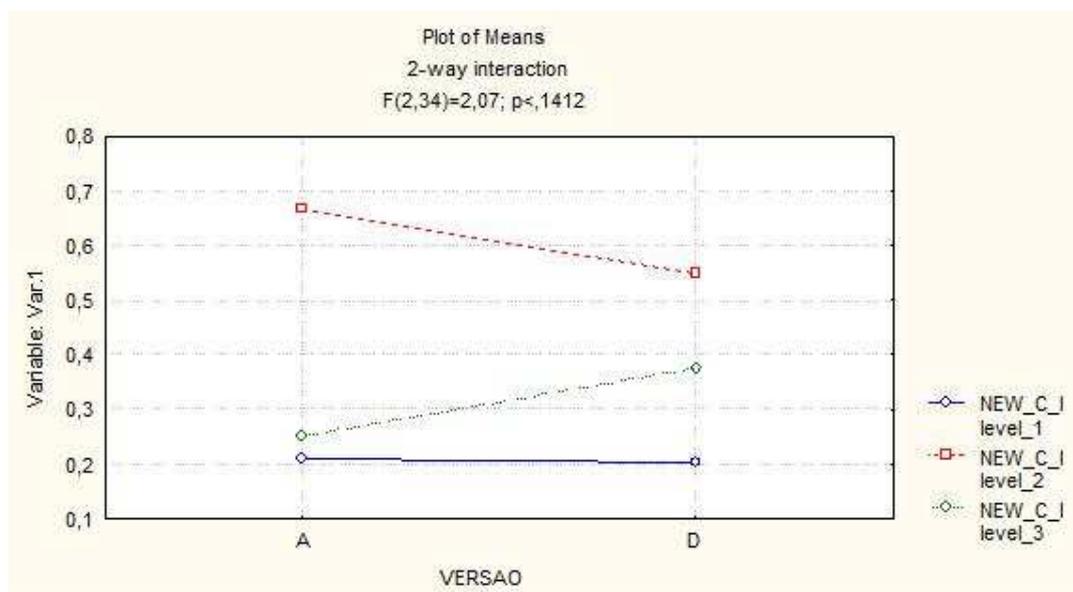
Os dados de dois participantes foram removidos das análises por serem *outliers* na proporção de traços recordados (i.e., mais de 2 desvios-padrão acima da média dos participantes) na tarefa de recordação guiada por pistas.

No presente estudo estávamos particularmente interessadas no processo de STT. Assim, as primeiras análises realizadas incluíram apenas os ensaios nos quais a marca foi facultada como pista para a recordação do respectivo traço. A proporção média de traços correctamente recordados na tarefa de recordação guiada por pistas quando esta pista era uma marca foi utilizada como medida dependente numa análise de variância (ANOVA) a 2 factores: 2 (versão) x 3 (tipo de ensaio: novo vs. antigo congruente vs. antigo incongruente), com medidas repetidas no segundo factor. Esta análise revelou um efeito principal estatisticamente significativo do tipo de ensaio ($F(2, 34) = 24.62, p < .0001, MSE = 0.82$). Análises de Contrastes Planeados, que testam directamente as nossas hipóteses, permitem verificar que a proporção de traços recordados é inferior nos ensaios novos ($M = .20$) comparativamente quer aos ensaios antigos congruentes ($M = .61; F(1, 17) = 44.17, p < .0001$) quer aos ensaios antigos incongruentes ($M = .31; F(1, 17) = 7.70, p < .05$). De salientar, no entanto, que apesar de em ambos os tipos de ensaios antigos os participantes revelarem, como esperado, um melhor desempenho do que nos ensaios novos (efeito de *savings*), nos ensaios antigos congruentes o desempenho é ainda superior ao observado nos ensaios antigos incongruentes ($F(1, 17) = 16.05, p < .001$).

O facto dos participantes terem tido um melhor desempenho em ensaios antigos incongruentes do que em ensaios novos pode ter diferentes interpretações. Uma primeira interpretação é a de que as marcas (incongruentes com o comportamento) usadas no presente estudo não tenham sido suficientemente fortes para inibir a inferência de traço (neste caso ilustrando efeitos de material). Esta interpretação parece receber apoio do efeito de interacção marginalmente significativo entre a versão e o tipo de ensaio ($F(2, 34) = 2.07, p = .14$; ver Figura 1). Contrastes Planeados revelam que a diferença entre os ensaios novos e os ensaios incongruentes tende a ser diferente entre a versão A e a versão D ($F(1, 17) = 3.00, p = .10$), na medida em que na versão A não existe, tal como esperado, uma diferença significativa entre os ensaios novos e os ensaios incongruentes ($F < 1$), sendo que é apenas na versão D que se observa uma superioridade na proporção média de traços recordados nos ensaios incongruentes ($M = .37$) relativamente aos ensaios novos ($M = .20; F(1, 17) = 10.72, p < .005$). Assim, terá sido apenas em uma das versões (versão D) que não foi observada a esperada

ausência de diferença na recordação de traços nos ensaios incongruentes e neutros. No entanto, comparando as marcas incluídas em cada uma das duas versões, parece que a diferença entre a força das marcas não pode dar conta da diferença no padrão de resultados entre versões. Analisando os pré-testes das marcas (ver Anexo 1, Tabela 1) é possível constatar que, apesar dos esforços para a criação de versões exactamente equivalentes, elas poderão não o ser totalmente. No entanto, é na versão D (na qual parece não ter havido inibição da STT, que se encontram as marcas que obtiveram maior consenso no traço gerado (Min=23,1%; Max= 60%; versus Min=15,8%; Max=25% para as marcas da versão A). Assim, e tomando conjuntamente os dados do pré-teste realizado e o efeito de interacção entre a versão e o tipo de ensaio, não tem suporte a interpretação de que algumas das marcas (nomeadamente da versão D) não tenham sido suficientemente eficazes na inibição da STT, já que é precisamente nessa versão que se encontram as marcas “mais fortes”. É na versão A, que inclui um conjunto de marcas para as quais os respectivos traços foram menos frequentemente gerados, que é observado o padrão de resultados esperado: nível de recordação dos traços equivalente entre ensaios incongruentes e neutros, e ambos inferiores aos observados nos ensaios congruentes.

Figura 1. Proporção média de traços recordados para cada Tipo de Ensaio em função da Versão.



Uma segunda interpretação possível para o melhor desempenho em ensaios antigos incongruentes que nos ensaios novos é a seguinte: uma vez que no presente estudo são usadas marcas reais e conhecidas em relação às quais as pessoas têm expectativas fortes, é possível que os participantes, ao serem expostos a uma situação inconsistente com as suas expectativas acerca da marca simplesmente recordem que viram algo inesperado emparelhado com a marca, sendo que na recuperação inferem (e não recordam!) o que terão visto anteriormente, exactamente por não corresponder às suas expectativas relativamente à marca – neste caso o resultado observado dependeria de uma inferência que acontece não durante a codificação do comportamento mas sim durante o teste e a partir da marca facultada como pista. Tal significaria que não haveria uma verdadeira inibição da inferência de traços (que deverá ter lugar durante a codificação do comportamento) em ensaios incongruentes. Esta interpretação é consistente com o facto de ser precisamente na versão que inclui as marcas “mais fortes” (a versão D) que é observada uma melhor recordação de traços em ensaios incongruentes do que em ensaios neutros – é nesse caso que deverá ser mais fácil reconstituir, à posteriori, o traço que terá sido emparelhado com a marca, mesmo que essa associação não tenha sido estabelecida na codificação; as expectativas acerca da marca são usadas como pista para a reconstituição do traço incongruente com essas expectativas. Na versão A, e uma vez que as marcas apresentadas nos ensaios incongruentes não são tão fortes, na recuperação os participantes têm mais dificuldade em reconstruir o traço que tinha sido apresentado, tendo por isso um desempenho equivalente aos ensaios neutros.

Para testar esta segunda interpretação – de que a melhor recordação dos traços em ensaios incongruentes em relação aos neutros se deve a processos que têm lugar na recuperação e não da inexistência efectiva de inibição da STT em ensaios incongruentes – foi realizada uma segunda análise na qual foram considerados os ensaios *baseline*, i.e., os ensaios nos quais a marca apresentada em ensaios antigos é uma marca real mas desconhecida dos participantes. Para estas marcas é de esperar que não exista qualquer expectativa à priori e, como tal, não estejam de nenhum modo (i.e., nem congruente nem incongruente) relacionadas com o comportamento. A diferença no desempenho em ensaios congruentes e incongruentes em comparação com os ensaios *baseline* permitirá inferir acerca da existência de uma facilitação ou inibição, respectivamente, da STT.

De forma a verificar se existe realmente inibição da STT, a proporção de traços recordados em ensaios antigos a partir da marca como pista foi usada como medida dependente numa nova ANOVA a 2 factores: 2 (versão) x 3 (tipo de ensaio: antigo não relacionado vs. antigo congruente vs. antigo incongruente), com medidas repetidas na última

variável. Esta análise revelou um efeito principal estatisticamente significativo do tipo de ensaio ($F(2, 34) = 36.21, p < .0001, MSE = 1.5$). Análises de Contrastes Planeados revelam que, tal como esperado, a proporção de traços recordados é superior nos ensaios antigos congruentes ($M = .61$) que nos ensaios antigos não relacionados ($M = .05; F(1, 17) = 78.66, p < .0001$). No entanto, e contrariamente ao previsto, esta superioridade é igualmente observada para os ensaios antigos incongruentes ($M = .31$) comparativamente aos ensaios não relacionados ($F(1, 17) = 19.69, p < .0005$)⁷. Estes resultados parecem sugerir uma ausência de uma inibição das STT's quando o alvo da transferência (a marca) é incongruente com o traço a ser transferido. No entanto, a presente análise não permite retirar com confiança esta última conclusão e excluir por completo a possibilidade dos resultados dependerem de processos que têm lugar na recuperação (vs. na codificação). Na verdade, poderá ocorrer que os participantes, nos ensaios incongruentes estejam simplesmente a usar a marca facultada como pista para “reconstruírem”, através de processos inferenciais que têm lugar nesse momento, o traço que terá sido apresentado anteriormente com essa marca. Este processo inferencial a partir da marca dada como pista de recuperação poderia, novamente, explicar o melhor desempenho nos ensaios incongruentes comparativamente aos não relacionados (já que neste último caso nenhuma expectativa existe acerca da marca e, como tal, nenhuma inferência é possível a partir da marca durante a recuperação). Uma forma mais directa e adequada de testar esta possibilidade é considerar o desempenho dos participantes na tarefa de recordação quando a pista facultada é a face do actor do comportamento e não a marca. Caso a marca apresentada nos ensaios incongruentes seja suficiente para inibir a inferência de traço durante a codificação do comportamento, então os participantes terão dificuldade em posteriormente associar esse traço ao próprio actor do comportamento – se esse traço não foi previamente inferido, a aprendizagem do par face+traço deverá ocorrer, nos ensaios incongruentes, como se se tratasse de um par novo.

Na análise do desempenho para as faces não se coloca a questão de conhecimento e desenvolvimento de expectativas em relação ao alvo, já que as faces foram pré-testado como sendo um alvo neutro e não são conhecidas por parte dos participantes. Estes dados são relevantes na medida em que dizem respeito à STI e não à STT. Uma vez que, para que haja STT é necessário que tenha havido STI, se esta não tiver ocorrido tal apoia a interpretação de que a melhor recordação dos traços para as marcas conhecidas em ensaios incongruentes

⁷ De notar que, apesar de não ser estatisticamente significativa a interacção entre a versão e o tipo de ensaio ($F(2, 34) = 1.71, p = .20$), na versão D é mais expressiva a diferença entre os ensaios incongruentes ($M = .38$) e os ensaios não relacionados ($M = .05$), comparativamente à versão A ($M = .25$ para os ensaios incongruentes).

comparativamente a ensaios novos terá resultado de processos que ocorrem na recuperação. A análise para a recordação dos traços facultando as faces como pista (i.e., a análise das STIs) é apresentada de seguida.

A proporção de traços recordados a partir da face do actor como pista foi usada como medida dependente numa nova ANOVA a 2 factores: 2 (versão) x 3 (tipo de ensaio: novo vs. antigo congruente vs. antigo incongruente), com medidas repetidas na variável tipo de ensaio. O único efeito estatisticamente significativo que emerge desta análise é um efeito principal do tipo de ensaio ($F(2, 34) = 3.98, p < .05; MSE = 0.8$). Análise de Contrastes Planeados revela que não existem diferenças significativas entre os ensaios incongruentes ($M = .01$) e os ensaios novos ($M = .08; F(1, 17) = 1.17, p = .29$). Este resultado ilustra que, nestes ensaios, não houve inferência espontânea de traços (STI), já que a associação do traço ao autor desse mesmo comportamento nos ensaios em que estava presente uma marca conhecida incongruente com esse comportamento é equivalente à observada nos ensaios novos. No entanto, é estatisticamente significativa a diferença entre ensaios congruentes ($M = .21$) e os novos e os incongruentes ($M = .05; F(1, 17) = 5.05, p < .05$), revelando que nos ensaios congruentes ocorreu STIs, com uma melhor aprendizagem da associação face+traço do que nos restantes tipos de ensaio.

Se se reflectir neste ponto, porque razão o desempenho para faces deveria ser igual entre ensaios incongruentes e novos se a incongruência não diz respeito à face, mas sim à relação entre o comportamento e marca? As faces apresentadas no estudo são faces pré-testadas como neutras, estas não implicam qualquer traço de personalidade, os participantes não têm qualquer expectativas em relação às mesmas. Por isso mesmo, a face em si, não pode ser congruente ou incongruente quer em relação quer seja em relação ao comportamento, quer seja em relação à marca. As congruências/ incongruências manipuladas nos estudo referem-se exclusivamente entre o comportamento e a marca. Assim, a única explicação possível parece ser a de que nos ensaios incongruentes a mera presença da marca tenha inibido a inferência de traço a partir do comportamento e, como tal, esse traço não teve possibilidade de ficar associado à face.

Em resumo, tal como previsto, no presente estudo reconfirma-se os *saving effects*: o nível de recordação de traços de personalidade é superior nos ensaios antigos comparativamente aos ensaios novos. No entanto, contrariamente ao verificado por Wigboldus et al., (2003) para a inferência espontânea de traços, e por Caetano (2008) para a transferência espontânea de traços, no presente estudo a proporção de recuperação de traços é superior nos ensaios

incongruentes comparativamente aos ensaios novos. Contrariamente à observação de Caetano (2008) de que o nível de recordação em ensaios antigos incongruentes era inferior relativamente a ensaios novos, no presente estudo este resultado só se verificou numa das versões, o que pode levar a duas interpretações: ou estamos perante um efeito de material, ou estamos perante a possível ocorrência de processos de inferência durante a recuperação.

Relativamente à primeira interpretação possível, um efeito de material, tomando conjuntamente os dados do pré-teste realizado e o efeito de interação entre a versão e o tipo de ensaio, verificou-se que apesar das marcas de uma versão serem “mais fracas” (nomeadamente da versão A), tal facto parece não ter contribuído para uma incapacidade dessas marcas em inibirem a STT, já que é precisamente nessa versão que a recordação de traços em ensaios incongruentes é equivalente à dos neutros.

Uma segunda interpretação possível baseia-se no facto de no presente estudo serem apresentadas marcas reais e conhecidas em relação às quais as pessoas têm expectativas fortes. Assim, é possível, que os participantes no momento da recuperação, e utilizando a marca como pista, recordem que viram anteriormente algo inconsistente com as suas expectativas em relação à marca, sendo que nesse momento inferem (e não recordam) o que terão visto anteriormente. Neste caso, estaríamos presente uma inferência que acontece no momento da recuperação e não durante a codificação do comportamento. Esta interpretação é corroborada por duas análises. Numa análise na qual foram considerados os ensaios *baseline* (o alvo de transferência eram marcas desconhecidas) foi possível verificar que a proporção de traços recuperados é superior nos ensaios incongruentes comparativamente aos ensaios não relacionados, sugerindo de novo uma ausência de efeito de inibição e, ao invés, um efeito de facilitação mesmo em ensaios incongruentes. Simultaneamente, a proporção de traços recordados é superior nos ensaios antigos congruentes que nos ensaios não relacionados, o que pode levar a crer que, contrariamente ao esperado, pode existir efeito de facilitação. Numa segunda análise, na qual são considerados apenas os ensaios em que a pista é a face (e, como tal, se testam os efeitos de STI) verifica-se que não existem diferenças significativas entre os ensaios incongruentes e os ensaios neutros, ilustrando que nos ensaios incongruentes não houve inferência espontânea de traços (STI's). A interpretação mais plausível deste resultado é que nos ensaios incongruentes a mera presença da marca tenha inibido a inferência de traço a partir do comportamento e, como tal, não existiu a possibilidade do mesmo ficar associado à face. Tomando conjuntamente os resultados das duas análises, parece receber apoio a interpretação de que os participantes estejam simplesmente a utilizar a marca facultada como pista para “reconstruírem”, através de processos inferenciais que têm lugar

nesse momento, o traço que terá sido apresentado anteriormente com essa marca. Este processo poderia explicar quer o melhor desempenho nos ensaios antigos incongruentes face aos ensaios novos, quer o melhor desempenho nos ensaios incongruentes comparativamente aos não relacionados.

É possível ainda verificar que os resultados do presente estudo conjuntamente com os de Caetano (2008) demonstram, de certa forma, o impacto da manipulação da “radicalidade” da marca. As marcas utilizadas nos estudos de Caetano (2008) são marcas fictícias, em relação às quais os participantes não tinham previamente qualquer expectativa. Já no presente estudo, as marcas utilizadas são marcas reais e escolhidas para que haja muito acordo quanto ao traço gerado no pré-teste. Pelo que podemos verificar, as marcas utilizadas são marcas “mais fortes” do que as utilizadas por Caetano (2008), o que espelha uma certa manipulação na “radicalidade” da marca podendo ser uma razão efectiva para as diferenças de resultados obtidos entre ambos os estudos.

CAPÍTULO III

DISCUSSÃO GERAL DOS RESULTADOS

E

CONCLUSÃO

Discussão Geral e Conclusão

Neste estudo pretendemos, além de contribuir para a compreensão do processo cognitivo inerente à construção da personalidade das marcas a partir das inferências que são feitas acerca de pessoas associadas a essas marcas, alargar a literatura referente à Transferência Espontânea de Traços (STT), nomeadamente explorando os limites para a STT.

A literatura da Inferência Espontânea de Traços (STI) sugere que a inferência de traços ocorre espontaneamente, isto é, mesmo quando não se tem qualquer intenção de formar uma impressão ou de realizar essas inferências. No entanto, surgiu o debate se estas inferências são referentes apenas ao comportamento ou ao actor do comportamento. Por forma a perceber esta questão, Carlston e Skowronski (1994) desenvolveram o paradigma da reaprendizagem, que assenta na ideia de que a informação já foi aprendida ou que já existe na memória, é mais fácil de aprender novamente. Nos seus estudos, na fase inicial eram apresentadas faces emparelhadas ou com comportamentos implicativos de traços ou não implicativos de traço e, posteriormente pedia-se aos participantes que aprendessem esses pares. Através dos resultados foi possível perceber que a aprendizagem da associação face-traço foi facilitada quando na primeira fase do estudo essa face havia sido emparelhada com a frase implicativa desse mesmo traço, em comparação com ensaios em que as faces tinham sido emparelhadas com frases que não implicavam qualquer traço. Esta facilitação na aprendizagem sugere que os traços foram espontaneamente inferidos dos comportamentos e associados ao actor.

Recentemente, Brown e Bassili (2002) exploram a possibilidade do traço espontaneamente inferido a partir de um comportamento possa ser associado a um outro alvo que não o actor desse comportamento. O paradigma desenvolvido pelos autores assenta na ideia de que quando ocorre a STI, se estiver um outro alvo presente, o traço inferido espontaneamente será transferido de forma igualmente espontânea para esse alvo, podendo este ser humano ou meramente um objecto. No estudo conduzido pelos autores, pretendeu-se explorar a extensão das STT a situações onde o estímulo apresentado com o actor e a frase implicativa de traço consiste num objecto inanimado, ao qual normalmente não se atribui traços de personalidade. O procedimento baseia-se no paradigma da reaprendizagem de Carlston e Skowronski (1994), sendo o estudo constituído por três fases críticas. Na primeira fase – exposição – são apresentados duas faces, ou uma face e um objecto inanimado, e uma descrição de comportamento implicativa ou não implicativa de traço. Na segunda fase – aprendizagem – era pedido aos participantes que aprendessem pares de estímulos que consistiam em face-traço implicado ou não implicado na descrição de comportamento (traço

novo) apresentada na fase anterior e objecto–traço. Finalmente, na terceira fase crítica do estudo – recuperação guiada por pistas – os participantes eram instruídos para, mediante a apresentação das fotografias das faces ou dos objectos, se tentassem recordar do traço que lhes estava associado. Os resultados obtidos demonstraram, não só a existência de STT, bem como o facto de ser possível a STT acontecer para objectos inanimados aos quais habitualmente não são atribuídos traços de personalidade.

No presente trabalho procurou-se especificamente averiguar em que medida as expectativas acerca do alvo da transferência (cf. também, Jerónimo, 2007; Wigboldus et al., 2003) podem impor um limite às STT. Em 2008 Caetano havia já explorado esta questão adaptando o paradigma de Brown e Bassili (2002). No presente estudo seguimos as linhas metodológicas de Brown e Bassili (2002) e de Caetano (2008), mas procurando ultrapassar algumas limitações deste último. Seguindo a lógica do paradigma de reaprendizagem, apresentámos trios de estímulos envolvendo uma descrição comportamental, a fotografia do actor desse comportamento, e um terceiro estímulo não relacionado. À semelhança de Caetano (2008), introduzimos como estímulo não relacionado com o actor e a auto-descrição de comportamento um logótipo de uma marca; no entanto, as marcas utilizadas no presente estudo eram marcas reais (e não fictícias, como naquele estudo), que podem ser conhecidas ou desconhecidas. Uma vez que um objectivo central do presente estudo consistia em averiguar a ocorrência de uma inibição (versus facilitação) da transferência do traço inferido a partir do comportamento em função da congruência desse traço com a expectativa acerca do alvo da transferência (i.e., da marca), incluímos adicionalmente uma condição *baseline* envolvendo marcas para as quais não existiriam quaisquer expectativas *à priori*, i.e., marcas desconhecidas.

Esperava-se observar no presente estudo o efeito tipicamente encontrado nos paradigmas de reaprendizagem, com a recordação dos traços a ser melhor nos ensaios antigos do que nos ensaios novos, i.e., efeitos de *savings* (Hipótese 1), bem como uma proporção de recuperação de traços em ensaios antigos congruentes comparativamente aos ensaios novos (Hipótese 2). Ambas as hipóteses foram apoiadas. Na verdade, tal como esperado, o nível de recordação de traços foi superior quando a marca conhecida dada como pista havia sido inicialmente emparelhada com a frase que implicava esse traço (pares antigos), nomeadamente quando marca e comportamento eram congruentes, comparativamente a quando havia sido emparelhada com uma frase não implicativa de qualquer traço (pares novos). Este efeito de *savings* baseia-se na ideia que a informação que já foi aprendida ou que já existe em memória é mais fácil de aprender novamente. Assim, o facto de ter existido uma exposição prévia do

par “comportamento implicativo de traço – marca” pode explicar os resultados obtidos nestes ensaios, i.e., permitiu aos participantes melhorar a sua capacidade para aprenderem a correspondência “traço - marca”. Provavelmente esta associação já tinha sido estabelecida através dos processos de inferência que ocorreram durante a exposição prévia ao comportamento.

Com base nos trabalhos de Caetano (2008) prevíamos ainda que a superioridade nos níveis de recordação em ensaios antigos face a ensaios novos (efeito de *savings*) não fosse, no entanto, observada quando a marca apresentada inicialmente fosse incongruente com o traço a transferir (Hipótese 3). Esta hipótese foi apenas parcialmente apoiada. De notar que numa das versões é observada uma melhor recordação dos traços a partir de marcas incongruentes com o comportamento inicialmente com ela emparelhado (ensaios antigos incongruentes), do que a partir de marcas apresentadas em pares novos. Uma interpretação baseada apenas em efeitos de material parece não receber apoio. Após a análise dos resultados do pré-teste das marcas, é possível concluir que apesar de algumas marcas de uma das versões serem “mais fracas”, é precisamente nessa versão que essas marcas parecem ter sido eficazes na inibição da transferência de traço. Outra interpretação possível, e que é apoiada pelos resultados do presente estudo, é a de que terão ocorrido processos de inferência durante a recuperação. Uma vez que estamos a trabalhar com marcas conhecidas os participantes poderão já ter fortes expectativas em relação as marcas, sendo que quando vêm algo inconsistente com as suas expectativas acerca da marca poderão posteriormente simplesmente recordar que viram algo inesperado emparelhado com a marca (mas não recordarem especificamente o traço) e inferirem nesse momento o que viram anteriormente - neste caso o resultado observado dependeria de uma inferência que acontece não durante a codificação do comportamento mas sim durante o teste e a partir da marca facultada como pista.

A comparação com os ensaios *baseline* permitiu-nos testar a possibilidade de existência de inibição das STTs – um segundo, e o principal, objectivo deste estudo. Os ensaios *baseline* consistem na apresentação de marcas desconhecidas dos participantes e em relação às quais os participantes não teriam, portanto, quaisquer expectativas à priori. Estas marcas desconhecidas (e, como tal, que não estabelecem nenhuma relação, nem congruente nem incongruente, com o comportamento) são apresentados com comportamentos implicativos de traço e posteriormente apresentadas em pares antigos conjuntamente com o traço implicado pelo comportamento. Esperava-se que os níveis de recordação dos traços fosse inferior nos pares antigos incongruentes comparativamente aos pares antigos não relacionados (ilustrando um efeito de inibição das STT; Hipótese 4), mas níveis de recordação dos traços equivalentes

entre pares antigos congruentes e pares antigos não relacionados (i.e., ausência de efeito de facilitação das STT; Hipótese 5). Estas hipóteses não foram apoiadas. Ao invés do que era esperado, a proporção de traços recordados foi superior nos ensaios antigos congruentes relativamente ao ensaios antigos não relacionados, o que pode indicar que existe facilitação das STT. Mais ainda, verifica-se, contrariamente ao previsto, que os participantes revelaram melhor desempenho na recuperação dos traços quando o alvo de transferência era incongruente do que quando era não relacionado, o que pode sugerir que não houve inibição das STT's.

As hipóteses de inibição e de ausência de facilitação haviam sido colocadas tendo em conta o processo das STI's e os estudos realizados por Wigboldus et al., (2003) que sugerem que a inferência de traços não é facilitada na presença de expectativas congruentes com o comportamento, mas sim inibida pela presença de expectativas incongruentes. As diferenças observadas na recordação de traços a partir de marcas (congruentes e incongruentes, e não relacionadas) no presente estudo parecem, no entanto, sugerir uma ausência de efeito de inibição e, simultaneamente, presença de efeito de facilitação. No entanto, um outro processo poderá ter entrado em jogo para produzir estes resultados. Temos primeiramente de ter em conta uma diferença fundamental entre o presente trabalho e o de Wigboldus et al. (2003): o presente trabalho diz respeito essencialmente ao processo de STT enquanto que o trabalho daqueles autores diz respeito ao processo de STI. Há, no entanto, no presente estudo possibilidade de olhar directamente para o processo de STI. Os resultados da recordação dos traços a partir da face do actor do comportamento poderão dar uma boa indicação acerca do processo de STI. Na verdade, o desempenho dos participantes na recuperação de traços que haviam sido emparelhados com as faces, faces essas que eram neutras e desconhecidas dos participantes e, por isso, os mesmos não tinham qualquer expectativa em relação às mesmas, poderá indicar se o traço espontaneamente inferido a partir do comportamento ficou associado ao actor desse comportamento (como demonstrado por diversos estudos da literatura STI; e.g., Carlston & Skowronski, 1994; Carlston, Skowronski, & Sparks, 1995; Todorov & Uleman, 2002, 2003, 2004; Van Overwalle, Drenth, & Marsman, 1999).

Seguindo a linha de investigação de Wigboldus et al. (2003), caso o alvo da transferência de traço (a marca) apresentado nos ensaios incongruentes fosse suficiente para inibir a *inferência* de traço a partir do comportamento, os participantes deveriam ter pior desempenho na recuperação do traço que foi emparelhado com a face apresentada nesse ensaio comparativamente a ensaios em que a marca era congruente com o comportamento. Este foi precisamente o resultado observado no presente estudo, ilustrando uma inibição das STIs: a

aprendizagem da associação traço- actor do comportamento é pior nos ensaios em que eram apresentadas as marcas incongruentes com esse comportamento do que quando essas marcas eram congruentes. Assim, e uma vez que terá havido uma obstrução da STI quando estava presente uma marca incongruente, o traço nunca poderia ser transferido (e associado) à marca, já que esse traço não foi sequer inferido a partir do comportamento. Mas, se é este o caso, como se explica então que os participantes tenham um melhor desempenho na recuperação dos traços que foram emparelhados com marcas incongruentes do que quando foram emparelhados com marcas não relacionado? Por outras palavras, como se explica que um traço que não foi sequer inferido (e, como tal, não terá sido associado à marca) seja particularmente fácil de recuperar quando a marca é facultada como pista para a recuperação desse traço? Uma explicação possível relaciona-se precisamente com a possibilidade de ocorrência de processos de inferência durante a própria recuperação. Na medida em que, quando o alvo de transferência é conhecido do participante e este já tem fortes expectativas em relação ao mesmo, essas expectativas poderão ser usadas para “gerar” o traço aquando do pedido de recuperação. Poderá ocorrer que os participantes estejam simplesmente a usar a marca facultada como pista de forma a “reconstruírem”, através de processos de inferências que têm lugar no momento de recuperação, o traço que terá sido apresentado anteriormente com essa marca.

Em resumo, o presente estudo vem reforçar os dados obtidos com o paradigma de aprendizagem (Carlston & Skowronski, 1994), ao corroborar a hipótese de que é mais fácil reaprender algo que já havíamos aprendido antes, ainda que de forma inconsciente, do que algo que estamos a aprender pela primeira vez. Constitui ainda uma evidência adicional para o processo de transferência espontânea de traços (Brown & Bassili, 2002) ao demonstrar que transferimos as inferências feitas a partir do comportamento de uma pessoa para um objecto, neste caso um tipo particular de objectos – marcas.

Mais importante, o presente estudo alarga o domínio quer das STIs quer das STTs ao chamar a atenção para condições que podem limitar a inferência e transferência de traços. Nomeadamente, o presente trabalho ilustra o papel que as expectativas acerca do alvo da transferência podem ter no processo de transferência, mas também no processo de inferência de traço.

Através do presente estudo apercebemo-nos que as marcas não são meros objectos, na medida em que, ao contrário dos estudos anteriores realizados por Brown & Bassili (1994) que demonstram haver transferência espontânea de traços para objectos comuns aos quais normalmente não são atribuídos traços de personalidade, e por Caetano (2008) que

demonstrou haver transferência de traços de personalidade para marcas que embora fictícias, são um tipo de objecto específico, aos quais habitualmente já são atribuídos traços de personalidade, no presente estudo verificamos que o processo de transferência espontânea de traços para marcas reais e conhecidas.

Os presentes resultados poderiam, à primeira vista, contradizer os de Wigboldus et al., (2003) que, como foi dito anteriormente, propõem que ao inibir o acesso a traços específicos, os estereótipos podem impedir o acesso o processo de STI, quando no presente estudo o mesmo pareceria não acontece para o processo da STT. No entanto, esta contradição poderá ser apenas aparente na medida em que as expectativas acerca da marca foram eficazes na obstrução das próprias STIs (tal como demonstrado por Wigboldus et al., 2003, em relação a expectativas acerca do actor do comportamento). Neste caso, é compreensível que também não tenha existido STT,

O que é interessante nos resultados deste estudo e o contributo do mesmo para a investigação das STI'S e STT's, é que as expectativas acerca do suposto alvo da transferência parecem ser ainda mais potentes na inibição do que aquilo que tínhamos pensado: mais do que inibirem apenas a STT, elas dificultam mesmo a STI. Não é só uma questão da inferência ser feita mas depois não ser transferida porque o alvo da transferência é inconsistente. O facto da marca inibir a STI é surpreendente porque esse alvo não tem, supostamente, nada que ver com o comportamento – o comportamento é atribuído não à marca mas sim a uma pessoa. A marca apenas está incidentalmente presente no contexto do comportamento e seu actor e, ainda assim, parece ser suficiente para inibir a STI.

Linhas de investigação futuras

Estudos futuros deverão procurar ultrapassar algumas potenciais limitações metodológicas do presente estudo. Nomeadamente, construir versões totalmente equilibradas quanto às marcas utilizadas em cada tipo de ensaios de modo a eliminar potenciais efeitos de material. O ideal para obtermos versões equilibradas seria ter o mesmo número de participantes a associar o mesmo traço para cada uma das marcas. Conseguir este equilíbrio é uma tarefa difícil, na medida em que tal como para as pessoas, os traços de personalidade que lhes associamos são altamente subjectivos. O que para umas pessoas possa ser uma marca “inovadora”, para outras pode simplesmente ser uma marca “petulante”, é por este motivo que conseguir marcas igualmente fortes é bastante complicado. Um outro problema, mas associado exactamente ao anterior é conseguir marcas a que lhe sejam atribuídos traços de personalidade opostos, como no exemplo anterior, umas pessoas podem achar que a Vista

Alegre é uma marca “conservadora” e outras pessoas considerarem-na uma marca “inovadora”. De forma a tentar colmatar estas dificuldades, o que sugerimos é que em investigações futuras sejam pré testadas mais marcas, e que sejam escolhidas de forma a pensar, se talvez esta marca for conservadora qual seria uma marca inovadora? Uma outra hipótese seria após realizar o primeiro pré-teste semelhante ao realizado neste estudo, seria realizar um segundo, reunindo os traços mais apontados pelos participantes e apresentá-los numa escala tipo *Likert* e perguntar ao participante: “Se esta marca fosse uma pessoa, qual deste traços considera que a identifica melhor?”. Finalmente, a inclusão de outras versões nas quais os ensaios congruentes e incongruentes sejam conseguidos mediante a alteração do comportamento, mantendo as marcas constantes, poderá também contornar potenciais efeitos específicos associados às marcas. Assim, estudos futuros deverão também colmatar o deficit do presente estudo relativamente às versões recolhidas. Seria bastante importante recolher dados de todas as versões de forma a que não fosse apenas a marca a mudar de versão para versão mas sim, os comportamentos tendo em conta os ensaios congruentes, incongruentes, *fillers* e não relacionados.

As diferenças observadas na unanimidade dos traços gerados para as diversas marcas e, como tal, na força das expectativas acerca da marca, poderão no entanto ser usadas como uma manipulação experimental, com vantagens teóricas. Assim, poder-se-ia incluir no estudo marcas que no pré-teste tivessem elevada consonância em relação aos traços gerados e muitos participantes a gerar determinado traço (e esse seria o traço a utilizar no estudo) e marcas com menos consonância em relação aos traços gerados e com menos sujeitos a gerarem esses mesmos traços. Manipulando deste modo a “radicalidade” da expectativa acerca da marca poder-se-ia esperar que para marcas com expectativas fracas os processos de “reconstrução”/inferência do traço durante a recuperação ocorressem em menor grau do que para marcas com expectativas fortes.

Combinando os processos postulados no presente estudo e nos estudos de Wigboldus et al. (2003), seria interessante utilizar como actores do comportamento faces de pessoas conhecidas que fossem pré-testadas sobre o traço de personalidade atribuído às mesmas e manipular a congruência e incongruência simultaneamente com o comportamento e uma marca conhecida. Neste sentido, seria interessante explorar dois aspectos: Um aspecto envolveria apenas a manipulação da expectativa acerca do actor do comportamento, sendo as marcas apresentadas como alvo de transferência sempre congruentes com o comportamento e apenas o actor poderia ser congruente, incongruente e não relacionado (utilizando a face de uma pessoa desconhecida pré-testada como sendo neutra). Neste caso, poder-se-ia explorar o

papel das expectativas acerca do actor do comportamento na inferência espontânea de traço e, conseqüentemente, na sua transferência. Outra possibilidade, seria manipular conjuntamente as expectativas sobre o actor, sobre o comportamento e sobre o alvo de transferência, a marca. Apesar da complexidade do desenho experimental que resultaria desta manipulação, ela permitiria averiguar qual das duas expectativas – acerca do actor ou acerca da marca – teria mais força. Assim, uma marca congruente com o comportamento seria suficiente para ultrapassar a inibição decorrente de uma expectativa incongruente acerca do actor desse comportamento, fazendo prevalecer prevalecendo a STI? Do mesmo modo, um actor congruente com o comportamento seria suficiente para ultrapassar a inibição decorrente de uma expectativa incongruente acerca da marca, fazendo prevalecer a STT? Esta situação experimental seria particularmente interessante para explorar a natureza das inferências que são espontaneamente realizadas a partir de comportamentos.

Concluindo, o presente estudo reforça os resultados dos estudos de Caetano (2008), reafirmando que a transferência de traços pode ocorrer para marcas mesmo estas sendo reais sobre as quais já existem expectativas anteriormente estabelecidas. Este estudo permite ainda perceber que estas expectativas pré-existentes relativamente a determinada marca são uma condicionante importante na facilitação e inibição da transferência de traços de personalidade de pessoas para marcas. Os resultados do presente estudo revelam um importante contributo na construção de personalidade das marcas, e na utilização de celebridades na comunicação das mesmas. Mais, podem contribuir para a compreensão dos processos de mudança de imagem de uma marca: criar a personalidade de uma marca é diferente de mudar a personalidade da marca. Se o que se pretende é alterar a personalidade de uma marca, com base nos resultados do presente estudo, será necessário ter em conta as expectativas prévias relativamente à marca, poderá não bastar apenas colocar na comunicação uma celebridade que “possui” os novos traços de personalidade que se pretende atribuir à marca, porque poderá acontecer que esse novos traços não sejam transferidos para a nova marca, por não serem sequer inferidos já que não correspondem às expectativas anteriormente criadas.

Desta forma, é possível escolher de forma mais apropriada a celebridade mas indicada para associar a determinada marca, na medida em que, os traços de personalidade dessa pessoa serão transferidos para a marca que representa, bem como escolher de forma mais apropriada o tipo de comunicação quando o que se presente é a alteração da personalidade da marca.

Referências

- Aaker, Jennifer (1997), "Dimensions of Brand Personality", *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347-356.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- Azoulay, A. & Kapferer, J-N. (2004). *Do brand personality scales really measure brand personality?* *Journal of Brand Management*, 4, 1-16.
- Brown, R. D., & Bassili, J. N. (2002). Spontaneous trait associations and the case of the superstitious banana. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 87-92.
- Caetano, M. (2008). *Do comportamento à marca: A possibilidade e limites da transferência espontânea de traços*. Tese de Mestrado não publicada, em Psicologia Social, ISCTE, Portugal.
- Carlston, D. E., Skowronski, J. J., & Sparks, C. (1995). Savings in relearning: II. On the formation of behavior-based trait associations and inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 420-436.
- Carlston, D. E., Skowronski, J. J., & Sparks, C. (1995). Savings in relearning: II. On the formation of behavior-based trait associations and inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 420-436.
- Charbonneau, Jan; Garland, Ron (2005), Talent, Looks or Brains? New Zealand Advertising Practitioners' Views on Celebrity and Athlete Endorsers, *Marketing Bulletin*, 16 (3) : 1-10.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.

- Dijksterhuis, A., & van Knippenberg, A. (1996). The knife that cuts both ways: Facilitated and inhibited access to traits as a result of stereotype activation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 52, 271-288.310
- Fiske, S. T. and Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd edn.). New York: McGraw Hill.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley & Sons.
- Jerónimo, R., (2007). *The Secret Life of Incongruency: form trait inference to Trait inhibition in Impression Formation*. Tese de Doutoramento não publicada, em Psicologia Social, ISCTE, Portugal.
- Miner, M. & Park, D.(2004). A lifespan database of adult facial stimuli. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*. 36, 630-633.
- Mishra, P., & Datta, B. (2008). Consanguinity between consumer and brand personality: A review. *ICFAI Journal of Consumer Behavior*, 3(3), 7-14.
- Ouwensloot, H., & Tudorica, A.(2001), "*Brand Personality Creation through Advertising*," MAXX Working Paper Series, 2001-01. Maastricht.
- Sneider, W., Eschman, A., & Zuccolotto, A. (2002). *E-Prime user's guide*. Pittsburg, PA: Psychology Software Tools.
- Skowronski, J., Carlston, D., Mae, L., e Crawford, M. (1998). *Spontaneous Trait Transference: Communicators Take on the Qualities they describe in others*. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 74, No.4, 837-848. American Psychological Association.
- Todorov, A., & Uleman, J. S. (2002). Spontaneous trait inferences are bound to actors' faces: Evidence from a false recognition paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1051-1065.

- Uleman, J. S., Hon, A., Roman, R., & Moskowitz, G. B. (1996a). On-line evidence for spontaneous trait inferences at encoding. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 377-394.
- Uleman, J. S., Newman, L. S., & Moskowitz, G. B. (1996b). People as flexible interpreters: Evidence and issues from spontaneous trait inference. *Advances in Experimental Social Psychology*, 28, 211-279.
- Venkataramani, G., Sengupta J., & Aaker, J., (2005). Two roads to updating brand personality impressions: trait versus evaluative inferencing. *Journal of Marketing Research*, Vol. XLII, 458-469.
- Wigboldus, D. H. J., Dijksterhuis, A., & van Knippenberg, A. (2003). When stereotypes get in the way: Stereotypes obstruct stereotype-inconsistent trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 470-484.
- Winter, L., & Uleman, J. S. (1984). When are social judgments made? Evidence for the spontaneousness of trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 237-252.

ANEXOS

Quadro 1 - Marcas Conhecidas seleccionadas e traços gerados para as mesmas, tendo em conta o extremo oposto de dimensão de personalidade para cada uma das marcas.

Traço	Marca		Marca	Traço
Sério		Extremo Oposto		Divertido
Calmo		Extremo Oposto		Enérgico
Conservador		Extremo Oposto		Inovador
Prático		Extremo Oposto		Complicado
Modesto		Extremo Oposto		Luxuoso
Aventureiro		Extremo Oposto		Preocupado
Natural		Extremo Oposto		Extravagante
Elegante		Extremo Oposto		Simples

Quadro 2 - Relação entre os logótipos das marcas e os traços implicados pelas auto-descrições de comportamento para os ensaios críticos de cada uma das versões.

Versão A			Versão D	
Tipo de Ensaio		Traço		Tipo de Ensaio
Congruente		<u>Divertido</u>		Incongruente
Congruente		<u>Enérgico</u>		Incongruente
Congruente		<u>Inovador</u>		Incongruente
Congruente		<u>Simples</u>		Incongruente
Incongruente		<u>Prático</u>		Congruente
Incongruente		<u>Modesto</u>		Congruente
Incongruente		<u>Extravagante</u>		Congruente
Incongruente		<u>Aventureiro</u>		Congruente

Quadro 3 - *Relação entre os logótipos das marcas e os traços implicados pelas auto-descrições de comportamento para os ensaios baseline de cada uma das versões.*

Versões A e D	
Distraído	
Forreta	
Sociável	
Solitário	

Tabela 1- Número e percentagem de participantes que geram traços de personalidade e os traços respectivamente gerados para cada uma das 16 marcas conhecidas utilizadas nos ensaios críticos do estudo.

Marca	Traço	Inferências	
		n	%
BMW	Sério	3	23,10%
	Sofisticado /Com classe /Luxuoso	3	23,10%
	Poderoso/ Possante	2	15,40%
	Subtil	1	7,70%
	Confiante	1	7,70%
	Bruto	1	7,70%
	Clássico	1	7,70%
	Irreverente	1	7,70%
Total		13	100,00%
Lipton	Calmo	3	37,50%
	Fresco	1	12,50%
	Jovial	1	12,50%
	Refrescante	1	12,50%
	Enérgico	1	12,50%
	Doce	1	12,50%
Total		8	100,00%
Vista Alegre	Conservador/Tradicional/Clássico	12	60,00%
	Educado/Requintado/Bom gosto	3	15,00%
	Insegura	1	5,00%
	Intemporal	1	5,00%
	Casual	1	5,00%
	Horroroso	1	5,00%
	Sensível	1	5,00%
Total			100,00%

IKEA		Prático/Versátil	5	26,30%
		Modesto/Barato/Básico	4	21,10%
		Moderno/Modernização	2	10,50%
		Descartável	1	5,30%
		Empreendedor	1	5,30%
		Inovador	1	5,30%
		Amigável	1	5,30%
		Recto	1	5,30%
		Atractivo	1	5,30%
		Triste	1	5,30%
		Trabalhador	1	5,30%
		Total	19	100,00%
MiniPreço	Traço	Modesto/Humilde/Simples	3	30,00%
		Acessível/Barata	2	20,00%
		Simpático	1	10,00%
		Facilidade	1	10,00%
		Prático	1	10,00%
		Teimoso	1	10,00%
		Despesa	1	10,00%
		Total	10	100,00%
LandRover		Aventureiro/Livre/TodoTerreno/Radical/Explorador	10	52,60%
		Robusto/Imponente	3	15,80%
		Clássico	1	5,30%
		Maquiavélico	1	5,30%
		Sujo	1	5,30%
		Arrogante	1	5,30%
		Triste	1	5,30%
		Requintado	1	5,30%
		Total	19	100,00%
Playstation		Divertido	5	38,50%
		Inovador	2	15,40%
		Comunicativo	1	7,70%
		Animado	1	7,70%
		Neurótico	1	7,70%
		Viciante	1	7,70%
		Gozão	1	7,70%
		Dinâmico	1	7,70%
		Total	13	100,00%

Bershka	Energético/Dinâmico	3	30,00%
	Gira/Style	2	20,00%
	Sociável	1	10,00%
	Mundano	1	10,00%
	Abertura (openess)	1	10,00%
	Afeminado	1	10,00%
	Moderna	1	10,00%
Total		10	100,00%
Macintosh	Inovador/Explorador	4	40,00%
	Chamativo	1	10,00%
	Profissional	1	10,00%
	Tecnológico	1	10,00%
	Geek	1	10,00%
	Eficaz	1	10,00%
	Genial	1	10,00%
Total		10	100,00%
D&G	Simples/Vulgar	4	23,50%
	Glamoroso/Chique/Classe	2	11,80%
	Fútil	2	11,80%
	Extravagante/Pretensioso	2	11,80%
	Divino	1	5,90%
	Sábio	1	5,90%
	Rico	1	5,90%
	Cuidadoso	1	5,90%
	Luxuoso	1	5,90%
	Conspícuo	1	5,90%
	Comunicativo	1	5,90%
	Total		17
	Complicado	3	15,80%
	Duradouro/Seguro/Antigo	3	15,80%
	Conservador	2	10,50%
	Sóbrio/Elegante	2	10,50%
	Básico/Banal	2	10,50%
	Comunicativo	1	5,30%
	Calmo	1	5,30%
	Desajustado	1	5,30%
	Misterioso	1	5,30%
	Falhado	1	5,30%
	Bonito	1	5,30%
	Mimado	1	5,30%

Motorola	Total	19	100,00%
Luso	Natural/Neutralidade	2	16,70%
	Saudável	4	33,30%
	Refrescante	1	8,30%
	Aprazível	1	8,30%
	Pura	1	8,30%
	Transparente	1	8,30%
	Justo	1	8,30%
	Simples	1	8,30%
	Total	12	100,00%
AlproSoja	Saudável	3	25,00%
	Formal/Sério	2	16,70%
	Preocupada/Zelosa	2	16,70%
	Alternativo	1	8,30%
	Horrível	1	8,30%
	Neutro	1	8,30%
	Simpático	1	8,30%
	Equilibrado	1	8,30%
	Total	12	100,00%
Zara	Elegante/Sofisticado/Charmoso	6	31,60%
	Simples/Básico/Moderno/Comum/Casual	5	26,30%
	Beleza	1	5,30%
	Acessível	1	5,30%
	Introvertida	1	5,30%
	Feminina	1	5,30%
	Discreto	1	5,30%
	Frontal	1	5,30%
	Executivo	1	5,30%
	Recto	1	5,30%
	Total	19	100,00%
HugoBoss	Extravagante/Exuberante	2	16,70%
	Elegante/Aprumado	2	16,70%
	Carismático	1	8,30%
	Casual	1	8,30%
	Luxuoso	1	8,30%
	Viril	1	8,30%
	Responsável	1	8,30%
	Calmo	1	8,30%
	Moderno	1	8,30%
	Estiloso	1	8,30%
	Total	12	100,00%

Cont.			
Rolex	Luxo/Chique	2	25,00%
	Rico/Caro	2	25,00%
	Clássico	1	12,50%
	Garantia	1	12,50%
	Sério	1	12,50%
	Ambicioso	1	12,50%
Total		8	100,00%

Tabela 2 – Número de participantes que indicam não conhecer as marcas apresentadas nos ensaios baseline (não relacionados) e respectivos traços gerados.

Marca Desconhecida	Conhecimento da Marca		Traço Gerado
	Sim	Não	
	n	n	
Barskem	0	22	Sério/Monótono/Pacífico/Profissional/Sério
BGA	0	22	Egocêntrico/Melacólico/Pouco Informado
OAV	0	22	Sério/Frontal
Makino	0	20	Eficiente/Timidez/Profissional/Robótico

Tabela 3 - Número e percentagem de participantes que geram os respectivos traços de personalidade para cada um de 12 auto descrições de comportamento utilizadas nos ensaios críticos.⁸

Traço Esperado	Comportamentos	Traços Gerados Inferências		
			n	%
<u>Enérgico</u>	Eu não consigo parar. Não sou capaz de estar muito tempo sem fazer nada, há sempre qualquer coisa que precisa de ser feita. E mesmo que não haja eu acabo por arranjar. Só consigo descansar quando preciso mesmo. É como se estivesse ligado à corrente.	Enérgico	2	18,2
		Activo	4	36,4
		Eléctrico	1	9,1
		Hiperactivo	1	9,1
		Dinâmico	2	18,2
		Maluco	1	9,1
		Total	11	100
<u>Inovador</u>	Eu sou uma pessoa que gosta de fazer coisas novas. Gosto do desafio de desenvolver coisas que ainda não existam e de encontrar soluções. Gosto de olhar para as coisas que faço e perceber que são de facto diferentes de tudo o que já existe.	Inovador	5	45,5
		Criativo	3	27,3
		Curioso	1	9,1
		Compreensivo	1	9,1
		Geek	1	9,1
		Total	11	100
<u>Simples</u>	Eu gosto de viver sem grandes complicações. Gosto de me sentir bem, mas não são as coisas mais elaboradas que mais me satisfazem. Bem antes pelo contrário, às vezes são as coisas mais comuns aquelas de que mais gosto.	Simples	8	72,7
		Descontraído	1	9,1
		Dinâmico	1	9,1
		Total	10	100
<u>Prático</u>	Eu sou uma pessoa que gosta de resolver os problemas sem grandes voltas e reviravoltas. Procuro saber e perceber o problema e sem grandes coisas tento solucioná-lo, Não gosto de estar com grandes rodeios.	Prático	5	45,5
		Desenrascado	1	9,1
		Pragmático	1	9,1
		Directo	1	9,1
		Preocupado	1	9,1
		Assertivo	1	9,1
		Descomplicado	1	9,1
		Total	11	100

⁸ Os traços de personalidade: Divertido, Conservador, Aventureiro, Distraído, Forreta, Sociável e Solitário foram traços pré-testados por Caetano (2008) e as auto-descrições de comportamento correspondentes utilizadas no presente estudo foram as utilizadas por essa autora.

<u>Modesto</u>	Eu não sou uma pessoa de grandes coisas. Não preciso de ter um produto que seja o melhor e o mais caro de todos. Prefiro até ter mais produtos do que ter só um apenas por ser mais caro.	Poupado Humilde Ponderado Simples Pobre Esperto Prático	4 2 1 1 1 1 1	36,4 18,2 9,1 9,1 9,1 9,1 9,1
Total			11	100
<u>Extravagante</u>	A minha forma de vestir contraria o bom senso da maioria das pessoas. Gosto de coisas diferentes, que chamem a atenção quando passo. Não gosto de "alinhar" com a maioria gosto de ser diferente e gosto de dar nas vistas.	Exuberante Exibicionista Rebelde Excêntrico Extravagante Vaidoso	1 1 2 2 3 1	10 10 20 20 30 10
Total			10	100
<u>Sério</u>	Eu não sou daquelas pessoas que se riem por tudo e por nada, nem gosto de tratar as coisas com muitas brincadeiras à mistura. Para mim deve dar-se importância às coisas. Não sou cá daquelas pessoas que estão sempre na palhaçada.	Sério Moderado Péssimo Sóbrio	8 1 1 1	72,7 9,1 9,1 9,1
Total			11	100
<u>Calmo</u>	Eu não gosto de discussões. Tento sempre amenizar as coisas, não sou pessoa de ferver em pouca água. Não gosto de exaltações. Para mim essa é a maneira de levar a vida, sem correrias nem pressões. Gosto de levar a minha vida com tranquilidade.	Calmo Tranquilo Pacífico Simpático	3 1 5 1	27,3 9,1 45,5 9,1
Total			10	90
Missing			1	9,1
<u>Elegante</u>	Eu sou uma pessoa que aprecia o bom gosto e que isso se reflecta no modo como me visto e comportamento. Gosto de vestir uma roupa que me assente bem e que me dê um ar distinto. Gosto de um certo requinte nas coisas à minha volta, mas sem exuberâncias.	Cuidadoso Requintado Vaidoso Elegante Caprichoso Sentir-se Bem Maduro Credível Cauteloso	1 2 1 1 1 1 1 1 1	10 20 10 10 10 10 10 10 10
Total			10	100
<u>Complicado</u>	Eu sou uma pessoa que muitas vezes não consigo resolver as situações. Parecem-me sempre demasiado complexas, penso sempre que tenho de dar mais alguma volta, quando afinal é sempre mais básico do que eu penso.	Complicado Enrascado Complexo Embaraçoso Ansioso Parvo PoucoAutoConfiante	5 1 1 1 1 1 1	45,5 9,1 9,1 9,1 9,1 9,1 9,1
Total			11	100
<u>Luxuoso</u>	Eu quando vou às compras gosto de ter um atendimento personalizado. Isto porque gosto que os produtos que escolho sejam produtos de excelência. Não por serem caros mas porque trazem com eles o requinte.	Exigente Distinto Perfeito	7 1 1	70 10 10
Total			9	90
Missing			1	10
<u>Natural</u>	Eu sou uma pessoa que gosta de mostrar às pessoas aquilo que realmente sou, sem máscaras, apenas eu. Gosto de agir em conformidade com o que penso e sinto, sem camuflagens. Gosto que as pessoas me conheçam como sou realmente e para isso ajo sempre em conformidade com aquilo que sou.	Transparente Verdadeiro Honesto Sincero	4 2 1 3	40 20 10 30
Total			10	100

<u>Preocupado</u>	Se marco um encontro com alguém e essa pessoa se atrasa fico logo a pensar no que poderá ter acontecido.	Preocupado	7	63,6
		Ansioso	1	9,1
		Stressado	1	9,1
		Perseguidor	1	9,1
		FaltadeRespeito	1	9,1
Total		11	100	

Tabela 4 - Auto descrições de comportamento utilizadas nos ensaios críticos adoptadas de Caetano (2008).

<u>Divertido</u>	Eu sou uma pessoa que adoro rir e fazer rir os outros. Acho que das coisas que mais gosto é de ouvir uma pessoa a rir mesmo com vontade. É contagiante. Acho que a vida tem que ser levada assim.
<u>Aventureiro</u>	Eu sou uma pessoa que gosta de desafios novos, de fazer coisas que nunca fiz, de testar os meus limites... o que gostava mesmo de fazer nas próximas férias era um safari ou a travessia de um deserto, ou simplesmente andar por aí sem destino.
<u>Conservador</u>	Eu sou uma pessoa que gosta das coisas como se faziam dantes, como os nossos pais e avós faziam. Estas modernices de agora, não me convencem. Dantes as coisas eram muito mais bem feitas e muito melhores.

Tabela 5 - Auto-descrições de comportamento utilizadas nos ensaios baseline adoptadas de Caetano (2008).

<u>Distraído</u>	Eu sempre fui uma cabeça no ar. Qualquer coisa me chama a atenção. Às vezes atravesso a rua sem olhar, e só reparo quando alguém apita. Sempre tive dificuldade em concentrar-me por muito tempo numa coisa.
<u>Forreta</u>	Detesto ter que gastar dinheiro. Quando ofereço uma prenda a alguém procuro sempre que seja barata. Não gosto nada daqueles jantares em que se divide a conta por todos, porque fico sempre a perder, e acabo por pagar coisas nas quais nunca gastaria dinheiro.
<u>Sociável</u>	Eu sou uma pessoa que gosta de conhecer pessoas novas e do contacto com os outros. Tenho muita facilidade em fazer novos amigos, e em relacionar-me com vários tipos de pessoas.
<u>Solitário</u>	Eu sou uma pessoa que não tem muitos amigos, nunca tive, mas tento fazer as minhas coisas à mesma, ir ao cinema, passear, jantar fora de vez em quando, só que em vez de ir com um grupo de amigos, vou sozinho. Gosto de estar com os meus botões.

Tabela 6 - *Auto-descrições de comportamento não implicativas de traço utilizadas nos ensaios filler e número de participantes que geraram cada um dos traços a partir das descrições.*

Descrição não Implicativa de Traço	Respostas dos Participantes	n	%
Eu sou uma pessoa que até gosta de cozinhar, mas não o costume fazer muitas vezes, pelo menos não tanto como gostaria.	“Ainda bem”	1	20
	“Eu adoro cozinhar”	1	20
	“Tempo”	1	20
	“Falso”	1	20
	“Devido aos meus horários tenho a minha mãe que cozinha para mim”	1	20
Total		5	100
Eu acho que todos nós temos um dia sim e um dia não. Às vezes estamos mais felizes outros mais tristes, nuns falamos mais noutros menos. É normal.	“Certo”	1	16,6
	“Natural do ser humano”	1	16,6
	“Variações”	1	16,6
	“Veredicto”	1	16,6
	“Sim”	1	16,6
Total		6	100
Das coisas que eu mais gosto é, depois de um dia longo e cansativo, comer uma coisa quentinha e ir para a cama.	“Descansar apenas”	1	16,6
	“Ficar em casa a ver tv”	1	16,6
	“Sono”	1	16,6
	“Esporadicamente”	1	16,6
	“Dar muitos beijinhos à minha filha”	1	16,6
Total		6	100
Nunca gostei muito das meias estações. Uma pessoa nunca sabe bem o que há-de vestir. Ora faz calor, ora faz frio.	“Verão sempre”	1	16,6
	“É indiferente”	1	16,6
	“Meio termo”	1	16,6
	“Desânimo”	1	16,6
	“Isso dá-me cabo dos nervos”	1	16,6
Total		6	100
Desde que me lembro que gosto de ir ao cinema. É diferente de ver um filme em casa, todo o ambiente, o som.	“Concordo”	1	16,6
	“Adoro ir ao cinema”	1	16,6
	“Acção”	1	16,6
	“Vontade”	1	16,6
	“Gosto mais de ver em casa...”	1	16,6
Total		6	100
Quando vou de férias, gosto de ir a sítios diferentes. Para conhecer outros sítios, e não ser sempre a mesma coisa. Se bem que quando gosto de um sítio, também goste de voltar.	“Aproveitá-lo”	1	16,6
	“Gosto de descansar”	1	16,6
	“Diversão”	1	16,6
	“Adoro”	1	16,6
	“Sempre”	1	16,6
Total		6	100
O fim-de-semana para mim, é para descansar. Ficar por casa, ver um filme, ler um livro, ou então ir beber um café com os amigos.	“Desfrutar”	1	16,6
	“Não ligo ao fim de semana”	1	16,6
	“Conforto”	1	16,6
	“Nem sempre”	1	16,6
	“Limpar a casa”	1	16,6
Total		6	100
	“Lazer”	1	16,6

Total		6	100
Sempre quis aprender a tocar guitarra, já tive aulas e tudo, mas ainda não lhe apanhei o jeito.	“Bateria”	1	16,6
	“Nunca quis”	1	16,6
	“Persistência”	1	16,6
	“Absurdo”	1	16,6
	“Não consigo deixar crescer as unhas”	1	16,6
	“Falta de prática”	1	16,6
Total		6	100
Quando tenho algum tempo livre, gosto de aproveitar para fazer aquelas coisas que durante a semana não temos tempo para fazer. Pôr as conversas em dia, fazer alguma actividade, passear.	“Sempre que possível”	1	16,6
	“Gosto de fazer as coisas sem combinar”	1	16,6
	“Liberdade”	1	16,6
	“Mais”	1	16,6
	“Passar a ferro”	1	16,6
	“Amizade”	1	16,6
Total		6	100
Eu sou daquelas pessoas que quando fazem uma viagem longa, seja de comboio ou de carro (quando não vou a conduzir), adormeço facilmente.	“Não”	1	16,6
	“Raramente adormeço”	1	16,6
	“Descanço”	1	16,6
	“Cansaço”	1	16,6
	“Sempre, tenho o bicho do sono”	1	16,6
	“Uma bela soneca”	1	16,6
Total		6	100
Gosto quando tudo sabe a certo, quando não há nada de velho que volte mas que se construam coisas novas com outras pessoas.	“Futuro”	1	25
	“Vontade de Evoluir”	1	25
	“Para ser feliz”	1	25
	“Nem Sempre”	1	25
	Total	4	
Eu sinto-me uma criança, um adulto, um velho. Depende dos dias, das companhias do estado de espírito. Depende de muita coisa, e não depende de nada.	“Tenho saudade de poder surfar todos os dias”	1	25
	“Sinto-me cansada”		25
	“Depende apenas de nós próprios	1	25
	Cromo”	1	25
	Total	4	100

Figura 2 – Logótipos de marcas conhecidas apresentadas nos ensaios críticos



Figura 3 - Logótipos de marcas desconhecidas apresentados nos ensaios baseline.



Figura 4 - Logótipos de marcas desconhecidas apresentados nos ensaios filler.



Figura 5 - Faces apresentadas nos ensaios críticos e baseline



Figura 6 - Faces apresentadas nos ensaios filler.



Figura 7 - Exemplo de um dos enunciados correspondente pré-teste realizado para as auto-descrições implicativas de traço.

O teste que lhe vamos apresentar faz parte de uma Dissertação de Final de Curso. Este estudo tem como objectivo compreender algumas questões acerca dos traços de personalidade que inferimos a partir do comportamento de outras pessoas.

Vamos apresentar-lhe um conjunto de descrições que algumas pessoas hipotéticas fizeram sobre si próprias. O que lhe pedimos é que, para cada das descrições, indique: um adjectivo que a caracterize, caso não lhe ocorra nenhum deixe em branco e passe à questão seguinte.

Não há respostas certas ou erradas para o que perguntamos. Há apenas opiniões.

Exemplo:

“Eu sou uma pessoa que gosta de desafios novos, de fazer coisas que nunca fiz, de testar os meus limites... o que gostava mesmo de fazer nas próximas férias era um safari ou a travessia de um deserto, ou simplesmente andar por aí sem destino.”

R.: Aventureiro

Gosto de lidar com as coisas de uma forma rápida e eficaz. Penso o necessário sobre as coisas para que as possa resolver de forma satisfatória. Não fico ali às voltas a pensar em tudo e mais alguma coisa. Não sou pessoa para ficar enredado nas coisas.

R.....

Eu não gosto de discussões. Tento sempre amenizar as coisas, não sou pessoa de ferver em pouca água. Não gosto de exaltações. Para mim essa é a maneira de levar a vida, sem correrias nem pressões. Gosto de levar a minha vida com tranquilidade.

R.....

Eu tenho de admitir que gosto de ostentar a minha condição social. Gosto de ter carros, acessórios, etc. , que estejam de acordo com o meu estilo de vida. No meio em que me movimento tenho de saber escolher os produtos que uso, não posso sair fora do meu status social.

R.....

Os meus gostos são um pouco diferentes dos das outras pessoas. Gosto muito pouco de estilos pré-definidos, gosto de criar o meu próprio estilo, de fugir a regras. Confesso que gosto de dar nas vistas, não consigo andar na rua e estar igual a todas as pessoas que me rodeiam.

R.....

Eu acho que sou daquelas pessoas que está sempre a antecipar o que vai acontecer. Não consigo de deixar de pensar no que poderá acontecer.

R.....

Eu não sou daquelas pessoas que se riem por tudo e por nada, nem gosto de tratar as coisas com muitas brincadeiras à mistura. Para mim deve dar-se importância às coisas. Não sou cá daquelas pessoas que estão sempre na palhaçada.

R.....

Eu gosto de viver sem grandes complicações. Gosto de me sentir bem, mas não são as coisas mais elaboradas que mais me satisfazem. Bem antes pelo contrário, às vezes são as coisas mais comuns aquelas de que mais gosto.

R.....

Os meus amigos dizem que não consigo parar um segundo. Adoro estar em constante movimento. Não consigo estar sem fazer nada, é impensável ficar um dia em casa sem fazer nada. Adoro procurar coisas para fazer, até “gastar as pilhas todas”

R.....

Eu sou uma pessoa que não gosta muito de receber elogios. O que faço, faço com gosto e com brio de o fazer bem, não vejo qualquer necessidade de me glorificar por isso. Fico feliz apenas por saber que consigo atingir os meus objectivos, só isso.

R.....

Eu sou uma pessoa que gosta de estar sempre a lançar coisas novas. Mas não gosto do que é novo só porque é novo, gosto do que é novo e é diferente. A mim fascina-me fazer coisas que são um avanço em relação àquilo que se conhece já.

R.....

Eu normalmente demoro muito tempo para resolver um problema. Ando sempre muito às voltas, penso às vezes que não o vou conseguir resolver, até que afinal acabo por conseguir e penso sempre que era muito mais fácil de o fazer do que pensava inicialmente.

R.....

Eu não consigo fazer de conta de ser uma pessoa que não sou. De agir de forma diferente de como eu acho que deva agir. Gosto de mostrar às pessoas aquilo que realmente sou, sem enfeites, apenas eu.

R.....

Sexo: F M

Idade:.....

Habilidades Literárias

Figura 8 - Exemplo de um dos enunciados correspondente pré-teste realizado para as auto-descrições implicativas de traço.

O teste que lhe vamos apresentar faz parte de uma Dissertação de Final de Curso. Este estudo tem como objectivo compreender algumas questões acerca dos traços de personalidade que inferimos a partir do comportamento de outras pessoas.

Vamos apresentar-lhe um conjunto de descrições que algumas pessoas hipotéticas fizeram sobre si próprias. O que lhe pedimos é que, para cada das descrições, indique: um adjetivo que a caracterize, caso não lhe ocorra nenhum deixe em branco e passe à questão seguinte. Não há respostas certas ou erradas para o que perguntamos. Há apenas opiniões.

Exemplo:

“Eu sou uma pessoa que gosta de desafios novos, de fazer coisas que nunca fiz, de testar os meus limites... o que gostava mesmo de fazer nas próximas férias era um safari ou a travessia de um deserto, ou simplesmente andar por aí sem destino.”

R.: Aventureiro

A minha forma de vestir contraria o bom senso da maioria das pessoas. Gosto de coisas diferentes, que chamem a atenção quando passo. Não gosto de “alinhar” com a maioria gosto de ser diferente e gosto de dar nas vistas.

R:.....

Eu sou uma pessoa que gosta de se apresentar e agir com requinte, mas sem exageros. Gosto de saber estar e vestir de acordo com o local e as situações. A cortesia e as boas maneiras, uma apresentação cuidada, um comportamento adequado, para mim são coisas fundamentais.

R:.....

Eu sou uma pessoa que gosta de mostrar às pessoas aquilo que realmente sou, sem máscaras, apenas eu. Gosto de agir em conformidade com o que penso e sinto, sem camuflagens. Gosto que as pessoas me conheçam como sou realmente e para isso ajo sempre em conformidade com aquilo que sou.

R:.....

Eu sou uma pessoa que gosta de ter produtos que sejam tecnicamente perfeitos, que durem. Escolho para mim produtos de óptima qualidade, não por uma questão de ostentação, mas porque estes produtos trazem personalidade, requinte e principalmente qualidade.

R:.....

Eu sou uma pessoa que gosta de ter comportamentos pouco usuais. Sei que na maioria das vezes os meus comportamentos são diferentes dos demais. Gosto de chamar a atenção, seja na forma como me visto ou na forma como ajo, gosto de dar nas vistas.

R:.....

Eu gosto de agir conforme a pessoa que sou. Gosto que as pessoas me conheçam realmente, sem enfeites. Não gosto de fazer de conta que sou de uma maneira que realmente não sou. Gosto de ser eu, em todas as situações e que as pessoas me conheçam sem máscaras.

R:.....

Eu sou uma pessoa que aprecia o bom gosto e que isso se reflecta no modo como me visto e comporto. Gosto de vestir uma roupa que me assente bem e que me dê um ar distinto. Gosto de um certo requinte nas coisas à minha volta, mas sem exuberâncias.

R:.....

Eu quando vou às compras gosto de ter um atendimento personalizado. Isto porque gosto que os produtos que escolho sejam produtos de qualidade, que estejam no patamar de excelência. Não por serem caros mas porque trazem com eles o requinte, a qualidade e a atenção pelos pormenores que eu aprecio.

R:.....

Sexo: F M

Idade:.....

Habilitações Literárias

Figura 9 - Exemplo do enunciado correspondente ao pré-teste realizado para as auto-descrições de comportamento não implicativas de traço.

O teste que lhe vamos apresentar faz parte de uma Dissertação de Final de Curso. Este estudo tem como objectivo compreender algumas questões acerca dos traços de personalidade que inferimos a partir do comportamento de outras pessoas.

O que lhe pedimos é que, para cada das seguintes frases diga a primeira palavra que lhe ocorre, caso não lhe ocorra nenhuma deixe em branco e passe à questão seguinte.

Não há respostas certas nem erradas para o que perguntamos. Há apenas opiniões.

V.P.P.F

Eu sou uma pessoa que até gosta de cozinhar, mas não o costumo fazer muitas vezes, pelo menos não tanto como gostaria.

R.....

Sempre fiz muitas coisas quando era mais jovem. Hoje em dia já não tenho tanta disposição para as fazer, embora continue a gostar.

R.....

Eu acho que é uma coisa natural. As pessoas vão crescendo, as opiniões, gostos, ideiais, vão mudando. Acontece com todas as pessoas.

R.....

Eu acho que todos nós temos um dia sim e um dia não. Às vezes estamos mais felizes outros mais tristes, nuns falamos mais noutros menos. É normal.

R.....

Das coisas que eu mais gosto é, depois de um dia longo e cansativo, comer uma coisa quentinha e ir para a cama.

R.....

Nunca gostei muito das meias estações. Uma pessoa nunca sabe bem o que há-de vestir. Ora faz calor, ora faz frio.

R.....

Desde que me lembro que gosto de ir ao cinema. É diferente de ver um filme em casa, todo o ambiente, o som.

R.....

Quando vou de férias, gosto de ir a sítios diferentes. Para conhecer outros sítios, e não ser sempre a mesma coisa. Se bem que quando gosto de um sítio, também gosto de voltar.

R.....

O fim-de-semana para mim, é para descansar. Ficar por casa, ver um filme, ler um livro, ou então ir beber um café com os amigos.

R.....

Normalmente tento andar de transportes públicos, conduzir numa cidade grande é confuso. Eu tenho carro, mas só uso quando vou para fora, ou quando saio á noite.

R.....

Sempre quis aprender a tocar guitarra, já tive aulas e tudo, mas ainda não lhe apanhei o jeito.

R.....

Quando tenho algum tempo livre, gosto de aproveitar para fazer aquelas coisas que durante a semana não temos tempo para fazer. Pôr as conversas em dia, fazer alguma actividade, passear.

R.....

Se me perguntarem se gosto mais de campo ou cidade, não sei responder. Gosto da agitação da cidade, mas para descansar prefiro o campo.

R.....

Eu sou uma pessoa que de um modo geral gosta de andar confortável, mas há alturas em que gosto de me arranjar melhor, sobretudo quando vou sair ou quando tenho alguma coisa importante para fazer.

R.....

Eu sou daquelas pessoas que quando fazem uma viagem longa, seja de comboio ou de carro (quando não vou a conduzir), adormeço facilmente.

R.....

Sexo: F M

Idade:.....

Habilitações Literárias

CURRICULUM

VITAE