

ISCTE  IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Escola de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Psicologia Social e das Organizações

Tudo diferente ou tudo igual?
Desenvolvimento de uma escala de procura de variedade.

Raquel Catarina Moleiro Rodrigues

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

Orientadora:

Marília Prada, Prof. Auxiliar Convidada

Co-orientadora:

Annelise Pereira, Prof. Auxiliar Convidada

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Agosto, 2011

Agradecimentos

Apesar de ter sido avisada (várias vezes), teimei em deixar a escrita dos agradecimentos para o fim, o que no final de contas se revelou ser uma ideia muito má.

É estranho pensar que o momento que eu julgava tão longe se encontre finalmente aqui e eu esteja a vivê-lo. É um misto de sentimentos, de felicidade e nostalgia.

We came a long way...

Embora este percurso esteja a chegar ao fim, a verdade é que tudo isto é apenas o início e ainda terei muito que aprender no longo caminho que ainda tenho de percorrer. Gostaria que esta simples página conseguisse espelhar aquilo que me vai na alma...

Primeiro que tudo agradeço à Marília, pela paciência, pela disponibilidade, pela simplicidade, pela orientação, pela simpatia, por acreditar em mim.

À Annelyse pela simpatia, expertise e disponibilidade.

A ti, Pedro Borralho, por tudo aquilo que és e que me fazes ser, por seres o meu porto seguro quando algo me corre mal e por seres a primeira pessoa que eu quero que ouça as boas notícias! Por seres o meu cheerleader, obrigada por tudo!

Ao Pedro Rodrigues por ser o meu herói e um grande culilu.

À Ana Duarte, uma amiga para a vida, sempre com as suas palavras loucamente sábias e por vezes, objectivamente confusas. Pelas danças, pelos risos, pelas divagações, pelas viagens de comboio ao fim do dia quando o cérebro já não estava lá e só dizíamos baboseiras. À Catarina Pereira por ser uma porreiraça, pela companhia e troca de ideias online, nestes dias que nunca mais acabavam (quando for grande quero ser como tu).

Aos meus queridos amigos que me acompanham desde os tempos da Júdice Fialho, quem adoro do fundo do coração e quem eu agradeço todos os bons momentos de ontem e de hoje. Um milhão de obrigado por serem quem são.

Aos colegas que se tornaram mais que isso e com os quais pude partilhar parte de mim.

A todos os que cruzaram o meu caminho e que fizeram de mim quem sou.

A todos aqueles que não foram mencionados mas que fazem parte da história da minha vida, e para os quais precisaria de milhares de páginas.

Ao Avó Virgílio e à Avó Eugénia pelos mimos, pela sapiência, pelas notinhas para o cafézinho.

Last but not least, aos meus pais pelo apoio incondicional, por me terem dado asas e ensinado a voar...

Resumo

A procura de variedade consiste na tendência de procurar variação na estimulação através de um comportamento variado que se reflecte no consumo de produtos e ou realização de actividades que sejam novidade. Com o intuito de aceder a esta tendência, vários instrumentos têm sido utilizados. Porém, na sua generalidade apenas medem este construto por aproximação, dado que a maioria dos instrumentos não foi criada com este propósito. Das várias escalas seleccionadas na literatura da área, existe apenas uma que é específica para este construto (Varseek, Van Trijp & Steenkamp, 1992), sendo no entanto restrita ao contexto muito específico do consumo de produtos alimentares. Deste modo, torna-se essencial desenvolver um instrumento robusto que responda à necessidade de aceder ao construto da procura de variedade que possa ser utilizado em vários contextos, sendo este o objectivo principal deste trabalho. Procedeu-se à recolha e tradução para língua portuguesa dos itens das medidas consideradas relevantes e devido ao seu elevado número, solicitou-se a participantes cegos ao objectivo do estudo, que os classificassem em três categorias: *Variedade*, *Estabilidade* e *Não relacionada*, de modo a seleccionar apenas aqueles que estivessem associados a variedade. Seguidamente foi criada uma medida que foi administrada num questionário online a uma amostra de 650 estudantes do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa. Posteriormente, foram realizadas análises factoriais exploratórias de modo a perceber como os itens se relacionam entre si e se existe coincidência entre os factores e as escalas utilizadas.

Foram analisadas a versão completa e a versão reduzida da escala cujos resultados demonstraram a existência de dois factores: um referente à alimentação e outro referente a situações de consumo do dia-a-dia. Os sujeitos, em algumas situações, consideraram que os dois factores tratam de situações diferentes e por isso é possível a utilização desta escala para medir as características da procura de variedade com uma medida geral.

Palavras-chave: procura de variedade, *optimum stimulation level*, psicologia do consumo, construção de uma escala

Abstract

Variety seeking entails the tendency to seek for variation in the levels of stimulation through varied behavior that can be achieved by the consumption of new products or by seeking new activities. Many scales have been used with the purpose of measuring variety seeking, however most of them was not created for this purpose, and so this construct is not directly accessed. There were gathered five different scales but only one of them (Varseek, Van Trijp & Steenkamp, 1992) was constructed to measure variety seeking regarding the specific context of the consumption of food products. So it becomes necessary to develop a strong measure that fills the gap of direct measures of variety seeking that can be used in several contexts (as opposed to Varseek). This is the main focus of this work.

We grouped all the items from the relevant scales and due to the fact that there were too many, we requested to subjects that were unaware of the purpose of this study to classify those items with one of the following category: Variety, Stability or None related. This selection permitted the construction of a scale that was later scored by a sample of 650 ISCTE – Lisbon University Institute students. Afterwards, the data was subjected to an exploratory factor analysis in order to understand the way the items interact and if the scales and the factors overlap.

Our results were analyzed in the complete and in the short form of our scale. They both had same two factors: one regarding food and the other regarding everyday consumption situations. In some cases, subjects considered that both factors were different and so we consider that our general scale can be used to measure specific variety seeking individual characteristics.

Keywords: variety seeking, optimum stimulation level, consumer psychology, scale construction

Índice

Introdução	1
Origem do estudo da procura de variedade.....	2
Dois tipos de comportamento de procura de variedade	3
Impacto da procura de variedade no consumo	6
Traço inato ou passível de ser temporariamente activado?.....	8
Medidas relevantes presentes na literatura	9
Arousal Seeking Tendency Scale	9
Sensation Seeking Scale.....	11
Exploratory Buying Behavior Tendencies	12
Maximizing Versus Satisficing	13
Varseek	15
Método	17
Definição do construto.....	17
Medidas.....	17
Pré-teste	17
Participantes.....	17
Material	18
Procedimento.....	18
Resultados do pré-teste.....	18
Teste do instrumento	18
Participantes.....	18
Material	19
Procedimento	19
Resultados	20
Análise factorial inicial	20
Análise factorial após remoção de 18 itens	20
Análise factorial com 30 itens	20
Análise factorial com 25 itens	20
Análise de fidelidade – consistência interna.....	21
Criação de uma versão reduzida	21
Análise de fidelidade – consistência interna da versão reduzida.....	21

Teste de diferenças entre os dois factores para a escala inicial	21
Diferenças entre sexos para a versão inicial da escala.....	22
Teste de diferenças entre os dois factores na escala reduzida	22
Diferenças entre sexos para a escala reduzida	23
Discussão.....	24
Referências Bibliográficas	28
Anexos	31
Anexo A – Ficha técnica das escalas	32
Anexo B: Escalas originais com as respectivas traduções	36
Anexo B1: Sensation seeking scale	36
Anexo B2: Varseek.....	39
Anexo B3: Maximizing Versus Satisficing	39
Anexo B4: Arousal Seeking tendency	40
Anexo B5: Exploratory Acquisition of products	42
Anexo C – Aleatorização dos itens	43
Anexo D: Versão 1 do questionário para a selecção de itens	51
Anexo E: Resultado do teste para selecção dos itens.....	56
Anexo F: Itens da escala final	60
Anexo G – Aleatorização dos 50 itens	61
Anexo H - Teste da escala final	62
Anexo H1 – Escala Inicial.....	62

Índice de Figuras

Figura 1 Taxonomia do comportamento variado.....	4
--	---

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Diferenças entre sexos para o factor 1.....	22
Gráfico 2 Diferenças entre sexos para o factor 2.....	22
Gráfico 3 Diferenças entre sexos para o factor 1 - escala reduzida.....	23
Gráfico 4 Diferenças entre sexos para o factor 2 - escala reduzida.....	23

Introdução

Nos dias que correm cada vez mais é frequente que as marcas nos ofereçam uma vasta quantidade de produtos, aumentando desse modo o número de produtos entre os quais temos de escolher. Quantas vezes demos por nós, no nosso restaurante preferido, a tentar pedir um prato diferente do habitual, só porque nos apetece “variá-lo”? Embora muitos de nós se identifiquem com isto, será que gostamos todos de variar em igual modo e nas mesmas situações?

O tema da procura de variedade no comportamento tem vindo a ser estudado em vários contextos para além de Psicologia, nomeadamente em Marketing e Economia.

O conceito de procura de variedade na literatura já foi alvo de várias definições e também várias denominações, tais como sensation-seeking (Zuckerman, Kolin, Price e Zoub, 1964), variety drive, activity-seeking, curiosity drive novelty-seeking, exploratory drive, entre outros (para revisão ver Faison, 1977). No entanto, alguns autores tentaram dissipar esta nuvem de conceitos e fenómenos, como por exemplo Givon (1984), que fornece uma definição de procura de variedade bastante clara. Para este autor o comportamento de procura (ou evitamento) da variedade é o fenómeno que consiste na tendência que conduz o consumidor a alternar entre marcas (ou a manter o consumo), devido à percepção da utilidade da mudança em si aliada à utilidade da marca para a qual vai mudar. Para este autor, a procura de variedade é vista sob a forma de um continuum, sendo que os limites são a tendência extrema para a mudança e a tendência extrema para evitar a mudança.

Importa também mencionar outra definição presente na literatura de Steenkamp e Baumgartner (1992), que vai de encontro à descrição anterior e, estabelece simultaneamente, uma ligação com a teoria do Optimum Stimulation Level. Segundo estes autores, a procura de variedade é um modo de obter estimulação no comportamento de compra ao alternar entre objectos de escolha familiar (e.g. marcas ou lojas) apenas com o objectivo de mudar. Os consumidores, após um processo de simplificação da sua tarefa de tomada de decisão, podem ficar numa situação de tédio o que é causado por um nível de estimulação abaixo do óptimo que adveio do comportamento de compra. Consequentemente, o processo de compra pode ser “complicado” com o comportamento de procura de variedade (Howard & Sheth 1969, cit. por Steenkamp e Baumgartner, 1992).

Por outro lado, McAlister e Pessemier (1982) à luz das inconsistências que existem na definição deste construto, evitam o uso do termo e descrevem o fenómeno estudado por si como os mecanismos que conduzem o indivíduo à realização de comportamentos variados. Estes comportamentos incluem a alternância entre variantes de produtos (alternar entre produtos iguais mas de marcas diferentes ou entre produtos da mesma marca mas de variedade diferentes), entre alternativas de serviços e entre actividades.

Origem do estudo da procura de variedade

Esta área deriva de uma corrente de literatura que foi introduzida em psicologia por Leuba (1955, cit. por Hoyer e Ridgway, 1984) e Hebb (1955) cujas teorias convergem na ideia de que a fonte do comportamento de procura de variedade deriva de uma necessidade interna por estimulação que o indivíduo sente, e que existe igualmente, um nível preferido (ou óptimo) de estimulação. Esta ideia remete para o construto *optimum level of stimulation*, que foi formulado pela primeira vez por Wundt em 1873, com o intuito de explicar a relação entre reacções afectivas e intensidade de estimulação (cit. por Zuckerman, Eysenk & Eysenk, 1978). Ainda assim foi necessário passar quase um século para que este construto passasse a ser mais utilizado pelos teóricos e, conseqüentemente, estudado de um modo mais aprofundado.

Glanzer (1953) nos seus estudos com animais, relatou que os mamíferos possuem uma tendência para demonstrar alternância espontânea em situações de escolha em que as opções diferem entre si. Este autor defende que quando existe uma exposição contínua a um dado estímulo, o organismo fica cada vez menos activo nesse ambiente, o que leva à procura de situações onde seja possível haver mais actividade.

Posto isto, a teoria do *optimum stimulation level* (OSL) ou nível óptimo de estimulação, baseia-se exactamente na interacção entre um sujeito e os estímulos que o rodeiam e postula que o comportamento individual é influenciado pelo desejo intrínseco para a obtenção de um nível específico de estimulação (Berlyne 1960 cit. por Orth & Bourrain, 2005). É defendido que o OSL varia de indivíduo para indivíduo e que quando a estimulação proveniente do ambiente (*arousal*, novidade, complexidade, etc.) sofre um decréscimo, ficando abaixo do nível óptimo, ocorre uma situação de tédio e o indivíduo tenta aumentar o seu input de estímulos (e.g., procura de variedade) de modo a aumentar a estimulação, por outro lado se este nível for muito alto, vão ser realizadas tentativas de simplificar ou reduzir o input de modo a diminuí-lo (Raju, 1980).

O comportamento que um sujeito realiza com o objectivo de modificar a estimulação do meio ambiente na direcção do nível óptimo de estimulação, tem sido denominado na literatura por comportamento exploratório, ou seja, o OSL pode ser atingido através da realização deste tipo de comportamento.

De facto, o interesse pelo estudo do comportamento exploratório iniciou-se com a constatação de que quer as pessoas quer outros animais por vezes realizam actividades que não são biologicamente significativas mas que são percebidas como intrinsecamente recompensadoras embora na ausência de incentivos externos. Tal comportamento pode ser motivado pela antecipação de experiências inovadoras e excitantes, pelo desejo de variedade e mudança e pelo impulso de satisfazer a curiosidade (Berlyne, 1978 cit. por Baumgartner & Steenkamp, 1996). Do mesmo modo, Hebb (1955) defende que a motivação humana está relacionada com uma preferência por acontecimentos excitantes, como por exemplo, a relação entre o medo e a curiosidade, que resulta numa procura de estimulação por parte de objectos que provoquem medo mas a uma distância segura.

Raju (1980) definiu três tipos de comportamento exploratório, *risk taking* que representa o comportamento exploratório que se expressa através de escolhas de alternativas inovadoras e pouco familiares que são percebidas como contendo algum perigo; *curiosity* que envolve a procura exploratória de informação, comunicação interpessoal e até de produtos. Por fim, *variety seeking* ou procura de variedade, que segundo este autor se expressa através da mudança entre alternativas familiares (e.g. mudança entre marcas), e uma certa aversão a comportamentos rotineiros. Em suma, existem evidências que a procura de variedade é um tipo de comportamento exploratório que permite atingir o OSL.

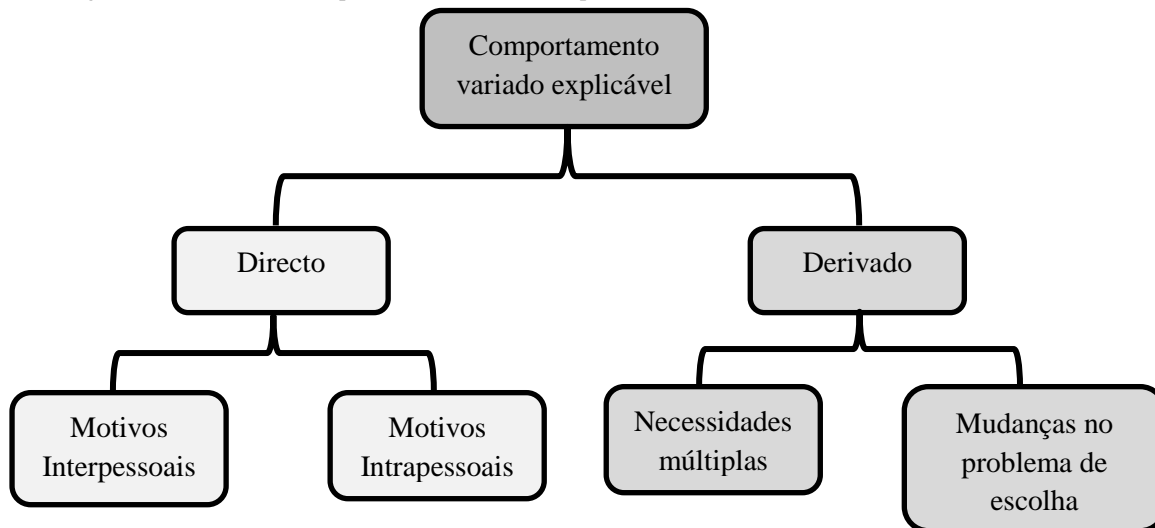
Dois tipos de comportamento de procura de variedade

Segundo McAlister e Pessemier (1982), a taxonomia do estudo sobre o comportamento variado possui duas escolas de pensamento. A primeira considera que este comportamento é inerente ao indivíduo e por isso é inexplicável ou, no caso de ser explicável, é demasiado complexo para ser operacionalizado. Assim sendo, esta escola utiliza modelos matemáticos para explicar a probabilidade da ocorrência de um certo comportamento.

Por seu turno, a segunda escola foca-se na explicação deste comportamento que pode dividir-se em dois tipos: o derivado e o directo. O derivado é aquele que resulta de

forças externas ou internas que não estão relacionadas com a preferência pela mudança, ou seja, este comportamento advém de motivações secundárias. Por exemplo, numa situação de consumo num lar podem existir casos em que pessoas diferentes podem preferir produtos diferentes ou uma mudança de situação leve à escolha de outro produto (e.g.: ter de comprar um produto em maior quantidade devido à realização de

Figura 1 Taxonomia do comportamento variado, adaptado de McAlister e Pessemier, 1982



uma festa e por isso, escolher um produto mais barato) ou até, escolher um tipo de produto consoante o seu propósito (e.g.: lixívia de marca branca vs neoblanc). Por outro lado, as motivações que causam o comportamento variado também podem estar relacionadas com as mudanças no problema de escolha, ou seja, mudanças que ocorrem no conjunto possível de escolha que podem resultar de vários factores tais como, a descontinuidade de certos produtos e a conseqüente criação de novos, a mudança de região ou país, mudanças dos constrangimentos individuais que podem condicionar a escolha (questões de saúde, monetárias, etc.).

No que diz respeito ao comportamento variado directo, é sugerido por vários autores (e.g., Berlyne, 1960 e Fromkin, 1976 cit. por McAlister & Pessemier, 1982) que a motivação deste comportamento pode ir para além dos factores falados anteriormente. Inspirados nesta linha de pensamento, McAllister e Pessemier (1982), defendem que os aspectos relacionados com as mudanças a nível comportamental estão relacionados com forças internas (intrapessoais) e externas (interpessoais) ao indivíduo. Assim, as motivações intrapessoais prendem-se com a necessidade de possuir alternativas que sejam novidade, possibilidade de alternar entre escolhas familiares e aquisição de informação.

Posto isto, é considerado pela literatura que a relação entre o OSL e a necessidade pela novidade explica a aquisição por parte do consumidor de um produto diferente do habitual, pelo risco que isso implica, pois a tendência para favorecer o risco é um motivador para a inovação (Raju, 1980). No caso de alternar entre produtos familiares, não existe uma situação de risco mas, segundo Faison (1977), o nível de estimulação pode sofrer um acréscimo devido ao simples facto de ter havido essa mudança.

McAlister (1979) e Jeuland (1978) criaram dois modelos algo semelhantes onde relacionavam a comportamento variado com o tempo, ou seja, ambos defendem que a realização de comportamentos variados está relacionada com o passar do tempo. A diferença entre ambos os modelos reside no facto de McAlister considerar que são os atributos dos objectos que são acumulados e, por isso, causam saciação. Por outro lado, Jeuland considera que é a experiência acumulada que é tida com os comportamentos que dita as mudanças. Por outro lado, Coombs e Avrunin (1977), com base nos seus estudos na área da psicofisiologia, sugerem que alternar entre produtos familiares, também pode advir do sentimento de saciação face aos atributos de um produto, o que vai causar a necessidade de alternar de modo a que seja possível obter esse sentimento face a um atributo diferente. Num outro estudo, foi verificado que os sujeitos possuem uma fraca preferência por certos estímulos em detrimento de outros e a exposição a estímulos preferidos pode provocar sentimentos dicotómicos: ou aumenta o gosto face aos mesmos ou pode vir a criar aborrecimento (Brickman & D'Amato, 1975). No entanto, importa salientar a ideia de Givon (1984) de que a mudança é uma experiência positiva por si só, independentemente do objecto que é alvo da mesma. Por fim, psicólogos e investigadores da área do comportamento do consumo consideram que a aquisição de informação está ligada ao comportamento variado, isto é, o que motiva escolhas diferentes de entre estímulos conhecidos não dizem respeito a uma necessidade por informação (Hirschman, 1980). Em adição, Raju (1980) acrescenta ainda que a razão para a procura de informação difere consoante o nível ideal de estimulação dos indivíduos: aqueles que possuem níveis elevados procuram mais informação devido a um desejo inato de explorar algo que é novidade e aqueles que possuem níveis reduzidos procuram informação como estratégia para reduzir o risco de experimentar algo desconhecido.

Por sua vez, as motivações interpessoais resultam da necessidade de pertença a um grupo ou de possuir uma identidade individual – a pressão social para o conformismo origina uma necessidade de exprimir a individualidade mas de forma subtil (Fromkin,

1976 cit. por McAlister & Pessemier, 1982). Este autor sugere que os “inovadores” expressam o desejo de se perceberem de forma diferente dos seus pares, ainda que de uma forma socialmente aceite. Por outro lado, o comportamento variado também pode levar a um comportamento de imitação devido à vontade de acompanhar a mudança de comportamento dos pares (e.g. comprar roupa de uma certa marca).

Impacto da procura de variedade no consumo

Existe a noção comum de que a existência de variedade é uma característica positiva (quanto mais por onde se escolher, melhor) e durante muito tempo considerou-se que a variedade de produtos é benéfica para os consumidores, pois existe heterogeneidade de gostos e diferentes níveis de procura de variedade e como tal, as marcas têm de saber responder a isto (Chernev, 2003; Iyengar & Lepper, 2000; Kahn, 1998).

Apesar de alguns autores terem relatado que a variedade traz consequências positivas quer para o consumidor, quer para as marcas, outros conseguiram provar que isto nem sempre acontece e podem existir também consequências negativas associadas à variedade. De seguida, iremos sistematizar em que condições o impacto da procura de variedade pode ser positiva ou negativa.

O lado positivo da variedade

Khan (1998) defende que é benéfico para os consumidores a existência de um largo conjunto de opções que vai possuir a vantagem de que cada consumidor encontra aquilo que procura, apesar das suas diferenças em termos de necessidades e gostos. Por outro lado, devido à saciação, curiosidade e outras necessidades que variam, um consumidor pode vir a procurar variedade entre situações de consumo.

A variedade é bem-vinda para os consumidores que a procuram activamente, dado que é pouco provável que as suas necessidades sejam preenchidas apenas por um único produto. De facto, Lattin e McAlister (1985) consideram que um consumidor que procura variedade possui uma necessidade “compósita”, isto é, tendo escolhido um produto que preenche uma componente desta necessidade, pode mudar para outro produto para preencher outro requisito da mesma. Assim, os *variety seekers* não ficam satisfeitos só com um tipo de produto, logo vão sempre querer um conjunto vasto de produtos.

Por outro lado, existem evidência de que os consumidores consideram que a variedade é mais atractiva, e por isso, são os produtos que apresentam uma maior

variedade têm uma maior probabilidade de levar os consumidores a os adquirirem ou a experimentarem uma amostra dos mesmos. Berger, Draganska e Simonson (2007) reportaram a existência de uma relação positiva entre a variedade e a percepção de qualidade do produto. Num estudo onde utilizaram o contexto de uma prova de chocolate, apresentaram um conjunto de chocolates de duas marcas diferentes (uma que oferecia muita variedade e outra que oferecia pouca) e era pedido aos participantes que escolhessem um e o avaliassem a marca em termos de qualidade e da probabilidade de a comprarem. Estes autores verificaram que os participantes tinham uma maior tendência para escolher os chocolates da marca que apresentava maior variedade e consideravam igualmente que esta possuía melhor qualidade. Em adição, quando era pedido aos participantes que avaliassem o sabor do chocolate, foi registada uma avaliação mais positiva quando o chocolate era da marca que oferecia maior variedade.

Berger e colaboradores (2007) concluíram também que apesar da variedade aumentar a probabilidade de aquisição de um produto, isto acontece até um certo ponto, podendo considerar-se a existência um nível óptimo de variedade, pois quando é ultrapassado pode levar a efeitos negativos.

O lado negativo da variedade

Apesar de à partida a existência de variedade atrair os consumidores, à medida que aumenta, esta pode causar conflito o que pode resultar no adiamento da decisão, ou na procura de outras alternativas, na escolha de uma opção de referência ou simplesmente na não realização de qualquer escolha (Dhar, 1997).

Existem exemplos na literatura que referem a dificuldade que os sujeitos têm em lidar com escolhas complexas (Payne, Bettman & Johnson, 1988), pois à medida que a complexidade aumenta, as pessoas tendem a basear-se em heurísticas que permitam simplificar a informação, pois torna-se impossível identificar e comparar todas as opções disponíveis, devido à quantidade de informação requerida (Heitman, Herrman & Kaiser, 2007).

De facto, a existência de muitas opções pode dar origem ao fenómeno designado por Iyengar e Lepper (2000) por *choice overload* que representa a desmotivação e o evitamento resultante do esforço cognitivo necessário para avaliar um largo conjunto de escolhas. Num conjunto de estudos levados a cabo por estes autores, foi concluído que embora exista uma atracção inicial por um elevado conjunto de escolhas, a sua disposição para adquirir o produto é reduzida, ou seja, o facto de existir “muito por onde

escolher” influencia negativamente a motivação para comprar. Estes autores também verificaram que estudantes universitários obtiveram melhores resultados na escrita de um artigo, quando tiveram de escolher o tema de uma lista reduzida em oposição a uma lista extensiva. Ora, a existência de muita informação vai levar à utilização de heurísticas para ajudar à tomada de decisão o que se reflectirá num menor envolvimento com a escolha feita. Assim, os contextos onde a escolha é limitada permitem a realização de uma decisão mais racional, permitindo escolher a melhor opção.

Por outro lado, os contextos onde a escolha é extensiva, as pessoas podem simplesmente optar pela hipótese mais satisfatória em vez de procurar a opção óptima (Simon, 1956), facilitando a tarefa de tomada de decisão. No entanto, quando deparados com esta situação os sujeitos reportaram uma menor confiança, bem como uma menor satisfação com as suas escolhas, podendo até sofrer algum arrependimento (Gourville & Soman, 2005). Nesta situação pode ficar mais saliente a possibilidade de realizar uma má escolha. Em termos de consumo, isto pode significar que um consumidor ao antecipar um difícil processo de escolha, procure evitar uma marca que possua uma elevada variedade nos seus produtos (Berger, Draganska & Simonson, 2007).

Traço inato ou passível de ser temporariamente activado?

Até agora, tem sido falado da procura de variedade como sendo inerente ao indivíduo mas existem alguns autores como Maimaran e Wheeler (2008) que defendem que esta pode ser temporariamente activada por factores situacionais.

Estes autores trouxeram uma adição muito importante à literatura da procura de variedade, pois realizaram um conjunto de estudos, cujo objectivo era o de apurar qual a influência de um conjunto de formas geométricas simples na procura (ou evitamento) de variedade. Esta era operacionalizada através de uma medida comportamental que consistia na escolha de três chocolates de um conjunto total de quatro diferentes. Assim, testaram se se verificavam comportamentos de procura de variedade a) por atribuírem uma tarefa de contagem com um conjunto heterogéneo de imagens de formas geométricas (processamento activo da imagem), ou b) pelo ambiente circundante possuir uma imagem com um conjunto heterogéneo (processamento passivo da imagem). Em adição também se propuseram a estudar o efeito dos conjuntos homogéneos na probabilidade de ser realizada uma escolha variada. Estes estudos permitiram verificar que uma exposição a um conjunto heterogéneo aumenta a procura de variedade (os participantes tinham uma maior propensão para escolher chocolates

com invólucros diferentes após terem visionado um conjunto heterogéneo); do mesmo modo, os participantes que foram sujeitos a conjuntos homogéneos tenderam para uma escolha de três chocolates com o invólucro igual. Estes fenómenos aconteceram quer em situações em que as imagens eram processadas activamente, quer em situações em que as imagens eram processadas passivamente, ou seja, quer houvesse contacto directo, quer houvesse contacto indirecto com as imagens, foram verificados fenómenos de procura de variedade.

No entanto, e apesar deste contributo relevante, o construto da procura de variedade tem sido maioritariamente abordado como sendo um tendência individual crónica, principalmente nos casos em que existe a tentativa de o medir através de escalas. Na literatura existe um conjunto de diferentes medidas que foram utilizadas ao longo do tempo por vários autores com este mesmo objectivo.

Medidas relevantes presentes na literatura

Face aos conceitos definidos anteriormente e a sua operacionalização na literatura, importa conhecer mais aprofundadamente em que sentido é que as medidas, que foram consideradas relevantes, registaram a sua utilização na tentativa de aceder ao construto da procura de variedade directamente ou de um modo aproximado (e.g., medindo o OSL). Iremos, de seguida, abordar as seguintes escalas: Arousal Seeking Tendency Scale, Sensation Seeking Scale, Exploratory Buying Behavior Tendencies, Maximizing Versus Satisficing e Varseek.

Arousal Seeking Tendency Scale

Desenvolvida por Mehrabian e Russel (1974), a *Arousal Seeking Tendency Scale* tem como objectivo medir o grau de preferência por situações e actividades do dia-a-dia que possuem elevados níveis de estimulação (*arousal*) e informação. Como exemplos de situações abordadas pelas afirmações desta escala tem-se mudança, risco, sensualidade, novos ambientes e estímulos pouco comuns. Estas fontes de estímulo poderão estar presentes em contextos de consumo e, por isso, esta escala é adequada para ser utilizada no contexto do estudo do comportamento do consumidor (Raju, 1980). Esta escala foi também utilizada por este autor para medir o OSL.

Em adição, alguns autores utilizaram esta escala no intuito de aceder ao comportamento de procura de variedade ou na tentativa de perceber a relação entre este dois construtos. Por um lado, Steenkamp e Baumgartner (1992), pretenderam estudar a relação entre o OSL e comportamentos exploratórios específicos, tais como, a procura

de variedade. No seu estudo o estímulo consistia em 22 pratos existentes em restaurantes de *fast food* de entre os quais os sujeitos tinham de escolher um menu para uma semana e constataram que sujeitos com OSL elevado exibem mais comportamentos de procura de variedade (possuíam escolhas de menus com pratos mais variados) em comparação com os sujeitos que possuem um OSL baixo. Nos resultados obtidos, foi verificado que a relação entre o OSL e a medida comportamental da procura de variedade não é significativa, o que reforça o argumento dos autores de que as medidas que apenas se concentram em sequências de compra/escolha (aspectos comportamentais), são fracas para medir o comportamento de procura de variedade.

Do mesmo modo, Menon e Khan (1995), realizaram uma experiência em que os sujeitos teriam de participar em quatro sessões distintas em que teriam de realizar escolhas de entre duas categorias de produto: refrigerantes (a categoria de contexto que possuía três conjuntos diferentes que definiam as três condições de estimulação – sem estimulação, estimulação moderada e estimulação elevada) e aperitivos (apenas um conjunto que representava a categoria alvo, cuja escolha permitiria medir a procura de variedade). Era pedido aos participantes que preenchessem um questionário sobre anúncios de televisão que tivessem em mente e, posteriormente, os refrigerantes e os aperitivos eram oferecidos como recompensa pela participação. Os resultados que obtiveram revelaram que a procura de variedade era menor na condição de estimulação elevada. Em suma, concluíram que que a estimulação presente no contexto determina o impacto da procura de variedade no comportamento, este impacto vai depender fortemente das diferenças individuais face à necessidade de estimulação no geral. Ou seja, indivíduos com elevado OSL necessitam de uma forte manipulação de estimulação do contexto para que o seu comportamento de procura de variedade seja afectado no produto alvo.

Por fim, Michaelidou e Dibb (2009) exploraram o impacto de factores como a procura de variedade e o risco percebido, na propensão para mudar de marca no contexto da compra de vestuário. Neste caso, a procura de variedade foi medida recorrendo a alguns itens da *Arousal Seeking Tendency Scale-I*, verificando-se que os participantes que possuem grande envolvimento com a compra de vestuário (devido à importância que representam para os indivíduos), têm uma maior tendência a alternar entre marcas (o que representa o oposto daquilo que tem sido postulado pela literatura). Também foi verificado que os participantes que demonstravam um nível elevado de preocupação com as possíveis consequências negativas que resultam de uma compra

(i.e. comprar um produto de má qualidade, encontrar uma alternativa mais barata noutra loja, etc) possuem uma maior propensão para alternar entre marcas.

Sensation Seeking Scale

A *Sensation Seeking Scale* (SSS), foi inicialmente desenvolvida por Zuckerman, Kolin, Price e Zoob (1964) com o objectivo de operacionalizar o construto do nível óptimo de estimulação a nível das diferenças individuais, pois defendem que apesar da existência de um nível ideal de estimulação, este vai variar consoante o indivíduo. A versão mais recente possui quatro sub-escalas: a) *Thrill and Adventure Seeking* (TAS), b) *Experience Seeking* (ES), c) *Disinhibition* (Dis) e d) *Boredom Susceptibility* (BS), que se foram mantendo apesar da escala ter sofrido algumas alterações ao longo do tempo por parte dos autores. O exemplo mais recente é o estudo realizado por Zuckerman e colaboradores (1978) em que se focaram no estudo das diferenças culturais entre a Inglaterra e os Estados Unidos da América para validarem uma nova versão desta medida. Obtiveram assim, algumas diferenças entre os sujeitos destes países, nomeadamente na sub-escala ES os homens americanos revelaram pontuações mais elevadas enquanto que os homens ingleses possuíram resultados mais elevados na BS, por outro lado, as mulheres americanas apresentaram no geral, valores mais elevados de *sensation seeking* e nas sub-escalas TAS e ES, quando comparadas com as mulheres inglesas. No que diz respeito à comparação entre países, os homens revelaram valores mais elevados na escala geral.

McAlister e Pessemier (1982) destacaram a SSS como uma das formas de aceder às motivações interpessoais do comportamento de procura de variedade directo.

Em 2002, Hoyle, Stephenson, Palmgreen, Lorch e Donohew, criaram uma versão reduzida da forma V da SSS e com algumas modificações a nível da linguagem para a sua utilização em estudos com adolescentes e jovens adultos que López-Bonilla e López-Bonilla (2008) utilizaram no contexto das compras online. O seu objectivo era analisar a relação entre a procura de sensações e a compra de produtos de lazer na Internet e que diferenças existem entre as pessoas que realizam compras online e as que não utilizam essa modalidade de compra. Com este estudo, observaram que independentemente de serem compradores online, os sujeitos tiveram pontuações elevadas na sub-escala *experience seeking* (e.g. Gosto de explorar sítios estranhos); também foi relatado que as diferenças de pontuações nas sub-escalas aconteceram apenas em sujeitos do sexo feminino.

Exploratory Buying Behavior Tendencies

Baumgartner e Steenkamp (1996), focaram-se no estudo do comportamento exploratório de compra pois consideram que tem havido pouca investigação sobre este tópico e, conseqüentemente, uma conceptualização vaga deste construto o que poderá ter levado aos maus resultados obtidos aquando da tentativa de medir as diferenças individuais face a este tipo de comportamento. Finalmente, consideram também que existe pouco conhecimento sobre a relação de tendências exploratórias de compra com outros construtos (à excepção do OSL) e também com os comportamentos exploratórios de consumo. Deste modo, desenvolveram um instrumento com o objectivo de aceder às diferenças individuais no que concerne a disposição para realizar duas formas de comportamento de compra exploratório, a aquisição exploratória de produtos (*Exploratory Acquisition of Products* - EAP) e a procura exploratória de informação (*Exploratory Information Seeking* - EIS). A primeira forma reflecte a tendência por parte do consumidor de procurar estimulação sensorial no acto de compra, através da realização de escolhas inovadoras que podem conter algum risco e da mudança a nível da experiência de consumo. A procura exploratória de informação recai na tendência de obtenção de estimulação cognitiva através da aquisição de informação relacionada com o consumo mas apenas por pura curiosidade.

Com este estudo foi-lhes permitido perceber que existe uma relação forte entre a EBBT e o OSL, sendo que esta relação era mais forte com sub-dimensão aquisição exploratória de produtos, revelando a sua associação com a procura de estimulação sensorial, como por exemplo a disposição para correr riscos, inovação intrínseca e tolerância à ambigüidade. Em adição, esta sub-dimensão também demonstrou possuir uma correlação com o comportamento de procura de variedade que foi medido pelos autores através de uma medida comportamental. Por outro lado, a sub-dimensão procura exploratória de informação não demonstrou estar correlacionada com esta variável.

Baumgartner e Steenkamp (1996) sugerem que comportamentos tão diversos como a procura de variedade, sujeição ao risco e procura de informação motivada pela curiosidade, partilham uma característica comum no sentido em que fornecem experiências estimulantes e são motivados pelo desejo de regular o nível de estimulação para um mais preferencial.

A sub-escala de comportamento de compra exploratório foi utilizada por Van Trijp, Hoyer e Inman (1996) para aceder ao construto de necessidade de variedade (*need for variety*¹) que fazia parte de um conjunto de dimensões que, segundo estes, permitiam aceder a esse construto. Estes autores pretendiam perceber que tipo de características dos produtos (envolvimento, frequência de compra, diferenças percebidas entre marcas, características hedónicas, força da preferência, historial de compra) estimulam o comportamento de procura de variedade. Assim, participaram no seu estudo 1000 lares via internet, onde teriam de responder a perguntas relacionadas com a procura de variedade tendo como alvo quatro tipos de produtos.

No que diz respeito aos resultados encontrados, foi verificado que uma maior necessidade de variedade se reflecte numa tendência para efectuar comportamentos de troca o que segundo os autores, pode dever-se a uma elevada necessidade de estimulação e a um menor risco percebido face à troca. Também foi constatado que uma maior frequência de compra (e.g. um lar com 3 pessoas vs um lar com 5 pessoas) reduz a tendência de procura de variedade o que vai no sentido oposto daquilo que à partida se poderia esperar pois seria de esperar que ao existirem mais pessoas, existiria uma tendência para a variedade no sentido de ir de encontro às várias necessidades. Os autores sugerem que a explicação para este facto pode estar relacionada com um efeito negativo da repetição da compra na procura de variedade. Por fim, também foi constatado que os participantes demonstraram uma menor tendência de procura de variedade quando a compra anterior tinha sido uma repetição. Van Trijp e colaboradores (1996), consideram que a repetição pode ser uma reflexão de um comportamento de lealdade a uma marca, reduzindo a propensão para comportamentos de procura de variedade.

Maximizing Versus Satisficing

Esta medida foi desenvolvida por Schwartz, Ward, Monterosso, Lyubomirsky, White & Lehman (2002) com o objectivo de perceber as diferenças entre duas categorias de pessoas, sugeridas pelos próprios (os *maximizers* e os *satisficers*), num contexto de tomada de decisão. Segundo estes autores, para um *maximizer*, a existência de muitas escolhas representa um problema pois, este nunca tem a certeza de ter tomado a melhor

¹ Apesar de lhe atribuírem esta designação, a definição dada coincide com o que já foi apresentado anteriormente como procura de variedade: “a consumer’s tendency to seek sensory stimulation in product purchase through risky and innovative product choices and varied and changing purchase or consumption experiences” (p. 285).

escolha (*maximizing choice*) sem ter examinado todas as alternativas e caso isso seja impossível, este desiste e toma uma decisão mas permanece sempre a dúvida se deveria ter continuado a pesquisar mais. Assim, quanto maior for o número de opções, menor será a probabilidade de atingir a maximização, havendo a possibilidade de existir uma situação de arrependimento. Por outro lado, um *satisficer* é aquele que quando toma uma decisão procura por algo que seja bom o suficiente. A adição de novas opções ao contexto onde foi escolhido algo suficientemente bom não vai surtir efeitos no sujeito e estas novas opções podem simplesmente ser ignoradas. Este tipo de critério faz com que haja uma menor tendência para o arrependimento, no caso de surgir uma opção melhor do que aquela. No caso de não haver nenhuma opção satisfatória, as novas opções vão permitir encontrar algo que seja suficientemente bom, havendo por isso um risco mínimo de ser tomada uma má decisão por parte de um *satisficer*.

Após a construção e validação da sua medida Schwartz e colaboradores (2002), utilizaram-na em três estudos distintos: o primeiro pretendia explorar a relação entre as tendências de maximização e comparação social, arrependimento e contentamento no contexto de tomada de decisão face à compra de produtos; o segundo focava-se no mood e auto-avaliação dos maximizers vs satisficers e o terceiro centrava-se em dois objectivos, o de perceber a relação da disposição de maximizar com o comportamento real de tomada de decisão e o de explorar a relação entre a maximização e o arrependimento. No geral, reportaram correlações positivas entre a maximização e as dimensões arrependimento, perfeccionismo e depressão. Também foram encontradas correlações negativas entre a maximização e a felicidade, optimismo, satisfação com a vida e auto-estima, sugerindo assim que os *maximizers* possuem uma maior tendência para a comparação social do que os *satisficers*.

É de salientar que os sujeitos não têm de se situar num dos extremos da maximização, sendo que a sua diferenciação dá-se ao longo de um espectro. Também é considerado pelos autores que é possível que os sujeitos sejam *maximizers* em apenas alguns domínios, daí a escala ter sido criada com uma certa neutralidade face a domínios.

Posto isto, torna-se evidente que as dimensões medidas nesta escala, surgem no contexto de estudos empíricos da variedade, tal como foi verificado por Simon (1956) e Gourville e Soman (2005), por exemplo. Como foi discutido anteriormente, a existência de variedade pode levar a dois cenários distintos como são o arrependimento face à escolha feita por não ter sido possível avaliar de forma eficiente todas as opções

(*maximizer*) ou por outro lado, o de adoptar uma atitude de procurar uma opção satisfatória sem ter que analisar exaustivamente todas as opções (*satisficer*).

Varseek

Van Trijp e Steenkamp (1992), partiram da premissa de que os estudos onde a procura de variedade é medida apenas tendo em conta o comportamento observado, não permitem isolar a motivação que conduziu à procura de variedade de outro tipo de motivações possíveis, tais como, necessidades múltiplas e mudanças nos constrangimentos (e.g. McAlister e Pessemier, 1982). Embora a motivação que conduz à procura de variedade não possa ser isolada da componente comportamental, estes autores consideram que seria mais vantajoso medir a procura de variedade directamente. Assim, construíram a *Varseek* que permite aceder a este construto mas apenas no contexto da alimentação. Segundo estes autores, o construto inerente a esta escala é “*The motivational factor that aims at providing variation in stimulation through varied food product consumption, irrespective of the instrumental or functional value of the food product alternatives*” (p. 185). Esta medida possui uma relação com o OSL, possuindo um maior poder preditivo que este construto.

Van Trijp e Steenkamp (1992) consideram que a procura de variedade tem implicações no desenvolvimento de estratégias de marketing e que a sua escala deve ser utilizada nesta área por medir directamente a tendência de procura de variedade por parte dos consumidores, visto que consegue quantificar este construto, o que não acontece com as medidas comportamentais.

Tendo em conta as medidas supracitadas, é possível constatar que não existe uma medida geral para aceder às tendências individuais de procura de variedade, existindo apenas uma que o faça no contexto específico do consumo de produtos alimentares. Apesar de se verificar uma utilização de alguns instrumentos no sentido de medir este construto, cada uma delas, pelas suas características específicas, comporta-se de forma diferente e, conseqüentemente, os sujeitos também não lhes respondem da mesma forma. Assim, tendo em conta o trabalho realizado por Van Trijp e Steenkamp (1992), bem como todas as medidas que até agora surgiram na tentativa de aceder a este construto ou num contexto onde o mesmo é utilizado, torna-se relevante colmatar a inexistência de uma escala que meça o construto de uma forma geral.

Por outro lado, as medidas comportamentais que consistem em tarefas de escolha, que são utilizadas na maioria dos estudos apresentados anteriormente, (e.g. Berger et al., 2007; Heitman et al., 2007; Iyengar e Lepper, 2000) não acedem directamente às tendências individuais de procura de variedade e, dado que se trata de um conceito tão estudado, a criação de uma escala se foque nessas tendências pode tornar-se uma mais-valia para complementar essas medidas comportamentais, em estudos futuros.

Deste modo, considera-se que a utilização de medidas já validadas para este propósito será uma mais-valia por representarem um largo espectro de actividades e situações com as quais os sujeitos terão facilidade em se identificar. O presente trabalho tem como principal objectivo a criação de uma escala que aceda de uma forma directa à tendência intrínseca individual da procura de variedade. Pretende-se também a sua validação de forma a que esta seja passível de ser aplicada em estudos futuros.

Método

Definição do construto

O construto inerente à construção desta escala pode ser definido como a tendência intrínseca que conduz à variação na estimulação através de um comportamento variado que se irá reflectir no consumo de produtos e na realização de actividades, independentemente do número de alternativas existentes.

Medidas²

Tabela 1 Síntese das medidas abordadas

Características da escala			Características psicométricas			
Escala	Nº itens	Sub-escalas	Sistema de resposta	Consistência interna da escala	Consistência interna das sub-escalas	Autores
Arousal Seeking Tendency I	40	-	Escala tipo Likert 9 pts	.87	-	Mehrabian e Russell, 1974;
Sensation Seeking Scale II	54	-	Díades escolha forçada	.68-.74	-	Zuckerman et al., 1964
Varseek	8	-	Escala tipo Likert 5 pts	.93	-	Van Trijp & Steenkamp, 1992
Exploratory Buying Behavior Tendencies	20	EAP, EIS	Escala tipo Likert 9 pts	-	EAP=.85 EIS=.83	Baumgartner e Steenkamp, 1996
Maximizing vs Satisficing	42	Maximizing scale; Regret Scale	Escala tipo Likert 7 pts	-	MS=.71 RS=.67	Schwartz et al., 2002

Pré-teste

Participantes

Para a realização deste pré-teste recorreu-se recorrendo a uma amostra não-probabilística casual de 10 estudantes universitários com uma média de idades de 22.3 anos (DP=.67). Os participantes eram cegos ao objectivo deste trabalho de modo a não colocar em causa a sua adequabilidade para aceder a este construto de forma não enviesada.

² Consultar ficha técnica das escalas no Anexo A

Material

De modo a seleccionar os itens relevantes para a medição do construto da procura de variedade, fez-se uma recolha de literatura das escalas que têm sido utilizadas com este propósito, enumeradas anteriormente. Após esta recolha, procedeu-se à tradução para a língua portuguesa e à uniformização para que cada afirmação possa ser medida através de uma escala de 7 pontos ancorada em discordo totalmente e concordo totalmente.

Uma vez que esta selecção resultou num número de itens consideravelmente elevado (143), foi necessário proceder à sua redução com o auxílio da amostra descrita anteriormente.

De modo a evitar o efeito de ordem de material, existiam duas versões do questionário com diferentes aleatorizações (Anexo C) dos itens que foram realizadas com recurso ao site *randomizer.org*.

Procedimento

Foi solicitado aos participantes para colaborarem num estudo em que preenchiam um questionário em papel (Anexo D), que pretendia catalogar uma série de afirmações consoante ilustram o conceito de procura de variedade, preferência por estabilidade ou não se encontravam relacionadas com os dois conceitos anteriores. Assim, era-lhes fornecida uma definição de variedade e outra de estabilidade na qual se deviam basear para realizarem as suas decisões. A existência destas definições permitem minimizar o risco de enviesamento face à avaliação das afirmações.

Resultados do pré-teste

Das respostas obtidas, foram filtrados os itens que preenchiam o requisito de que pelo menos 50% da amostra considerava que se tratava de uma afirmação que representava uma situação de variedade. Deste modo, obteve-se uma redução considerável para 50 itens, dos quais 15 foram invertidos de modo a evitar respostas tendenciais. Estes itens foram posteriormente associados a uma escala de 7 pontos como a que foi descrita anteriormente (Anexo F).

Teste do instrumento

Participantes

Participaram voluntariamente, neste estudo, 650 estudantes universitários, com idades compreendidas entre 17 e 62 ($M=24.98$; $DP=7.49$) em que 65.2% são do sexo

feminino. Os cursos mais representativos nesta amostra foram os de Psicologia (9.7 %), Sociologia (12.9 %), Gestão(10.6 %) e Economia (5.1 %).

Material

Os itens utilizados para este questionário resultaram da selecção supramencionada e foram aleatorizados (Anexo G) recorrendo ao site *randomizer.org* sendo posteriormente inseridos na ferramenta de desenvolvimento de questionários online da plataforma *GoogleDocs*.

Procedimento

Os participantes foram contactados via redes sociais e e-mail geral do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, sendo que a maioria foi contactada desde modo, dado que ao enviar um e-mail para todos os alunos do ISCTE-IUL, é-nos permitido um contacto com um grande número de participantes num curto espaço de tempo.

Na primeira página do questionário, era solicitado aos sujeitos para participarem num estudo sobre procura de variedade, sendo fornecido o link que redireccionava para o questionário online no qual era feita uma breve introdução onde era dito aos participantes que se pretendia testar um instrumento que “*permita encontrar o melhor modo de medir a forma como as pessoas diferem a nível da procura de variedade ou de estabilidade no seu dia-a-dia*”. Em adição também era fornecido um exemplo de modo a contextualizar o conceito de procura de variedade com o objectivo de eliminar a subjectividade na interpretação deste. Era também sublinhado que não existiam respostas certas nem erradas e por fim, era solicitado aos participantes que preenchessem alguns dados por forma a ser possível caracterizar a amostra (Idade, Sexo, Curso e Ano). Na página seguinte, era apresentada a escala de resposta e os primeiros 25 itens da escala e na última página os últimos 25 itens, bem como o botão para submeter as respostas. Quando as respostas eram submetidas, aparecia uma janela a agradecer a participação no estudo: “*Os seus dados foram recolhidos com sucesso. Muito obrigada pela sua participação!*”

Resultados

Análise factorial inicial

Recorreu-se a uma análise factorial para verificar a existência de factores subjacentes às relações entre os itens, a partir dos quais pode definir a organização dos itens em sub-escalas. Para tal, utilizou-se o programa estatístico SPSS para análise dos dados. Assim, foi realizada uma primeira análise factorial com rotação *Direct Oblimin* com todos os itens. A solução inicial foi um conjunto de quatro factores com *eigenvalues* superiores a 1. De seguida foi repetida a análise factorial fixando, a priori, de modo a que se obtivesse uma solução de quatro factores. Do total de itens, 18 não saturaram em nenhum dos factores, indicando que as respostas a esses itens têm mais variância de erro (aleatória) do que variância sistemática. Portanto, estes itens devem ser eliminados da escala.

Análise factorial após remoção de 18 itens

Com esta terceira análise factorial feita com os 32, itens forçando novamente uma solução com 4 factores, verificou-se que um deles não possuía *eigenvalue* superior a 1. Assim, a análise foi realizada novamente mas, desta vez, forçando a saturação dos itens em 3 factores. À semelhança do que aconteceu nas análises iniciais, 2 itens não saturaram em nenhum dos três factores e portanto foram eliminados.

Análise factorial com 30 itens

Com a realização desta análise factorial, foi novamente necessário reduzir o número de factores, pois um dos três factores, possuía *eigenvalue* inferior a 1. Assim, com a solução de dois factores, observou-se que quatro itens não saturavam em nenhum deles, tendo sido removidos e a análise foi novamente realizada.

Análise factorial com 25 itens

Foi então realizada uma análise fixando, a priori, o limite de dois factores a serem extraídos. Os dois factores explicam aproximadamente 31% da variância. A análise de conteúdo dos itens de cada factor mostra que o factor 1 representa a procura de novas sensações no dia-a-dia ou uma necessidade de quebra da rotina e que o segundo factor representa a procura de variedade no consumo (Anexo H).

Análise de fidelidade – consistência interna

Ambos os factores possuem coeficientes de consistência interna acima de .80 ($\alpha=.84$ para o factor 1 e $\alpha=.83$ para o factor 2). Este resultado indica que o conjunto dos itens têm boa fidelidade para medir os factores obtidos.

As análises de fidelidade foi complementada com a análise da correlações inter-item dos 16 itens constituintes do factor 1 na qual podemos verificar que todos possuem valores acima de .4 (sendo que 2 possuem valores acima de .60) e apenas três possuem valores na ordem de .30 (Anexo H).

Relativamente às correlações inter-item dos 10 itens do factor 2, observou-se que apenas 2 possuem valores na casa de .30, sendo que os restantes registaram valores acima de .40 (sendo que quatro deles verificaram valores acima de .60).

Criação de uma versão reduzida

Face aos resultados obtidos anteriormente decidiu-se construir uma versão reduzida da escala e analisar a sua fidelidade. Assim, foram escolhidos os 5 itens de cada factor que possuíssem os melhores loadings com base nos quais foi realizada uma nova análise factorial fixando, a priori, o limite de dois factores. O factor 1 reflecte a procura de variedade na alimentação e o factor 2 reflecte a procura de variedade no quotidiano (Anexo I).

Análise de fidelidade – consistência interna da versão reduzida

O factor 1 revelou um coeficiente de consistência interna de .84 enquanto que o factor 2 obteve um valor de .761. Estes valores atestam a boa fidelidade da medida.

Esta análise também permitiu verificar que as correlações inter-item dos 5 itens constituintes do factor 1 possuem valores acima de .50, o mesmo acontecendo com 4 dos 5 itens do factor 2, sendo que o outro item possuiu um valor na casa de .40.

Teste de diferenças entre os dois factores para a escala inicial

Foi igualmente realizado um teste t de student para a diferença de médias de duas amostras emparelhadas de modo averiguar se existem as diferenças existentes entre ambos os factores são estatisticamente significativas.

Assim, não foram verificadas diferenças estatisticamente significativas entre os dois factores para todos os sujeitos $t(649)= 0.29$; $p= .776$, o que também aconteceu para os sujeitos do sexo feminino $t_{mulheres}(423)= -1.87$; $p = .063$.

Por outro lado, para os sujeitos do sexo masculino foram verificadas diferenças estatisticamente significativas $t_{\text{homens}}(225) = 3.39; \rho = .001$, ou seja, estes veem os dois factores como representantes de fenómenos diferentes.

Com estes resultados também foi possível verificar que existem correlações moderadas entre as ambos os factores para todos os participantes no geral ($R = .46; \rho < .001$), para as participantes do sexo feminino ($R = .41; \rho < .001$) e para os participantes do sexo masculino ($R = .57; \rho < .001$).

Diferenças entre sexos para a versão inicial da escala

No que diz respeito às respostas dos participantes, observou-se que face ao factor 1 (procura de novas sensações no dia-a-dia) não existem diferenças estatisticamente significativas entre os homens e as mulheres $t(648) = 1.80; \rho = .072$ (gráfico 1). Por outro lado, no caso do factor 2 - procura de variedade no quotidiano, foram verificadas diferenças estatisticamente significativas $t(648) = -2.01; \rho = .045$. Sendo que os sujeitos do sexo feminino revelam valores mais elevados, demonstrando uma preferência pela variedade no contexto da alimentação (gráfico 2).

Gráfico 1 Diferenças entre sexos para o factor 1

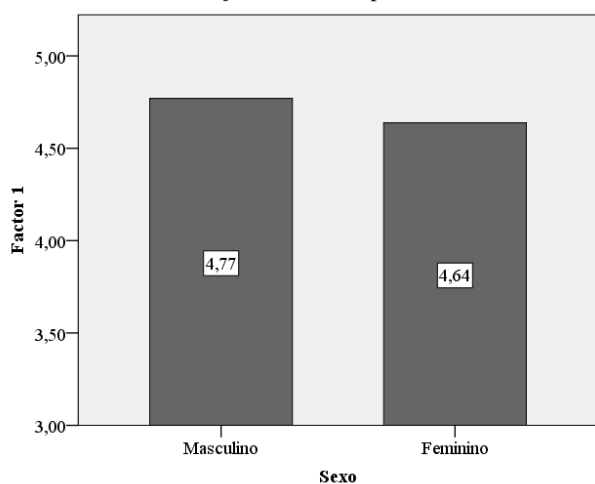
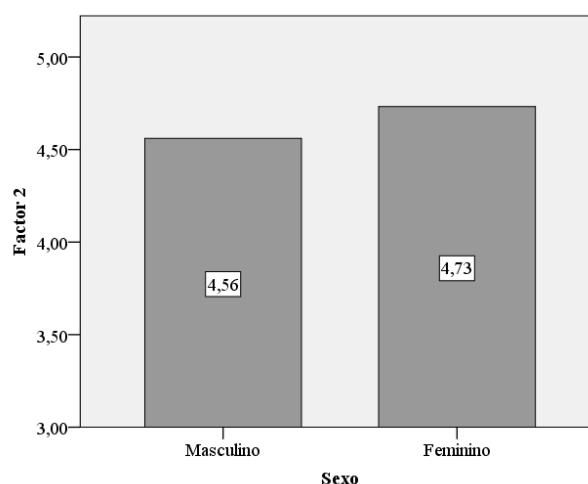


Gráfico 2 Diferenças entre sexos para o factor 2



Teste de diferenças entre os dois factores na escala reduzida

Foi igualmente realizado, para a escala reduzida, um teste t de student para a diferença de médias de duas amostras emparelhadas, no sentido de averiguar se as diferenças entre os dois factores são estatisticamente significativas.

Assim, não foram verificadas diferenças estatisticamente significativas entre os dois factores para todos os sujeitos $t(649) = -1.04; \rho = .297$, o que também aconteceu para os

sujeitos do sexo masculino $t_{\text{homens}}(225) = 1,079$; $\rho = .282$. Para os sujeitos do sexo feminino, registaram-se diferenças significativas de um modo marginal: $t_{\text{mulheres}}(423) = -1,89$; $\rho = .058$, revelando que estes percebem ambos os factores como representantes de situações diferentes.

Com estes resultados também foi possível verificar que existe correlação fraca entre as ambos os factores para todos os participantes no geral ($R = .38$; $\rho < .001$) e para as participantes do sexo feminino ($R = .31$; $\rho < .001$), existindo no entanto uma correlação moderada para os participantes do sexo masculino ($R = .52$; $\rho < .001$).

Diferenças entre sexos para a escala reduzida

No que diz respeito às respostas dos participantes à escala reduzida também se observou que, face ao factor 1 (procura de variedade na alimentação) existem diferenças estatisticamente significativas entre ambos os sexos $t(648) = 2,13$; $\rho = .034$. Ao contrário daquilo que foi registado com a versão inicial da escala, os homens possuem, em média, valores mais elevados que as mulheres, revelando que possuem uma maior (gráfico 5) disponibilidade para procurar experiências variadas no que diz respeito à alimentação.

No caso do factor 2 (procura de variedade no quotidiano), não existem diferenças estatisticamente significativas $t(648) = -.27$; $\rho = .786$ entre homens e mulheres face à variedade em vários aspectos do dia-a-dia (gráfico 6).

Gráfico 4 Diferenças entre sexos para o factor 1 - escala reduzida

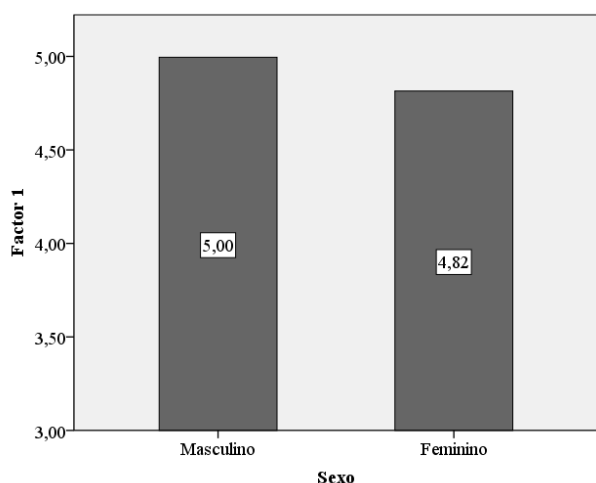
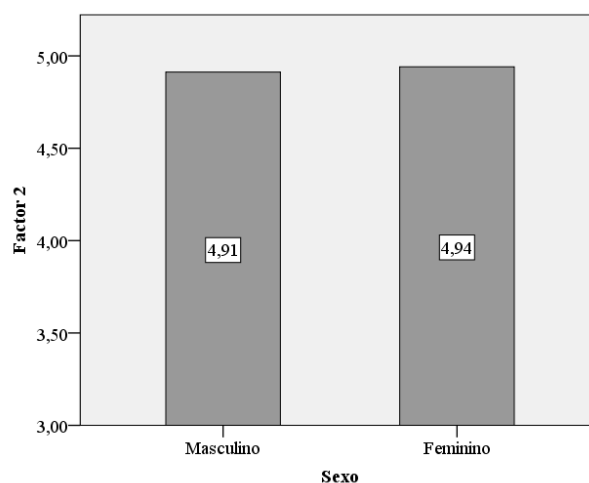


Gráfico 3 Diferenças entre sexos para o factor 2 - escala reduzida



Discussão

Este trabalho teve como objectivo a criação de um instrumento que conseguisse medir as diferenças individuais no que diz respeito às motivações do comportamento de procura de variedade. Este conceito pode ser definido como uma alternância entre produtos ou serviços para satisfazer uma necessidade de nova estimulação.

De facto, este comportamento tem sido muito estudado mas sempre através de medidas comportamentais (aquelas que apenas registam o comportamento), deixando de parte os aspectos psicológicos inerentes aos comportamentos dos indivíduos. Ora as medidas que apenas se concentram nos aspectos mais comportamentais podem ser fracas para medir o comportamento de procura de variedade por não medirem o lado intrínseco deste comportamento (Pessemier & Handelsman, 1984).

A importância da criação de uma medida deste tipo prende-se com a lacuna existente na literatura que apenas foi ligeiramente compensada pelo trabalho de Van Trijp e Steenkamp (1992) que criaram uma escala para aceder à procura de variedade no contexto da alimentação. O presente trabalho pretende colmatar esta lacuna com o desenvolvimento de uma medida forte que possa vir a ser utilizada e aperfeiçoada em estudos futuros.

Outro objectivo principal deste trabalho prende-se com o afastamento da tendência geral da literatura para se focar no comportamento observável que secundariza as tendências que se encontram inerentes aos indivíduos.

A escala presentemente concebida inova no sentido em que tem o objectivo de medir a procura de variedade como um construto geral que varia de indivíduo para indivíduo.

O facto de se conseguir medir as tendências de quem procura variedade é o contributo da psicologia para o desenvolvimento de estratégias que optimizem a experiência de consumo do cliente e que, ao mesmo tempo, cumpram os objectivos de venda ou de abrangência face ao público-alvo que a marca pretende para os seus produtos.

Face às medidas que foram consideradas mais relevantes e que posteriormente foram utilizadas para a construção desta nova escala, a vantagem é que esta foi criada especificamente para aceder ao construto de procura de variedade, o que não acontecia com a maioria das escalas utilizadas. Entre elas talvez a mais relevante será a Sensation Seeking Scale (Zuckerman et al., 1964), pois foi postulado (e.g. Van Trijp 1995) que quem procura variedade pode ser quem procura mais sensações, no entanto estes

conceitos não se podem confundir, pois a procura de variedade será apenas uma consequência da procura de sensação e não apenas um sinónimo. A presente medida foi igualmente concebida para possuir a capacidade de medir o construto de uma forma geral, ou seja, em vários contextos do consumo e não só. Isto não acontece com a Varseek (Van Trijp & Steenkamp, 1992), a única escala registada com o propósito semelhante ao nosso, mas que foi criada com o objectivo de medir as diferenças individuais a nível da procura de variedade apenas no contexto específico da alimentação.

Em adição, consideramos que se trata de uma medida cujo processo de administração aos participantes é simples podendo ser utilizada em diversos contextos experimentais.

Os resultados obtidos permitiram verificar a existência de duas sub-escalas: uma que diz respeito à procura de variedade no contexto da alimentação e outra que diz respeito à procura de variedade em várias situações do dia-a-dia. Da amostra que participou no estudo online em que foi administrada esta escala, foi possível verificar que, na versão completa da escala os homens revelaram diferenças significativas a nível dos dois factores, querendo isto dizer que eles percebem as duas sub-escalas como diferentes. Ora, tal evidência poderá significar que é possível medir diferenças individuais a vários níveis da procura de variedade ainda que utilizando apenas uma escala geral. Também foi verificado que os homens e as mulheres divergem quanto à procura de variedade em situações do dia-a-dia, sendo que estas últimas registam valores mais elevados nestes itens revelando que possuem uma maior preferência por variedade no contexto específico da alimentação. Este resultado permite-nos verificar que é possível determinar diferenças entre sujeitos com a utilização desta escala.

Em adição, também foi realizada uma análise para uma versão reduzida desta medida onde também foram obtidos dois factores (o primeiro referente à alimentação e o segundo respeitante à procura de variedade no quotidiano). Neste caso verificou-se que as mulheres percebem tais factores como representantes de duas situações distintas, ainda que de uma forma vestigial. Em termos do factor de procura de variedade na alimentação, foi verificado que existem diferenças entre homens e mulheres, sendo que, ao contrário do que foi verificado na versão completa da escala, os primeiros possuem valores mais elevados, revelando que estes dão maior importância à procura de variedade no contexto da alimentação. Esta diferença poderá estar relacionada com o tipo de itens que constituem esta versão da escala, no sentido em que podem representar tipos de situações com que os homens se identifiquem menos, comparativamente com

aqueles que constituíam a versão final da nossa medida. Estes resultados são interessantes e levam-nos a crer que os objectivos da construção da escala foram atingidos de uma forma geral, no entanto, não dispensam o aprofundamento em estudos futuros

Este estudo permitiu também perceber que os itens da Varseek (Van Trijp e Steenkamp, 1992) são bastante fortes, e assim, os itens actuais da medida aqui apresentada devem ser mantidos, mas consideramos que seria vantajoso desenvolver um estudo utilizando entrevistas e questionários onde fosse possível obter afirmações mais representativas das actividades em que os indivíduos procuram variedade. Esta tarefa poderia ser realizada através de entrevistas ou questionários. A razão para esta sugestão prende-se com o postulado por Faison (1984) que defende que é possível haver a procura de variedade numa classe de produtos e noutra não, daí consideramos que seria importante que esta medida possuísse sub-escalas correspondentes a vários contextos.

O facto da construção desta medida estar assente na ideia de que a procura de variedade pode ser um traço inato, não invalida o facto deste construto poder ser um traço crónico. Assim, em investigações futuras seria interessante tentar perceber se as respostas dos indivíduos variam numa situação experimental semelhante àquela realizada por Maimaran e Wheeler (2008), cujo objectivo era o de influenciar a procura de variedade dos indivíduos. Ou seja, o facto de perceber se esta escala é sensível às mudanças individuais, seria um acréscimo positivo à literatura desta área. Do mesmo modo, a utilização desta escala em conjunto com uma medida comportamental, poderia possibilitar a obtenção de dados mais fiáveis, permitindo estabelecer uma potencial ligação entre o comportamento observável e a sua causa.

Seria também relevante avaliar a estabilidade de construto (administrar à mesma amostra em 2 períodos distintos) e aprofundar alguns factores como a validade discriminante, através da utilização num estudo desta escala em simultâneo com outras escalas relevantes como a Sensation Seeking Scale (Zuckerman et al., 1964) ou a Arousal Seeking Tendency (Mehrabian e Russell, 1974).

Face às limitações desta medida, deparamo-nos com o facto desta não ir de encontro a todos os aspectos do consumo, ou seja, a escala para ser, de facto, geral terá de incluir um maior número de itens, no sentido de ir de encontro a várias situações gerais de consumo.

No que diz respeito às implicações, o presente estudo pretende medir um construto que pode ter uma grande influência no comportamento de um consumidor. Logo,

perceber as tendências do público-alvo de um dado produto pode ser um factor com muito peso no resultado que os vendedores queiram atingir. A utilização desta escala poderia tornar-se numa adição importante aos estudos de mercado. Pois, segundo (Lattin & McAlister, 1985), os consumidores com elevada procura de variedade não ficam saciados com apenas um produto do conjunto da categoria, sendo que será um portfólio de produtos que cumprem as suas necessidades. Estes sujeitos estarão também mais receptivos a novas ofertas por parte das marcas.

Finalmente, à luz dos resultados obtidos esperamos que esta medida tenha sido um acrescento relevante à literatura em psicologia dedicada ao consumo, bem como à literatura da área do consumo no geral. Esperamos também que venha a ser um contributo útil a outros investigadores.

Referências Bibliográficas

- Baumgartner, H. & Steenkamp, J. (1996). Exploratory consumer buying behavior: Conceptualization and measurement. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), p121-137.
- Berger, J., Draganska, & M., Simonson, I. (2007). The Influence of Product Variety on Brand Perception and Choice. *Marketing Science*. 26, 460-472.
- Brickman; P. & D'Amato, B. (1975). Exposure Effects in a Free-Choice Situation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32(3). 415-420.
- Chernev, A. (2003). When More is Less and Less is More: The Role of Ideal Point Availability and Assortment in Consumer Choice. *The Journal of Consumer Research*, 30, 170-183
- Coombs, H.; & Avrunin, G. (1977). Single Peaked Functions and Theory of Preference. *Psychological Review*, 84, 216-230.
- Faison, E. (1977). The Neglected Variety Drive: A Useful Concept for Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 4, 172-175
- Givon, M. (1984). Variety Seeking Through Brand Switching. *Marketing Science*, 3, 1-22.
- Glanzer, M. (1954). Stimulus satiation: an explanation of spontaneous alternation and related phenomena. *Psychological review*, 60(4), 257-268
- Gourville, J.,T., Soman, D. (2005). Overchoice and Assortment Type: When and Why Variety Backfires. *Marketing Science*, 24, 382–395
- Hebb, D. (1955). Drives and the C.N.S. (Conceptual Nervous System). *Psychological Review*, 62, 243-54.
- Heitmann, M., Herrmann, A. & Kaiser, C. (2007). The Effect of Product Variety on Purchase Probability. *Research Institute for Business Metrics and Audi Lab for Marketing Research*. 1, 111-131
- Hirschman, E.C. (1980), Innovativeness, novelty seeking, and consumer creativity. *Journal of Consumer Research*, 7, 283-295.
- Hoyer, W. & Ridgway. N (1984) Variety seeking as an explanation for exploratory behaviour: a theoretical model. In T.C. Kinnear (Ed.), *Advances in Consumer Research*, 11, 114–119. Association for Consumer Research: Provo, UT.

- Hoyle, R., Stephenson, M., Palmgreen, P., Lorch, E. & Donohew, R.(2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation seeking. *Personality Individual Differences*, 32, 401–414.
- Iyengar, S., S., Lepper, M., R. (2000). When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing?. *Journal of Personality and Social Psychology*. 79, 995–1006
- Kahn, B. (1995). Consumer Variety Seeking among Goods and Services: An Integrative Review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2(3) 139-148.
- Kahn, B. (1998). Dynamic relationships with customers: high variety strategies. *Journal of Academic Marketing Science*. 26(1) 45–53.
- Lattin, J., M., McAlister, L. (1985). Using a Variety-Seeking Model to Identify Substitute and Complementary Relationships Among Competing Products. *Journal of Marketing Research*, 22, 330-39
- López-Bonilla, J.M. & López-Bonilla, L.M. (2008). Sensation seeking and e-shoppers. *Electronic commerce research*, 8(3), 143-154
- McAlister, L., & Pessemier, E. (1982). Variety Seeking Behavior: An Interdisciplinary Review. *Journal of Consumer Research*, 9, 311-22.
- Nina Michaelidou, Sally Dibb,(2009), Brand switching in clothing: the role of variety-seeking drive and product category-level characteristics. *International Journal of Consumer Studies*, 33, 322-326.
- Orth & Bourrain (2005). Optimum Stimulation Level Theory and the Differential Impact of Olfactory Stimuli on Consumer Exploratory Tendencies. *Advances in Consumer Research*, 32, 613-619
- Pessemier, E. & Handelsaaan, M. (1984). Temporal Variety in Consumer Behavior. *Journal of Marketing Research*, 21, 435 - 444
- Raju, P.S. (1980) Optimum stimulation level: its relationship to personality, demographics and exploratory behaviour. *Journal of Consumer Research*, 7, 272–282.
- Simon, H. (1956). Rational choice and the structure Of the environment. *Psychological review*. 65(2). 129 – 138.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K. & Lehman, D. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1178–1197.

- Steenkamp, Jan-Benedict E.M. and Hans Baumgartner (1992). The Role of Optimum Stimulation Level in Exploratory Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 19, 434-48.
- Van Trijp, H. (1995). *Variety-seeking in product choice behavior: Theory with applications in the food domain*. Dissertação de Doutorado. Landbouwwuniversiteit Wageningen: Holanda.
- Van Trijp, H., Hoyer, W. & Inman, J.J. (1996) Why switch? Product category-level explanations for true variety-seeking behaviour. *Journal of Marketing Research*, 33, 281–292.
- Van Trijp, H.C.M., & Steenkamp, J. E. M. (1992). Consumers' variety seeking tendency with respect to foods: Measurement and managerial implications. *European Review of Agricultural Economics*, 19(2),181-195.
- Zuckerman, M., Kolin, E., Price, L. & Zoob, I. (1964). Development of a sensation-seeking scale. *Journal of Consulting Psychology*, 28(6), 477-482
- Zuckerman, M. & Link, K. (1964). Construct validity for the sensation-seeking scale. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 32(4), 420-426
- Zuckerman, M. (1971). Dimensions of sensation seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 36 (1) 45-S2
- Zuckerman, Eysenk & Eysenk (1978). Sensation Seeking in England and America: Cross-cultural, Age, and Sex Comparisons. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46 (1), 139-149

Anexos

Anexo A – Ficha técnica das escalas

Sensation Seeking Scale (Zuckerman et al., 1964; Zuckerman et al., 1978)

A versão preliminar desta escala consistia num conjunto de 54 itens construídos em forma de díade de escolha forçada (e.g. A – I would like a job which would require a lot of traveling, B – I would prefer a job in one location), criadas com o intuito de que ambas as afirmações fossem socialmente desejáveis. Catorze destes itens retratam a preferência por sensações extremas (calor, frio, barulho, cores, sons), oito dizem respeito à preferência pelo novo e desconhecido vs familiar, oito relacionados com preferência pelo irregular vs regular e rotina, doze itens relativos sentimento de prazer por actividades perigosas, seis retratam valores sociais relacionados com o grau de estimulação que os outros atribuem vs a sua previsibilidade, quatro representam a preferência pela segurança vs aventura e, por fim, dois itens representam uma necessidade generalizada de excitação. Aquando da sua criação, os autores estavam apenas interessados na existência de um factor geral de sensation seeking (procura de sensações), mas à medida que foram testando a escala, verificaram que isso não seria possível, tendo sido encontrados quatro factores possíveis de definir nos homens, não acontecendo o mesmo com as mulheres.

A forma II surge após as primeiras administrações da escala, que fizeram com que alguns dos itens fossem abandonados passando a ser constituída por 34 díades, revelando uma consistência interna moderada de .68 para homens e .74 para mulheres.

Mais tarde, Zuckerman (1971) por considerar que a primeira forma criada não incluía itens suficientes para a definição de mais factores para além do geral, criou outra forma experimental (III) que era constituída por 50 itens originais da forma I e por mais 63 novos itens correspondendo a um total de 113. Com os testes realizados foi possível uma redução para 72 itens, resultando na versão IV, onde foi possível a definição de um factor geral da sensation seeking e quatro factores específicos (sub-escalas): *thrill and adventure seeking*, *experience seeking*, *disinhibition* e *boredom seeking*. É de ressaltar que estas sub-escalas possuíam valores de consistência interna aceitáveis (entre .70 e .80) à excepção da *boredom seeking* que apresentou valores algo duvidosos (entre .36 e .56).

Finalmente, Zuckerman e colaboradores (1978), num trabalho onde pretendiam comparar a procura de sensações entre as culturas Inglesa e Americana, desenvolveram a quinta versão da escala que compreendia dez itens de cada factor específico (quarenta no total) mas que cumpriam algumas exigências: tinham que corresponder ao mesmo

factor em todas as amostras testadas e os *loadings* tinham que ultrapassar .30. Nesta versão, os valores de consistência interna sofreram descréscimos, revelando valores questionáveis. Ridgeway e Russell (1980) reportam valores não coincidentes com aqueles que Zuckerman e colaboradores (1978) descrevem no seu artigo.

Arousal Seeking Tendency (Mehrabian e Russell, 1974; Mehrabian, 1978)

Constituída por 40 afirmações que descrevem a preferência pelo *arousal* face a vários estímulos: mudança, estímulos estranhos, risco, sensualidade e novos ambientes. Estas afirmações são medidas numa escala tipo Likert de 9 pontos ancorada em *very strong disagreement* (-4) e em *very strong agreement* (+4). Esta escala é constituída pelo mesmo número de itens na positiva e na negativa (ex: I seldom change pictures on my walls e I am not interested in poetry), É de ressaltar que esta escala possui níveis elevados de fidelidade (teste de Kuder-Richardson de .87 e teste-reteste de .88) e validade (correlação com outros construtos, nomeadamente, ansiedade e extroversão). Mais tarde a escala foi revista por Mehrabian (1978) que abandonou alguns itens da escala.

Exploratory Buying Behavior Tendencies – sub-escala Exploratory Acquisition of Products (Baumgartner e Steenkamp 1996; Van Trijp, Hoyer e Inman, 1996)

A criação desta medida contou com uma fase inicial onde 5 juizes especialistas da área de marketing tinham de categorizar 89 itens consoante as duas dimensões mencionadas anteriormente ou se não dizia respeito a nenhuma delas, tendo sido escolhidos aqueles em que no mínimo 4 juizes atribuíram a cada uma das dimensões perfazendo um total de 69 itens. Após esta filtragem, foi administrado um questionário contendo os itens resultantes em adição com outras escalas escolhidas pelos autores, cujos resultados das análises factoriais permitiram o abandono de 49 itens, sendo que a escala final compreende 10 itens na sub-escala comportamento de compra exploratório e 10 na sub-escala procura exploratória de informação.

É de salientar a relações demonstradas por Baumgartner e Steenkamp (1996) destas dimensões com outros construtos também relevantes para o presente trabalho nomeadamente, a relação que o OSL possui com ambas as escalas, sendo que esta relação é mais forte com a sub-escala EAP . Por outro lado, estes autores estudaram a relação entre a sua medida e a procura de variedade através de uma medida comportamental (era pedido aos participantes que realizassem uma tarefa e enquanto

isso podiam comer a quantidade de bolachas que quisessem e seguidamente preenchiam a escala EBBT). Os resultados obtidos demonstraram que apenas a sub-escala EAP possui uma relação com o comportamento de procura de variedade, não tendo sido verificada uma relação estatisticamente significativa entre o OSL e a sub-escala EIS.

Dado que o objectivo deste estudo consiste na criação de uma escala que permita aceder às motivações inerentes ao comportamento de procura de variedade e que, por sua vez a sub-escala EIS não revela relação com o comportamento de procura de variedade, optou-se pela não utilização da mesma.

Por outro lado, Van trijp e colaboradores (1996), no seu estudo onde utilizam a EAP para medir um construto da procura de variedade, apesar de lhe atribuir outra denominação. Estes autores no conjunto das medidas que utilizaram apenas incluíram os 6 itens mais fortes desta sub-escala ($\alpha=.79$), sendo essa a estratégia adoptada também para o presente estudo. Em adição, também com base no trabalho de Van Trijp e colaboradores (1996), foram utilizados os 3 itens da sua sub-escala *Small Perceived Differences Between Brands* ($\alpha=.69$), pela sua especificidade e por descreverem a considerações face às diferenças entre marcas.

Maximizing Versus Satisficing (Schwartz et al. 2002)

Schwartz e colaboradores (2002) criaram uma medida preliminar de 42 itens (33 maximização e 9 de arrependimento) e aplicaram-na num estudo cujos resultados permitiram o abandono de 20 itens (17 maximização e 5 de arrependimento). Os 22 itens restantes foram apresentados a onze juízes cegos ao objectivo do estudo e das hipóteses de investigação, cuja função era a de examinar cada item e indicar se se tratava de, por um lado, uma inclinação individual para tirar o melhor partido de uma situação ou contentar-se com o suficientemente bom ou, se por outro lado, se tratava da possibilidade de um sujeito vir a arrepender-se de uma decisão que tomou. Os juízes consideraram que todos os itens se adequavam às categorias em que foram inseridos, posto isto, os autores realizaram análises factoriais que resultaram no abandono de 4 itens da sub-escala de maximização. Deste modo, a versão final desta medida é composta por 18 itens (13 da sub-escala de maximização e 5 da sub-escala de arrependimento) medidos numa escala tipo Likert de 7 pontos (1= *completely disagree*; 7= *completely agree*).

Varseek (Van Trijp & Steenkamp, 1992)

Inicialmente, estes autores criaram um conjunto de 120 itens relacionados com a procura de variedade no contexto da alimentação, resultantes de *focus-group* e de entrevistas. Este conjunto foi reduzido para 64 após a realização de entrevistas que permitiram a eliminação de itens dúbios ou com informação repetida. Estes 64 itens foram testados com uma escala tipo Likert de 5 pontos ancorada em *completely disagree* e em *completely agree*, cuja a análise da consistência interna permitiu verificar que apenas 26 dos itens possuíam uma correlação entre si superior a .50. A esta selecção foram adicionados 16 novos itens provenientes de entrevistas, tendo sido realizada uma “purificação” da medida.

A versão final da escala é constituída por 8 itens medidos numa escala tipo Likert como a referida anteriormente, possui um coeficiente de consistência interna elevado (.93) e revelou possuir validade preditiva a nível da variação de comportamento no consumo alimentar, bem como, um maior poder preditivo que o OSL. Os autores também realizaram um teste à estabilidade do construto administrando a escala duas vezes à mesma amostra com duas semanas de intervalo entre aplicações, concluindo que existe um elevado grau de estabilidade do construto. Por fim, quanto à validade da escala, Van Trijp & Steenkamp (1992) referem a existência de validade convergente pois mais de 50% da variância dos itens é explicado pelo construto, ao mesmo tempo esta medida também revelou possuir validade discriminante porque a correlação entre os valores compósitos do OSL e da Varseek é de .354 ($p < .001$).

Anexo B: Escalas originais com as respectivas traduções

Anexo B1: Sensation seeking scale

1.	<i>I would like a job which would require a lot of traveling.</i>
	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito
2.	<i>I would prefer a job in one location.</i>
	Preferiria um emprego que fosse sempre no mesmo local.
3.	<i>I am invigorated by a brisk, cold day.</i>
	Sinto-me revigorado pela brisa de um dia frio
4.	<i>I can't wait to get into the indoors on a cold day.</i>
	Num dia frio, mal posso esperar por chegar a casa
5.	<i>I find a certain pleasure in routine kinds of work.</i>
	Sinto um certo prazer em realizar tarefas rotineiras
6.	<i>Although it is sometimes necessary I usually dislike routine kinds of work.</i>
	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras
7.	<i>I often wish I could be a mountain climber.</i>
	Às vezes, gostava de ser alpinista
8.	<i>I can't understand people who risk their necks climbing mountains.</i>
	Não compreendo as pessoas que arriscam a sua vida ao escalar montanhas
9.	<i>I dislike all body odors.</i>
	Não gosto de nenhum dos odores corporais
10.	<i>I like some of the earthy body smells.</i>
	Gosto de alguns dos odores corporais
11.	<i>I get bored seeing the same old faces.</i>
	Fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras
12.	<i>I like the comfortable familiarity of everyday friends.</i>
	Gosto do conforto familiar que me trazem os amigos de sempre
13.	<i>I like to explore a strange city or section of town by myself, even if it means getting lost.</i>
	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me
14.	<i>I prefer a guide when I am in a place I don't know well.</i>
	Quando estou num sítio que não conheço bem prefiro recorrer a um guia.
15.	<i>I find the quickest and easiest route to a place and stick to it.</i>
	Quando encontro o caminho mais rápido e fácil para um sítio, continuo a utilizá-lo
16.	<i>I sometimes take different routes to a place I often go, just for variety's sake.</i>
	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar
17.	<i>I would not like to try any drug which might produce strange and dangerous effects on me.</i>
	Não gostaria de experimentar qualquer droga que pudessem ter efeitos estranhos e perigosos em mim
18.	<i>I would like to try some of the new drugs that produce hallucinations.</i>
	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações
19.	<i>I would prefer living in an ideal society where everyone is safe, secure, and happy.</i>
	Gostaria de viver numa sociedade ideal onde todos estão seguros e felizes
20.	<i>I would have preferred living in the unsettled days of our history.</i>
	Gostava de ter vivido nos dias mais inquietantes da nossa história
21.	<i>I sometimes like to do things that are a little frightening.</i>
	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo
22.	<i>A sensible person avoids activities that are dangerous.</i>
	Uma pessoa sensata evita actividades que são perigosas
23.	<i>I order the dishes with which I am familiar, so as to avoid disappointment and</i>

	<i>unpleasantness.</i>
	Costumo pedir pratos que me são familiares de modo a evitar ficar desapontada e situações desagradáveis
24.	<i>I like to try new foods that I have never tasted before.</i>
	Gosto de experimentar pratos novos
25.	<i>I can't stand riding with a person who likes to speed.</i>
	Não suporto andar à boleia com alguém que goste de acelerar
26.	<i>I sometimes like to drive very fast because I find it exciting.</i>
	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante
27	<i>If I were a salesman I would prefer a straight salary, rather than the risk of making little or nothing on a commission basis.</i>
	Se fosse vendedor, preferia ter um salário fixo em vez de correr o risco de ganhar pouco ou nada devido às comissões
28	<i>If I were a salesman I would prefer working on a commission if I had a chance to make more money than I could on a salary.</i>
	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo
29	<i>I would like to take up the sport of water skiing.</i>
	Gostaria de experimentar praticar um desporto aquático
30	<i>I would not like to take up water skiing.</i>
	Não gostaria de experimentar praticar um desporto aquático/ski aquático
31	<i>I don't like to argue with people whose beliefs are sharply divergent from mine, since such arguments are never resolved,</i>
	Não gosto discutir algo com pessoas que têm ideias demasiado divergentes das minhas, pois não há maneira de resolver essas discussões
32	<i>I find people that disagree with my beliefs more stimulating than people who agree with me.</i>
	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias
33	<i>When I go on a trip I like to plan my route and timetable fairly carefully.</i>
	Quando vou viajar gosto de planear cuidadosamente o meu percurso e os meus horários.
34	<i>I would like to take off on a trip with no preplanned or definite routes, or timetables.</i>
	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos
35	<i>I enjoy the thrills of watching car races.</i>
	Gosto das sensações de assistir a corridas de carros
36	<i>I find car races unpleasant.</i>
	Considero que as corridas de carros são desagradáveis
37	<i>Most people spend entirely too much money on life insurance.</i>
	A maioria das pessoas gasta demasiado dinheiro em seguros de vida
38	<i>Life insurance is something that no man can afford to be without.</i>
	Possuir seguro de vida é indispensável para qualquer pessoa
39	<i>I would like to learn to fly an airplane.</i>
	Gostaria de aprender a pilotar um avião
40	<i>I would not like to learn to fly an airplane.</i>
	Não gostaria de aprender a pilotar um avião
41	<i>I would not like to be hypnotized.</i>
	Não gostaria de ser hipnotizado
42	<i>I would like to have the experience of being hypnotized.</i>
	Gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado
43	<i>The most important goal of life is to live it to the fullest and experience as much of it as you can.</i>
	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais

	que se possa
44	<i>The most important goal of life is to find peace and happiness.</i>
	O objectivo de vida mais importante é o de encontrar paz e alegria
45	<i>I would like to try parachute jumping.</i>
	Gostaria de saltar de pára-quadras
46	<i>I would never want to try jumping out of a plane, with or without a parachute.</i>
	Nunca quereria tentar saltar de um avião, com ou sem pára-quadras
47	<i>I enter cold water gradually giving myself time to get used to it.</i>
	Quando entro em água fria, faço-o gradualmente para o meu corpo se habituar
48	<i>I like to dive or jump right into the ocean or a cold pool.</i>
	Gosto de mergulhar ou saltar para a água fria
49	<i>I do not like the irregularity and discord of most modern music.</i>
	Não gosto da irregularidade da maioria da música moderna
50	<i>I like to listen to new and unusual kinds of music.</i>
	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares
51	<i>I prefer friends who are excitingly unpredictable.</i>
	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis
52	<i>I prefer friends who are reliable and predictable.</i>
	Prefiro ter amigos que sejam previsíveis e nos quais possa confiar
53	<i>When I go on a vacation I prefer the comfort of a good room and bed.</i>
	Quando vou viajar prefiro ficar num conforto de um bom quarto e de boa uma cama
54	<i>When I go on a vacation I would prefer the change of camping out.</i>
	Quando vou viajar prefiro acampar
55	<i>The essence of good art is in its clarity, symmetry of form, and harmony of colors.</i>
	A essência da boa arte reside na sua clareza, simetria das formas e harmonia de cores
56	<i>I often find beauty in the "clashing" colors and irregular forms of modern paintings.</i>
	Frequentemente encontro beleza nas cores contrastantes e nas formas irregulares das pinturas modernas
57	<i>The worst social sin is to be rude.</i>
	O pior pecado social é ser-se mal-educado
58	<i>The worst social sin is to be a bore.</i>
	O pior pecado social é ser-se aborrecido
59	<i>I look forward to a good night of rest after a long day.</i>
	Mal posso esperar por uma boa noite de descanso, após um dia longo de trabalho
60	<i>I wish I didn't have to waste so much of a day sleeping.</i>
	Gostaria de não ter de desperdiçar tanto tempo do meu dia a dormir
61	<i>I prefer people who are emotionally expressive even if they are a bit unstable.</i>
	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis
62	<i>I prefer people who are calm and even tempered.</i>
	Prefiro pessoas que sejam calmas e até mesmo moderadas
63	<i>A good painting should shock or jolt the senses.</i>
	Um bom quadro deve chocar e mexer com os sentidos
64	<i>A good painting should give one a feeling of peace and security.</i>
	Um bom quadro deve transmitir sentimentos de paz e segurança
65	<i>When I feel discouraged I recover by relaxing and having some soothing diversion.</i>
	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar relaxando e realizando actividades calmantes
66	<i>When I feel discouraged I recover by going out and doing something new and exciting.</i>
	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes

67	<i>People who ride motorcycles must have some kind of an unconscious need to hurt themselves.</i>
	As pessoas que andam de mota devem sentir uma necessidade inconsciente de se magoarem
68	<i>I would like to drive or ride on a motorcycle.</i>
	Gostaria de conduzir ou andar de mota

Anexo B2: Varseek

1.	When I eat out, I like to try the most unusual items, even if I am not sure I would like them
	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar
2.	<i>While preparing foods or snacks, I like to try out new recipes.</i>
	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas
3.	<i>I think it is fun to try out food items one is not familiar with.</i>
	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos
4.	<i>I am eager to know what kind of foods people from other countries eat.</i>
	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países
5.	<i>I like to eat exotic foods.</i>
	Gosto de comer alimentos exóticos
6.	<i>Items on the menu that I am unfamiliar with make me curious.</i>
	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade
7.	<i>I prefer to eat food products I am used to. (R)</i>
	Prefiro comer comida a que estou habituado (R)
8.	<i>I am curious about food products that I am not familiar with</i>
	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituadd

Anexo B3: Maximizing Versus Satisficing

Anexo B3. a) Regret Scale

1.	<i>Whenever I make a choice, I'm curious about what would have happened if I had chosen differently.</i>
	Sempre que faço uma escolha, pergunto-me o que teria acontecido se tivesse escolhido de outro modo
2.	<i>Whenever I make a choice, I try to get information about how the other alternatives turned out.</i>
	sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado
3.	<i>If I make a choice and it turns out well, I still feel like something of a failure if I find out that another choice would have turned out better.</i>
	Mesmo quando faço uma escolha que resulta bem, sinto uma espécie de fracasso se descubro que outra escolha teria corrido melhor
4.	<i>When I think about how I'm doing in life, I often assess opportunities I have passed up.</i>
	Quando penso na minha vida, muitas vezes percebo que deixei passar oportunidades
5.	<i>Once I make a decision, I don't look back. (R)</i>
	A partir do momento em que tomo uma decisão, já não penso mais nisso

Anexo B3.b) Maximization Scale

1.	When I watch TV, I channel surf, often scanning through the available options even while attempting to watch one program.
	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço <i>zapping</i> à procura de outras opções.
2.	<i>When I am in the car listening to the radio, I often check other stations to see if something better is playing, even if I'm relatively satisfied with what I'm listening to.</i>
	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir
3.	<i>I treat relationships like clothing: I expect to try a lot on before I get the perfect fit.</i>
	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal
4.	<i>No matter how satisfied I am with my job, it's only right for me to be on the lookout for better opportunities.</i>
	Não importa quão satisfeito estou o meu trabalho, sinto-me bem por estar sempre à procura de oportunidades melhores
5.	<i>I often fantasize about living in ways that are quite different from my actual life.</i>
	Fantasio, muitas vezes, com um modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho
6.	<i>I'm a big fan of lists that attempt to rank things (the best movies, the best singers, the best athletes, the best novels, etc.).</i>
	Sou fã das listas que organizam as coisas por ranking (os melhores filmes, cantores, atletas, livros...)
7.	<i>I often find it difficult to shop for a gift for a friend.</i>
	Comprar prendas para os amigos é frequentemente difícil.
8.	<i>When shopping, I have a hard time finding clothing that I really love.</i>
	Quando vou às compras, tenho dificuldade em encontrar roupa de que realmente goste
9.	<i>Renting videos is really difficult. I'm always struggling to pick the best one.</i>
	É-me difícil alugar filmes, estou sempre indeciso sobre qual deles é o melhor
10.	<i>I find that writing is very difficult, even if it's just writing a letter to a friend, because it's so hard to word things just right. I often do several drafts of even simple things.</i>
	Sinto dificuldade em escrever mesmo que seja uma carta a um amigo, porque acho difícil encontrar as palavras certas. Com frequência faço vários rascunhos mesmo que sejam de coisas simples
11.	<i>No matter what I do, I have the highest standards for myself.</i>
	Sou muito exigente comigo, independentemente do que faça
12.	<i>I never settle for second best.</i>
	Nunca me contento com a 2ª melhor opção
13.	<i>Whenever I'm faced with a choice, I try to imagine what all the other possibilities are, even ones that aren't present at the moment.</i>
	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento

Anexo B4: Arousal Seeking tendency

1	I seldom change the pictures on my walls.
	Raramente mudo os quadros das
2	<i>I am not interested in poetry.</i>
	Não me interesso por poesia
3	<i>It is unpleasant seeing people in strange weird clothes.</i>
	Acho desagradável ver as pessoas com roupas estranhas e esquisitas
4	<i>I am continually seeking new ideas and experiences.</i>

	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas
5	<i>I much prefer familiar people and places.</i>
	Prefiro pessoas e sítios familiares
6	<i>When things get boring I like to find some new and unfamiliar experience.</i>
	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas
7	<i>I like to touch and feel a sculpture.</i>
	Gosto de tocar e sentir esculturas
8	<i>I don't enjoy doing daring foolhardy things just for fun.</i>
	Não gosto de fazer coisas perigosas só por diversão
9	<i>I prefer a routine way of life to an unpredictable one full of change.</i>
	Prefiro um estilo de vida rotineiro do que um imprevisível e cheio de mudanças
10	<i>People view me as quite an unpredictable person.</i>
	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível
11	<i>I like to run through heaps of fallen leaves.</i>
	Gosto de correr sobre os montes de folhas secas
12	<i>I sometimes like to do things that are a little frightening.</i>
	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo
13	<i>I prefer friends who are reliable and predictable to those who are excitingly unpredictable.</i>
	Prefiro ter amigos que sejam de confiança e previsíveis em vez de amigos excitantes e imprevisíveis
14	<i>I prefer an unpredictable life full of change to a more routine one.</i>
	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro
15	<i>I wouldn't like to try the new group-therapy techniques involving strange body sensations.</i>
	Não gostaria de experimentar uma das novas técnicas de terapia de grupo que envolvem sensações corporais estranhas
16	<i>Sometimes I really stir up excitement.</i>
	Por vezes gosto de provocar excitação
17	<i>I never notice textures.</i>
	Nunca reparo em texturas
18	<i>I like surprises.</i>
	Gosto de surpresas
19	<i>My ideal home would be peaceful and quiet.</i>
	A minha casa ideal é pacífica e silenciosa
20	<i>I eat the same kind of food most of the time.</i>
	Na maioria das vezes, como o mesmo tipo de comida
21	<i>As a child, I often imagined leaving home just to explore the world.</i>
	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo
22	<i>I like to experience novelty and change in my daily routine.</i>
	Gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária
23	<i>Shops with thousands of exotic herbs and fragrances fascinate me.</i>
	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me
24	<i>Designs and patterns should be bold and exciting.</i>
	Os desenhos e os padrões devem ser arrojados e excitantes
25	<i>I feel best when I am safe and secure.</i>
	Quando estou seguro sinto-me no meu melhor
26	<i>I would like the job of a foreign correspondent of a newspaper.</i>
	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro
27	<i>I don't pay much attention to my surroundings.</i>
	Não presto muita atenção ao ambiente que me rodeia
28	<i>I don't like the feeling of wind in my hair.</i>
	Não gosto da sensação do vento no meu cabelo

29	<i>I like to go somewhere different nearly every day.</i>
	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias
30	<i>I seldom change the decor and furniture arrangement at my place.</i>
	Raramente mudo a decoração e as mobílias na minha casa
31	<i>I am interested in new and varied interpretations of different art forms.</i>
	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte
32	<i>I wouldn't enjoy dangerous sports such as mountain climbing, airplane flying, or sky diving.</i>
	Não gostaria de praticar desportos perigosos como escalada, pilotar aviões ou paraquedismo
33	<i>I don't like to have lots of activity around me.</i>
	Não gosto que esteja a acontecer muita coisa à minha volta.
34	<i>I am interested only in what I need to know.</i>
	Apenas me interesso por aquilo que preciso de saber
35	<i>I like meeting people who give me new ideas.</i>
	Gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias
36	<i>I would be content to live in the same house the rest of my life.</i>
	Ficaria satisfeito por viver na mesma casa durante o resto da minha vida
37	<i>I like continually changing activities.</i>
	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar
38	<i>I like a job that offers change, variety, and travel even if it involves some danger.</i>
	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo
39	<i>I avoid busy, noisy places.</i>
	Evito sítios agitados e barulhentos
40	<i>I like to look at pictures that are puzzling in some way.</i>
	Gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber

Anexo B5: Exploratory Acquisition of products

1	I would rather stick with a brand I usually buy than try something I am not very sure of.*
	Prefiro continuar a utilizar uma marca que costumo comprar do que experimentar algo que não conheço bem
2	<i>When I go to a restaurant. I feel it is safer to order dishes I am familiar with.*</i>
	Quando vou a um restaurante, considero que é mais seguro pedir pratos a que estou habituado
3	<i>If I like a brand, I rarely switch from it just to try something different.*</i>
	Se gosto de uma marca, raramente a mudo só para experimentar algo diferente
4	<i>I am very cautious in trying new or different products.*</i>
	Sou muito cauteloso no que toca a experimentar produtos novos e diferentes
5	<i>Even though certain food products are available in a number of different flavors, I tend to buy the same flavor.*</i>
	Embora certos produtos alimentares estejam disponíveis em vários sabores, tenho tendência a escolher sempre o mesmo sabor
6	<i>I enjoy taking chances in buying unfamiliar brands just to get some variety in my purchases.</i>
	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras
7	<i>Differences among the brands are large.*</i>
	As diferenças entre as várias marcas são muitas
8	<i>Differences among brands are hard to judge.</i>
	As diferenças entre as várias marcas são difíceis de julgar

9	<i>The best brand is hard to judge</i>
	É difícil escolher qual a melhor marca

Anexo C – Aleatorização dos itens

Anexo C1 – aleatorização 1

94	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento
24	Gosto de experimentar pratos novos
71	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos
118	Os desenhos e os padrões devem ser arrojados e excitantes
122	Não gosto da sensação do vento no meu cabelo
100	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas
55	A essência da boa arte reside na sua clareza, simetria das formas e harmonia de cores
121	Não presto muita atenção ao ambiente que me rodeia
17	Não gostaria de experimentar qualquer droga que pudessem ter efeitos estranhos e perigosos em mim
142	As diferenças entre as várias marcas são difíceis de julgar
120	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro
81	A partir do momento em que tomo uma decisão, já não penso mais nisso
117	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me
72	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países
112	Gosto de surpresas
75	Prefiro comer comida a que estou habituado
69	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar
103	Prefiro um estilo de vida rotineiro do que um imprevisível e cheio de mudanças
132	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo
99	Prefiro pessoas e sítios familiares
65	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar relaxando e realizando actividades calmantes
136	Quando vou a um restaurante, considero que é mais seguro pedir pratos a que estou habituado
22	Uma pessoa sensata evita actividades que são perigosas
87	Sou fã das listas que organizam as coisas por ranking (os melhores filmes, cantores, atletas, livros...)
77	Sempre que faço uma escolha, pergunto-me o que teria acontecido se tivesse escolhido de outro modo
13	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me
91	Sinto dificuldade em escrever mesmo que seja uma carta a um amigo, porque acho difícil encontrar as palavras certas. Com frequência faço vários rascunhos mesmo que sejam de coisas simples
46	Nunca quereria tentar saltar de um avião, com ou sem pára-quadras
9	Não gosto de nenhum dos odores corporais
141	As diferenças entre as várias marcas são muitas

64	Um bom quadro deve transmitir sentimentos de paz e segurança
86	Fantasio, muitas vezes, com um modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho
52	Prefiro ter amigos que sejam previsíveis e nos quais possa confiar
88	Comprar prendas para os amigos é frequentemente difícil.
39	Gostaria de aprender a pilotar um avião
62	Prefiro pessoas que sejam calmas e até mesmo moderadas
40	Não gostaria de aprender a pilotar um avião
131	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar
97	Acho desagradável ver as pessoas com roupas estranhas e esquisitas
108	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro
138	Sou muito cauteloso no que toca a experimentar produtos novos e diferentes
140	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras
42	Gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado
10	Gosto de alguns dos odores corporais
25	Não suporto andar à boleia com alguém que goste de acelerar
33	Quando vou viajar gosto de planear cuidadosamente o meu percurso e os meus horários.
93	Nunca me contento com a 2ª melhor opção
134	Gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber
90	É-me difícil alugar filmes, estou sempre indeciso sobre qual deles é o melhor
4	Num dia frio, mal posso esperar por chegar a casa
16	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar
56	Frequentemente encontro beleza nas cores contrastantes e nas formas irregulares das pinturas modernas
78	Sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado
44	O objectivo de vida mais importante é o de encontrar paz e alegria
21	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo
36	Considero que as corridas de carros são desagradáveis
127	Não gosto que esteja a acontecer muita coisa à minha volta.
59	Mal posso esperar por uma boa noite de descanso, após um dia longo de trabalho
26	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante
124	Raramente mudo a decoração e as mobílias na minha casa
96	Não me interessa por poesia
125	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte
135	Prefiro continuar a utilizar uma marca que costumo comprar do que experimentar algo que não conheço bem
53	Quando vou viajar prefiro ficar num conforto de um bom quarto e de boa uma cama
101	Gosto de tocar e sentir esculturas
48	Gosto de mergulhar ou saltar para a água fria
63	Um bom quadro deve chocar e mexer com os sentidos
35	Gosto das sensações de assistir a corridas de carros
79	Mesmo quando faço uma escolha que resulta bem, sinto uma espécie de fracasso se descubro que outra escolha teria corrido melhor
14	Quando estou num sítio que não conheço bem prefiro recorrer a um guia.
34	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos

74	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade
114	Na maioria das vezes, como o mesmo tipo de comida
107	Prefiro ter amigos que sejam de confiança e previsíveis em vez de amigos excitantes e imprevisíveis
38	Possuir seguro de vida é indispensável para qualquer pessoa
58	O pior pecado social é ser-se aborrecido
20	Gostava de ter vivido nos dias mais agitados da nossa história
115	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo
85	Não importa quão satisfeito estou o meu trabalho, sinto-me bem por estar sempre à procura de oportunidades melhores
12	Gosto do conforto familiar que me trazem os amigos de sempre
18	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações
54	Quando vou viajar prefiro acampar
73	Gosto de comer alimentos exóticos
31	Não gosto discutir algo com pessoas que têm ideias demasiado divergentes das minhas, pois não há maneira de resolver essas discussões
123	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias
51	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis
1	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito
70	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas
11	Fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras
7	Às vezes, gostava de ser alpinista
29	Gostaria de experimentar praticar um desporto aquático
119	Quando estou seguro sinto-me no meu melhor
109	Não gostaria de experimentar uma das novas técnicas de terapia de grupo que envolvem sensações corporais estranhas
47	Quando entro em água fria, faço-o gradualmente para o meu corpo se habituar
19	Gostaria de viver numa sociedade ideal onde todos estão seguros e felizes
37	A maioria das pessoas gasta demasiado dinheiro em seguros de vida
61	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis
23	Costumo pedir pratos que me são familiares de modo a evitar ficar desapontada e situações desagradáveis
45	Gostaria de saltar de pára-quadras
8	Não compreendo as pessoas que arriscam a sua vida ao escalar montanhas
80	Quando penso na minha vida, muitas vezes percebo que deixei passar oportunidades
137	Se gosto de uma marca, raramente a mudo só para experimentar algo diferente
3	Sinto-me revigorado pela brisa de um dia frio
57	O pior pecado social é ser-se mal-educado
30	Não gostaria de experimentar praticar um desporto aquático
68	Gostaria de conduzir ou andar de mota
110	Por vezes gosto de provocar excitação
89	Quando vou às compras, tenho dificuldade em encontrar roupa de que realmente goste
95	Raramente mudo os quadros das paredes
28	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo
66	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de

	actividades novas e excitantes
50	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares
104	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível
5	Sinto um certo prazer em realizar tarefas rotineiras
143	É difícil escolher qual a melhor marca
67	As pessoas que andam de mota devem sentir uma necessidade inconsciente de se magoarem
6	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras
98	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas
102	Não gosto de fazer coisas perigosas só por diversão
139	Embora certos produtos alimentares estejam disponíveis em vários sabores, tenho tendência a escolher sempre o mesmo sabor
130	Ficaria satisfeito por viver na mesma casa durante o resto da minha vida
133	Evito sítios agitados e barulhentos
43	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa
83	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir
15	Quando encontro o caminho mais rápido e fácil para um sítio, continuo a utilizá-lo
129	Gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias
113	A minha casa ideal é pacífica e silenciosa
106	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo
116	Gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária
126	Não gostaria de praticar desportos perigosos como escalada, pilotar aviões ou paraquedismo
32	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias
128	Apenas me interessa por aquilo que preciso de saber
2	Preferiria um emprego que fosse sempre no mesmo local.
82	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço zapping à procura de outras opções.
60	Gostaria de não ter de desperdiçar tanto tempo do meu dia a dormir
76	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado
84	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal
105	Gosto de correr sobre os montes de folhas secas
111	Nunca reparo em texturas
49	Não gosto da irregularidade da maioria da música moderna
41	Não gostaria de ser hipnotizado
92	Sou muito exigente comigo, independentemente do que faça
27	Se fosse vendedor, preferia ter um salário fixo em vez de correr o risco de ganhar pouco ou nada devido às comissões

Anexo C2 – aleatorização 2

52	Prefiro ter amigos que sejam previsíveis e nos quais possa confiar
62	Prefiro pessoas que sejam calmas e até mesmo moderadas
17	Não gostaria de experimentar qualquer droga que pudessem ter efeitos estranhos e

	perigosos em mim
16	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar
127	Não gosto que esteja a acontecer muita coisa à minha volta.
138	Sou muito cauteloso no que toca a experimentar produtos novos e diferentes
64	Um bom quadro deve transmitir sentimentos de paz e segurança
125	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte
106	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo
46	Nunca quereria tentar saltar de um avião, com ou sem pára-quadras
99	Prefiro pessoas e sítios familiares
53	Quando vou viajar prefiro ficar num conforto de um bom quarto e de boa uma cama
117	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me
137	Se gosto de uma marca, raramente a mudo só para experimentar algo diferente
85	Não importa quão satisfeito estou o meu trabalho, sinto-me bem por estar sempre à procura de oportunidades melhores
97	Acho desagradável ver as pessoas com roupas estranhas e esquisitas
20	Gostava de ter vivido nos dias mais agitados da nossa história
95	Raramente mudo os quadros das paredes
112	Gosto de surpresas
142	As diferenças entre as várias marcas são difíceis de julgar
1	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito
122	Não gosto da sensação do vento no meu cabelo
100	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas
102	Não gosto de fazer coisas perigosas só por diversão
104	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível
29	Gostaria de experimentar praticar um desporto aquático
114	Na maioria das vezes, como o mesmo tipo de comida
58	O pior pecado social é ser-se aborrecido
78	Sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado
24	Gosto de experimentar pratos novos
143	É difícil escolher qual a melhor marca
39	Gostaria de aprender a pilotar um avião
6	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras
33	Quando vou viajar gosto de planear cuidadosamente o meu percurso e os meus horários.
13	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me
5	Sinto um certo prazer em realizar tarefas rotineiras
88	Comprar prendas para os amigos é frequentemente difícil.
67	As pessoas que andam de mota devem sentir uma necessidade inconsciente de se magoarem
136	Quando vou a um restaurante, considero que é mais seguro pedir pratos a que estou habituado
123	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias
4	Num dia frio, mal posso esperar por chegar a casa
131	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar
21	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo

120	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro
60	Gostaria de não ter de desperdiçar tanto tempo do meu dia a dormir
26	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante
15	Quando encontro o caminho mais rápido e fácil para um sítio, continuo a utilizá-lo
109	Não gostaria de experimentar uma das novas técnicas de terapia de grupo que envolvem sensações corporais estranhas
83	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir
135	Prefiro continuar a utilizar uma marca que costumo comprar do que experimentar algo que não conheço bem
40	Não gostaria de aprender a pilotar um avião
2	Preferiria um emprego que fosse sempre no mesmo local.
63	Um bom quadro deve chocar e mexer com os sentidos
7	Às vezes, gostava de ser alpinista
126	Não gostaria de praticar desportos perigosos como escalada, pilotar aviões ou paraquedismo
76	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado
121	Não presto muita atenção ao ambiente que me rodeia
10	Gosto de alguns dos odores corporais
103	Prefiro um estilo de vida rotineiro do que um imprevisível e cheio de mudanças
124	Raramente mudo a decoração e as mobílias na minha casa
9	Não gosto de nenhum dos odores corporais
8	Não compreendo as pessoas que arriscam a sua vida ao escalar montanhas
86	Fantasio, muitas vezes, com um modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho
36	Considero que as corridas de carros são desagradáveis
12	Gosto do conforto familiar que me trazem os amigos de sempre
50	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares
94	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento
55	A essência da boa arte reside na sua clareza, simetria das formas e harmonia de cores
113	A minha casa ideal é pacífica e silenciosa
139	Embora certos produtos alimentares estejam disponíveis em vários sabores, tenho tendência a escolher sempre o mesmo sabor
73	Gosto de comer alimentos exóticos
45	Gostaria de saltar de pára-quadras
51	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis
61	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis
90	É-me difícil alugar filmes, estou sempre indeciso sobre qual deles é o melhor
54	Quando vou viajar prefiro acampar
47	Quando entro em água fria, faço-o gradualmente para o meu corpo se habituar
30	Não gostaria de experimentar praticar um desporto aquático
128	Apenas me interessa por aquilo que preciso de saber
25	Não suporto andar à boleia com alguém que goste de acelerar
68	Gostaria de conduzir ou andar de mota
92	Sou muito exigente comigo, independentemente do que faça

57	O pior pecado social é ser-se mal-educado
3	Sinto-me revigorado pela brisa de um dia frio
89	Quando vou às compras, tenho dificuldade em encontrar roupa de que realmente goste
27	Se fosse vendedor, preferia ter um salário fixo em vez de correr o risco de ganhar pouco ou nada devido às comissões
14	Quando estou num sítio que não conheço bem prefiro recorrer a um guia.
59	Mal posso esperar por uma boa noite de descanso, após um dia longo de trabalho
98	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas
71	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos
93	Nunca me contento com a 2ª melhor opção
101	Gosto de tocar e sentir esculturas
141	As diferenças entre as várias marcas são muitas
77	Sempre que faço uma escolha, pergunto-me o que teria acontecido se tivesse escolhido de outro modo
41	Não gostaria de ser hipnotizado
84	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal
116	Gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária
44	O objectivo de vida mais importante é o de encontrar paz e alegria
66	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes
79	Mesmo quando faço uma escolha que resulta bem, sinto uma espécie de fracasso se descubro que outra escolha teria corrido melhor
105	Gosto de correr sobre os montes de folhas secas
65	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar relaxando e realizando actividades calmantes
48	Gosto de mergulhar ou saltar para a água fria
37	A maioria das pessoas gasta demasiado dinheiro em seguros de vida
110	Por vezes gosto de provocar excitação
119	Quando estou seguro sinto-me no meu melhor
81	A partir do momento em que tomo uma decisão, já não penso mais nisso
18	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações
38	Possuir seguro de vida é indispensável para qualquer pessoa
23	Costumo pedir pratos que me são familiares de modo a evitar ficar desapontada e situações desagradáveis
19	Gostaria de viver numa sociedade ideal onde todos estão seguros e felizes
75	Prefiro comer comida a que estou habituado
107	Prefiro ter amigos que sejam de confiança e previsíveis em vez de amigos excitantes e imprevisíveis
11	Fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras
87	Sou fã das listas que organizam as coisas por ranking (os melhores filmes, cantores, atletas, livros...)
74	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade
140	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras
35	Gosto das sensações de assistir a corridas de carros
43	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa

31	Não gosto discutir algo com pessoas que têm ideias demasiado divergentes das minhas, pois não há maneira de resolver essas discussões
82	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço zapping à procura de outras opções.
118	Os desenhos e os padrões devem ser arrojados e excitantes
91	Sinto dificuldade em escrever mesmo que seja uma carta a um amigo, porque acho difícil encontrar as palavras certas. Com frequência faço vários rascunhos mesmo que sejam de coisas simples
111	Nunca reparo em texturas
96	Não me interessa por poesia
34	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos
133	Evito sítios agitados e barulhentos
56	Frequentemente encontro beleza nas cores contrastantes e nas formas irregulares das pinturas modernas
108	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro
69	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar
42	Gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado
72	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países
134	Gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber
115	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo
28	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo
129	Gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias
132	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo
32	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias
130	Ficaria satisfeito por viver na mesma casa durante o resto da minha vida
70	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas
80	Quando penso na minha vida, muitas vezes percebo que deixei passar oportunidades
49	Não gosto da irregularidade da maioria da música moderna
22	Uma pessoa sensata evita actividades que são perigosas

Anexo D: Versão 1 do questionário para a selecção de itens

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Pedimos-lhe a sua colaboração num estudo que pretende testar uma série de afirmações relativamente ao grau em que estas ilustram o conceito de “procura de variedade”.

A procura de variedade define-se pela vontade ou necessidade que um indivíduo possui de experimentar coisas novas. Tal poderá reflectir-se na procura de diversidade nas escolhas de serviços, produtos ou actividades variadas. Um exemplo de um comportamento representativo de procura de variedade poderá ser mudar regularmente de shampoo de forma a experimentar novas marcas ou diferentes produtos de uma mesma marca. Nesse caso o comportamento oposto (i.e., preferência por estabilidade) seria utilizar sempre o mesmo shampoo por se preferir um produto que é familiar.

De seguida, apresentamos-lhe um conjunto de afirmações. A sua tarefa consiste apenas em indicar, tendo em conta a definição apresentada acima, se cada afirmação:

- reflecte procura de variedade;
- reflecte antes uma preferência por estabilidade;
- Não se relaciona nem com procura de variedade nem com preferência por estabilidade.

Sublinhamos que não existem resposta certas nem erradas, estamos interessados apenas na sua opinião espontânea.

Para responder, basta colocar uma cruz (x) na coluna ao lado da afirmação que considera que representa procura de variedade, preferência por estabilidade ou não se relaciona com outros conceitos.

Antes de prosseguir, por favor, indique-nos alguns dados pessoais de forma a podermos caracterizar a amostra.

Idade: ____ anos

Sexo: Masculino Feminino

Curso: _____

Obrigada, desde já pela sua participação.

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
1.	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento			
2.	Gosto de experimentar pratos novos			
3.	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos			
4.	Os desenhos e os padrões devem ser arrojados e excitantes			
5.	Não gosto da sensação do vento no meu cabelo			
6.	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas			
7.	A essência da boa arte reside na sua clareza, simetria das formas e harmonia de cores			
8.	Não presto muita atenção ao ambiente que me rodeia			
9.	Não gostaria de experimentar qualquer droga que pudessem ter efeitos estranhos e perigosos em mim			
10.	As diferenças entre as várias marcas são difíceis de julgar			
11.	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro			
12.	A partir do momento em que tomo uma decisão, já não penso mais nisso			
13.	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me			
14.	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países			
15.	Gosto de surpresas			
16.	Prefiro comer comida a que estou habituado			
17.	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar			
18.	Prefiro um estilo de vida rotineiro do que um imprevisível e cheio de mudanças			
19.	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo			
20.	Prefiro pessoas e sítios familiares			
21.	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar relaxando e realizando actividades calmantes			

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
22.	Quando vou a um restaurante, considero que é mais seguro pedir pratos a que estou habituado			
23.	Uma pessoa sensata evita actividades que são perigosas			
24.	Sou fã das listas que organizam as coisas por ranking (os melhores filmes, cantores, atletas, livros...)			
25.	Sempre que faço uma escolha, pergunto-me o que teria acontecido se tivesse escolhido de outro modo			
26.	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me			
27.	Sinto dificuldade em escrever mesmo que seja uma carta a um amigo, porque acho difícil encontrar as palavras certas. Com frequência faço vários rascunhos mesmo que sejam de coisas simples			
28.	Nunca quereria tentar saltar de um avião, com ou sem pára-quadras			
29.	Não gosto de nenhum dos odores corporais			

30.	As diferenças entre as várias marcas são muitas			
31.	Um bom quadro deve transmitir sentimentos de paz e segurança			
32.	Fantasio, muitas vezes, com um modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho			
33.	Prefiro ter amigos que sejam previsíveis e nos quais possa confiar			
34.	Comprar prendas para os amigos é frequentemente difícil.			
35.	Gostaria de aprender a pilotar um avião			
36.	Prefiro pessoas que sejam calmas e até mesmo moderadas			
37.	Não gostaria de aprender a pilotar um avião			
38.	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar			
39.	Acho desagradável ver as pessoas com roupas estranhas e esquisitas			
40.	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro			
41.	Sou muito cauteloso no que toca a experimentar produtos novos e diferentes			
42.	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras			

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
43.	Gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado			
44.	Gosto de alguns dos odores corporais			
45.	Não suporto andar à boleia com alguém que goste de acelerar			
46.	Quando vou viajar gosto de planear cuidadosamente o meu percurso e os meus horários.			
47.	Nunca me contento com a 2ª melhor opção			
48.	Gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber			
49.	É-me difícil alugar filmes, estou sempre indeciso sobre qual deles é o melhor			
50.	Num dia frio, mal posso esperar por chegar a casa			
51.	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar			
52.	Frequentemente encontro beleza nas cores contrastantes e nas formas irregulares das pinturas modernas			
53.	Sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado			
54.	O objectivo de vida mais importante é o de encontrar paz e alegria			
55.	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo			
56.	Considero que as corridas de carros são desagradáveis			
57.	Não gosto que esteja a acontecer muita coisa à minha volta			
58.	Mal posso esperar por uma boa noite de descanso, após um dia longo de trabalho			
59.	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante			
60.	Raramente mudo a decoração e as mobílias na minha casa			
61.	Não me interessa por poesia			
62.	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte			
63.	Prefiro continuar a utilizar uma marca que costumo comprar do que experimentar algo que não conheço bem			
64.	Quando vou viajar prefiro ficar num conforto de um bom quarto e de boa uma cama			

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
65.	Gosto de tocar e sentir esculturas			
66.	Gosto de mergulhar ou saltar para a água fria			

67.	Um bom quadro deve chocar e mexer com os sentidos			
68.	Gosto das sensações de assistir a corridas de carros			
69.	Mesmo quando faço uma escolha que resulta bem, sinto uma espécie de fracasso se descubro que outra escolha teria corrido melhor			
70.	Quando estou num sítio que não conheço bem prefiro recorrer a um guia			
71.	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos			
72.	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade			
73.	Na maioria das vezes, como o mesmo tipo de comida			
74.	Prefiro ter amigos que sejam de confiança e previsíveis em vez de amigos excitantes e imprevisíveis			
75.	Possuir seguro de vida é indispensável para qualquer pessoa			
76.	O pior pecado social é ser-se aborrecido			
77.	Gostava de ter vivido nos dias mais agitados da nossa história			
78.	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo			
79.	Não importa quão satisfeito estou o meu trabalho, sinto-me bem por estar sempre à procura de oportunidades melhores			
80.	Gosto do conforto familiar que me trazem os amigos de sempre			
81.	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações			
82.	Quando vou viajar prefiro acampar			
83.	Gosto de comer alimentos exóticos			
84.	Não gosto discutir algo com pessoas que têm ideias demasiado divergentes das minhas, pois não há maneira de resolver essas discussões			
85.	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias			
86.	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis			
87.	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito			

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
88.	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas			
89.	Fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras			
90.	Às vezes, gostava de ser alpinista			
91.	Gostaria de experimentar praticar um desporto aquático			
92.	Quando estou seguro sinto-me no meu melhor			
93.	Não gostaria de experimentar uma das novas técnicas de terapia de grupo que envolvem sensações corporais estranhas			
94.	Quando entro em água fria, faço-o gradualmente para o meu corpo se habituar			
95.	Gostaria de viver numa sociedade ideal onde todos estão seguros e felizes			
96.	A maioria das pessoas gasta demasiado dinheiro em seguros de vida			
97.	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis			
98.	Costumo pedir pratos que me são familiares de modo a evitar ficar desapontada e situações desagradáveis			
99.	Gostaria de saltar de pára-quadras			
100.	Não compreendo as pessoas que arriscam a sua vida ao escalar montanhas			
101.	Quando penso na minha vida, muitas vezes percebo que deixei passar oportunidades			

102.	Se gosto de uma marca, raramente a mudo só para experimentar algo diferente			
103.	Sinto-me revigorado pela brisa de um dia frio			
104.	O pior pecado social é ser-se mal-educado			
105.	Não gostaria de experimentar praticar um desporto aquático			
106.	Gostaria de conduzir ou andar de mota			
107.	Por vezes gosto de provocar excitação			
108.	Quando vou às compras, tenho dificuldade em encontrar roupa de que realmente goste			
109.	Raramente mudo os quadros das paredes			
110.	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo			
111.	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes			

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
112.	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares			
113.	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível			
114.	Sinto um certo prazer em realizar tarefas rotineiras			
115.	É difícil escolher qual a melhor marca			
116.	As pessoas que andam de mota devem sentir uma necessidade inconsciente de se magoarem			
117.	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras			
118.	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas			
119.	Não gosto de fazer coisas perigosas só por diversão			
120.	Embora certos produtos alimentares estejam disponíveis em vários sabores, tenho tendência a escolher sempre o mesmo sabor			
121.	Ficaria satisfeito por viver na mesma casa durante o resto da minha vida			
122.	Evito sítios agitados e barulhentos			
123.	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa			
124.	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir			
125.	Quando encontro o caminho mais rápido e fácil para um sítio, continuo a utilizá-lo			
126.	Gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias			
127.	A minha casa ideal é pacífica e silenciosa			
128.	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo			
129.	Gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária			
130.	Não gostaria de praticar desportos perigosos como escalada, pilotar aviões ou paraquedismo			
131.	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias			
132.	Apenas me interesso por aquilo que preciso de saber			
133.	Preferiria um emprego que fosse sempre no mesmo local			
134.	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço zapping à procura de outras opções			

		Variedade	Estabilidade	Não relacionada
135.	Gostaria de não ter de desperdiçar tanto tempo do meu dia a dormir			
136.	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado			
137.	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal			
138.	Gosto de correr sobre os montes de folhas secas			
139.	Nunca reparo em texturas			
140.	Não gosto da irregularidade da maioria da música moderna			
141.	Não gostaria de ser hipnotizado			
142.	Sou muito exigente comigo, independentemente do que faça			
143.	Se fosse vendedor, preferia ter um salário fixo em vez de correr o risco de ganhar pouco ou nada devido às comissões			

Anexo E: Resultado do teste para selecção dos itens³

		variedade	estabilidade	Não relacionada
1.	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito	6	2	2
2.	Preferiria um emprego que fosse sempre no mesmo local.	1	8	0
3.	Sinto-me revigorado pela brisa de um dia frio	3	1	6
4.	Num dia frio, mal posso esperar por chegar a casa	0	4	6
5.	Sinto um certo prazer em realizar tarefas rotineiras	1	9	0
6.	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras	9	0	1
7.	Às vezes, gostava de ser alpinista	4	1	5
8.	Não compreendo as pessoas que arriscam a sua vida ao escalar montanhas	0	6	4
9.	Não gosto de nenhum dos odores corporais	1	1	8
10.	Gosto de alguns dos odores corporais	3	0	7
11.	Fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras	5	2	3
12.	Gosto do conforto familiar que me trazem os amigos de sempre	1	7	2
13.	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me	5	2	3
14.	Quando estou num sítio que não conheço bem prefiro recorrer a um guia.	1	7	2
15.	Quando encontro o caminho mais rápido e fácil para um sítio, continuo a utilizá-lo	0	5	5
16.	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar	10	0	0
17.	Não gostaria de experimentar qualquer droga que pudessem ter efeitos estranhos e perigosos em mim	0	4	6
18.	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações	6	1	3
19.	Gostaria de viver numa sociedade ideal onde todos estão seguros e felizes	0	5	5
20.	Gostava de ter vivido nos dias mais agitados da nossa história	5	2	3
21.	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo	7	0	3
22.	Uma pessoa sensata evita actividades que são perigosas	0	6	4
23.	Costumo pedir pratos que me são familiares de modo a evitar ficar desapontada e situações desagradáveis	1	8	1

³ A cinzento encontram-se os itens que foram abandonados e a negrito os que foram convertidos.

24.	Gosto de experimentar pratos novos	8	2	0
25.	Não suporto andar à boleia com alguém que goste de acelerar	1	2	7
26.	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante	5	1	4
27.	Se fosse vendedor, preferia ter um salário fixo em vez de correr o risco de ganhar pouco ou nada devido às comissões	1	6	3
28.	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo	5	0	5
29.	Gostaria de experimentar praticar um desporto aquático	4	1	5
30.	Não gostaria de experimentar praticar um desporto aquático	0	5	5
31.	Não gosto discutir algo com pessoas que têm ideias demasiado divergentes das minhas, pois não há maneira de resolver essas discussões	0	8	2
32.	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias	6	1	3
33.	Quando vou viajar gosto de planear cuidadosamente o meu percurso e os meus horários.	0	9	1
34.	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos	9	0	1
35.	Gosto das sensações de assistir a corridas de carros	1	0	9
36.	Considero que as corridas de carros são desagradáveis	0	2	8
37.	A maioria das pessoas gasta demasiado dinheiro em seguros de vida	0	1	9
38.	Possuir seguro de vida é indispensável para qualquer pessoa	0	3	7
39.	Gostaria de aprender a pilotar um avião	2	2	6
40.	Não gostaria de aprender a pilotar um avião	0	3	7
41.	Não gostaria de ser hipnotizado	0	4	6
42.	Gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado	6	1	3
43.	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa	10	0	0
44.	O objectivo de vida mais importante é o de encontrar paz e alegria	1	4	5
45.	Gostaria de saltar de pára-quadras	4	0	6
46.	Nunca quereria tentar saltar de um avião, com ou sem pára-quadras	2	5	3
47.	Quando entro em água fria, faço-o gradualmente para o meu corpo se habituar	0	3	7
48.	Gosto de mergulhar ou saltar para a água fria	2	1	7
49.	Não gosto da irregularidade da maioria da música moderna	0	8	2
50.	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares	8	1	0
51.	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis	6	2	2
52.	Prefiro ter amigos que sejam previsíveis e nos quais possa confiar	0	9	1
53.	Quando vou viajar prefiro ficar num conforto de um bom quarto e de boa cama	1	3	6
54.	Quando vou viajar prefiro acampar	3	1	6
55.	A essência da boa arte reside na sua clareza, simetria das formas e harmonia de cores	0	8	2
56.	Frequentemente encontro beleza nas cores contrastantes e nas formas irregulares das pinturas modernas	4	1	5
57.	O pior pecado social é ser-se mal-educado	2	2	6
58.	O pior pecado social é ser-se aborrecido	3	0	7
59.	Mal posso esperar por uma boa noite de descanso, após um dia longo de trabalho	0	3	7
60.	Gostaria de não ter de desperdiçar tanto tempo do meu dia a dormir	1	1	8
61.	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis	5	1	4
62.	Prefiro pessoas que sejam calmas e até mesmo moderadas	1	6	3
63.	Um bom quadro deve chocar e mexer com os sentidos	4	1	4
64.	Um bom quadro deve transmitir sentimentos de paz e segurança	1	4	4
65.	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar relaxando e realizando actividades calmantes	0	5	5
66.	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes	8	1	1

67.	As pessoas que andam de mota devem sentir uma necessidade inconsciente de se magoarem	0	2	8
68.	Gostaria de conduzir ou andar de mota	6	1	3
69.	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar	8	2	0
70.	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas	8	2	0
71.	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos	5	2	3
72.	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países	7	1	2
73.	Gosto de comer alimentos exóticos	4	0	6
74.	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade	7	3	0
75.	Prefiro comer comida a que estou habituado	0	10	0
76.	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado	8	1	1
77.	Sempre que faço uma escolha, pergunto-me o que teria acontecido se tivesse escolhido de outro modo	3	2	5
78.	Sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado	7	1	2
79.	Mesmo quando faço uma escolha que resulta bem, sinto uma espécie de fracasso se descubro que outra escolha teria corrido melhor	3	1	6
80.	Quando penso na minha vida, muitas vezes percebo que deixei passar oportunidades	0	3	7
81.	A partir do momento em que tomo uma decisão, já não penso mais nisso	1	5	4
82.	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço zapping à procura de outras opções.	9	1	0
83.	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir	9	1	0
84.	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal	7	1	2
85.	Não importa quão satisfeito estou o meu trabalho, sinto-me bem por estar sempre à procura de oportunidades melhores	4	1	5
86.	Fantasia, muitas vezes, com modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho	10	0	0
87.	Sou fã das listas que organizam as coisas por ranking (os melhores filmes, cantores, atletas, livros...)	1	3	6
88.	Comprar prendas para os amigos é frequentemente difícil.	1	2	7
89.	Quando vou às compras, tenho dificuldade em encontrar roupa de que realmente goste	3	2	5
90.	É-me difícil alugar filmes, estou sempre indeciso sobre qual deles é o melhor	2	1	7
91.	Sinto dificuldade em escrever mesmo que seja uma carta a um amigo, porque acho difícil encontrar as palavras certas. Com frequência faço vários rascunhos mesmo que sejam de coisas simples	1	1	8
92.	Sou muito exigente comigo, independentemente do que faça	2	1	7
93.	Nunca me contento com a 2ª melhor opção	2	1	7
94.	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento	8	0	2
95.	Raramente mudo os quadros das paredes	1	8	1
96.	Não me interesso por poesia	0	3	7
97.	Acho desagradável ver as pessoas com roupas estranhas e esquisitas	0	7	3
98.	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas	9	0	1
99.	Prefiro pessoas e sítios familiares	0	9	1
100.	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas	9	1	0
101.	Gosto de tocar e sentir esculturas	1	2	7
102.	Não gosto de fazer coisas perigosas só por diversão	1	5	4
103.	Prefiro um estilo de vida rotineiro do que um imprevisível e cheio de mudanças	1	9	0
104.	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível	5	0	5

105.	Gosto de correr sobre os montes de folhas secas	1	1	8
106.	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo	7	0	3
107.	Prefiro ter amigos que sejam de confiança e previsíveis em vez de amigos excitantes e imprevisíveis	1	6	3
108.	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro	8	0	2
109.	Não gostaria de experimentar uma das novas técnicas de terapia de grupo que envolvem sensações corporais estranhas	0	8	2
110.	Por vezes gosto de provocar excitação	5	1	4
111.	Nunca reparo em texturas	0	2	8
112.	Gosto de surpresas	8	1	1
113.	A minha casa ideal é pacífica e silenciosa	1	3	6
114.	Na maioria das vezes, como o mesmo tipo de comida	1	9	0
115.	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo	9	0	1
116.	Gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária	9	0	1
117.	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me	6	1	3
118.	Os desenhos e os padrões devem ser arrojados e excitantes	4	2	4
119.	Quando estou seguro sinto-me no meu melhor	1	6	3
120.	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro	5	1	4
121.	Não presto muita atenção ao ambiente que me rodeia	1	3	6
122.	Não gosto da sensação do vento no meu cabelo	2	3	5
123.	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias	8	2	0
124.	Raramente mudo a decoração e as mobílias na minha casa	0	10	0
125.	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte	8	0	2
126.	Não gostaria de praticar desportos perigosos como escalada, pilotar aviões ou paraquedismo	0	3	7
127.	Não gosto que esteja a acontecer muita coisa à minha volta.	1	7	2
128.	Apenas me interesso por aquilo que preciso de saber	1	4	5
129.	Gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias	10	0	0
130.	Ficaria satisfeito por viver na mesma casa durante o resto da minha vida	1	9	0
131.	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar	9	1	0
132.	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo	10	0	0
133.	Evito sítios agitados e barulhentos	1	4	5
134.	Gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber	5	0	5
135.	Prefiro continuar a utilizar uma marca que costumo comprar do que experimentar algo que não conheço bem	0	10	0
136.	Quando vou a um restaurante, considero que é mais seguro pedir pratos a que estou habituado	0	9	1
137.	Se gosto de uma marca, raramente a mudo só para experimentar algo diferente	0	10	0
138.	Sou muito cauteloso no que toca a experimentar produtos novos e diferentes	1	9	0
139.	Embora certos produtos alimentares estejam disponíveis em vários sabores, tenho tendência a escolher sempre o mesmo sabor	1	9	0
140.	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras	9	1	0
141.	As diferenças entre as várias marcas são muitas	2	3	5
142.	As diferenças entre as várias marcas são difíceis de julgar	3	3	4
143.	É difícil escolher qual a melhor marca	6	2	2

Anexo F: Itens da escala final

		variedade	estabilidade	Não relacionada
1.	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito	6	2	2
2.	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras	9	0	1
3.	Fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras	5	2	3
4.	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me	5	2	3
5.	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar	10	0	0
6.	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações	6	1	3
7.	Gostava de ter vivido nos dias mais agitados da nossa história	5	2	3
8.	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo	7	0	3
9.	Gosto de experimentar pratos novos	8	2	0
10.	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante	5	1	4
11.	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo	5	0	5
12.	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias	6	1	3
13.	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos	9	0	1
14.	Gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado	6	1	3
15.	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa	10	0	0
16.	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares	8	1	0
17.	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis	6	2	2
18.	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis	5	1	4
19.	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes	8	1	1
20.	Gostaria de conduzir ou andar de mota	6	1	3
21.	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar	8	2	0
22.	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas	8	2	0
23.	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos	5	2	3
24.	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países	7	1	2
25.	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade	7	3	0
26.	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado	8	1	1
27.	Sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado	7	1	2
28.	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço zapping à procura de outras opções.	9	1	0
29.	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir	9	1	0
30.	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal	7	1	2
31.	Fantasio, muitas vezes, com modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho	10	0	0
32.	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento	8	0	2
33.	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas	9	0	1
34.	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas	9	1	0
35.	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível	5	0	5
36.	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro	8	0	2
37.	Por vezes gosto de provocar excitação	5	1	4

38.	Gosto de surpresas	8	1	1
39.	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo	9	0	1
40.	Gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária	9	0	1
41.	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me	6	1	3
42.	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro	5	1	4
43.	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias	8	2	0
44.	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte	8	0	2
45.	Gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias	10	0	0
46.	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar	9	1	0
47.	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo	10	0	0
48.	Gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber	5	0	5
49.	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras	9	1	0
50.	É difícil escolher qual a melhor marca	6	2	2

Anexo G – Aleatorização dos 50 itens

36	Não gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito
44	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras
48	Não fico aborrecido por ver sempre as mesmas caras
42	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me
33	Por vezes faço caminhos diferentes para os sítios onde vou frequentemente só para variar
43	Gostaria de experimentar algumas das drogas novas que provocam alucinações
28	Não gostaria de ter vivido nos dias mais agitados da nossa história
8	Por vezes, gosto de fazer coisas que metem um pouco de medo
45	Não gosto de experimentar pratos novos
50	Por vezes, gosto de acelerar porque é entusiasmante
20	Se fosse vendedor, preferia receber à comissão se tivesse a possibilidade de receber mais dinheiro do que com um salário fixo
7	Considero mais estimulante discutir algo com pessoas que discordam das minhas ideias
15	Não gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos
32	Não gostaria de passar pela experiência de ser hipnotizado
5	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa
4	Gosto de ouvir tipos de música novos e invulgares
49	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis
11	Prefiro pessoas que sejam expressivas emocionalmente ainda que sejam um pouco instáveis
40	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes
31	Não gostaria de conduzir ou andar de mota
3	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar
17	Quando estou a preparar refeições, não gosto de experimentar novas receitas
25	Não acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos
21	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países

38	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade
18	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado
26	Sempre que faço uma escolha, procuro informações sobre como as outras alternativas teriam resultado
23	Quando estou a ver televisão, mesmo que esteja a ver um dado programa faço zapping à procura de outras opções
27	Quando estou a ouvir rádio, costumo procurar o que está a dar nas outras estações mesmo que esteja relativamente satisfeito com aquilo que estou a ouvir
9	Lido com as minhas relações como lido com a roupa: depois de experimentar muito é que se encontra a peça ideal
16	Fantasio, muitas vezes, com modos de vida bem diferentes daquele que actualmente tenho
46	Quando tenho de realizar uma escolha, tento imaginar quais as outras possibilidades, mesmo aquelas a que não estão disponíveis de momento
6	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas
37	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas
39	Os outros vêem-me como uma pessoa previsível
35	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro
34	Por vezes gosto de provocar excitação
29	Não gosto de surpresas
10	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo
13	Não gosto de experienciar novidade e mudança na minha rotina diária
12	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me
41	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro
22	Gosto de ir a sítios diferentes quase todos os dias
19	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte
2	Não gosto de conhecer pessoas que me transmitem novas ideias
1	Não gosto de actividades que estão constantemente a mudar
14	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo
47	Não gosto de olhar para imagens que sejam difíceis de perceber
24	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras
30	É difícil escolher qual a melhor marca

Anexo H - Teste da escala final

Anexo H1 – Escala Inicial

Item n°	Factores	1	2
36	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro	,783	,111
47	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo	,671	-,021
2	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras	,582	,082
33	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas	,559	-,125
34	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas	,551	-,105
1	Gostaria de ter um emprego onde fosse necessário viajar muito	,527	-,011
15	O objectivo de vida mais importante é o de viver a vida ao máximo e experienciar o mais que se possa	,520	,015
19	Quando me sinto desmoralizado, tento recuperar através de uma saída e da realização de actividades novas e excitantes	,508	-,051

17	Prefiro ter amigos que sejam imprevisíveis	,492	,107
4	Gosto de explorar uma cidade desconhecida por mim próprio mesmo se isso implicar perder-me	,470	-,075
40	Gosto de experimentar novidade e mudança na minha rotina diária	,468	-,032
13	Gostaria de embarcar numa viagem sem rotas nem horários pré-definidos	,454	,037
35	Os outros vêem-me como uma pessoa imprevisível	,442	,001
46	Gosto de actividades que estão constantemente a mudar	,386	-,074
39	Em criança, imaginava muitas vezes sair de casa para ir explorar o mundo	,373	-,127
42	Gostaria de ter um trabalho num jornal como correspondente no estrangeiro	,354	-,058
26	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado	-,062	-,813
9	Gosto de experimentar pratos novos	-,097	-,786
23	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos	,007	-,705
21	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar	,045	-,685
24	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países	,044	-,633
22	Quando estou a preparar refeições, gosto de experimentar novas receitas	-,078	-,521
25	Num menu, são os pratos que não me são familiares que me despertam curiosidade	,073	-,391
49	Gosto de arriscar e comprar marcas a que não estou habituado só para ter variedade nas minhas compras	,173	-,352
44	Interesso-me por interpretações inovadoras e diversificadas de diferentes formas de arte	,199	-,343
41	As lojas com centenas de ervas e fragrâncias exóticas fascinam-me	,054	-,339

$KMO = .903$

Teste de esfericidade de Bartlett = 5027,346; $p < 0,001$

Variância explicada = 31%

Anexo H2 – Escala reduzida

Item n°	Factores	1	2
9	Gosto de experimentar pratos novos	,787	-,058
26	Tenho curiosidade sobre produtos alimentares a que não estou habituado	,780	-,019
23	Acho piada a experimentar alimentos que me são desconhecidos*	,743	,002
21	Quando vou comer fora, gosto de experimentar os pratos mais invulgares, mesmo que não tenha a certeza de que vá gostar	,657	,075
24	Tenho muita curiosidade em saber que tipos de alimentos comem as pessoas de outros países	,615	,044
36	Prefiro um estilo de vida imprevisível cheio de mudança a um rotineiro	-,109	,825
34	Quando as coisas ficam aborrecidas, gosto de procurar experiências novas	,091	,587
47	Gostaria de ter um trabalho que me oferecesse variedade, mudança e a possibilidade de viajar mesmo que isso implicasse algum perigo	,076	,578
2	Embora às vezes seja necessário, habitualmente não aprecio tarefas rotineiras	-,071	,568
33	Estou constantemente à procura de ideias e experiências novas	,135	,538

$KMO = .860$

Teste de esfericidade de Bartlett = 2103,971; $p < 0,001$

Variância explicada = 46,7%

