



Departamento de Psicologia Social e das Organizações

Marca a Minha Personalidade:  
Transferência de Traços de uma Marca para um Indivíduo  
e Limitações para a sua Ocorrência

Tiago Martins Clérigo

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

Orientadora:

Professora Doutora Rita Jerónimo, Professora auxiliar, ISCTE-IUL; CIS-IUL

Co-orientadora:

Professora Doutora Tânia Montenegro Ramos, Investigadora Pós-Doc. FPCE UL

Setembro, 2013

American Psychological Association (PsycINFO Classification Categories and Codes):

3000 Social Psychology

3040 Social Perception & Cognition

3900 Consumer Psychology

3940 Marketing & Advertising

“The monogram must have been sent round every airport carousel in the world, and been through every cruise terminal and train station. The legendary signature has *adventure* embedded in its core.”

Tyler Brulée

## **Agradecimentos**

Chegando ao fim deste percurso académico, de regresso à casa que me licenciou agora para concluir o mestrado, tenho que agradecer a todos aqueles que fizeram parte desta minha (re)nova(da) experiência académica. À Raquel, que fez parte de ambos os momentos (e não só), estando lá em cada café, biblioteca e esplanada, através de todos os pontos de situação, primeiras versões de todos os documentos e todas as apresentações. Obrigado pela companhia.

Gostaria de agradecer ao DEPSO/ISCTE-IUL por me facultar todas as condições para a concretização deste projecto e participantes para as recolhas através do SPI, ao Professor Mauro Bianchi e alunos de Unidade Curricular de Percepção de Pessoas e Relações Interpessoais pela recolha de dados para o Estudo 1, e ao LAPSO e Dra. Helena Santos pela disponibilização dos recursos necessários e apoio à recolha de dados para o Estudo 2.

A todos os meus amigos um muito obrigado pelo acompanhamento, preocupação, palavras, mensagens, gestos de apoio e persistência em combinar coisas comigo apesar das negas.

Aos meus colegas de trabalho, por motivarem a ir um pouco mais além, pelo entusiasmo e encorajamento que sempre me foram dando (e paciência a ouvirem o meu entusiasmo sobre o tema).

Por fim, um agradecimento especial às minhas orientadoras, Professora Rita Jerónimo, e Professora Tânia Ramos, bem como ao meu orientador “não-oficial” Professor Mário Ferreira (devia poder colocar mais um nome na capa), pela presença e participação contínua ao longo do último ano, acompanhamento crítico, por vezes em tempos *record*, que me ajudaram a crescer para desenvolver este trabalho. O meu muito obrigado.

À minha mãe e ao meu pai, pelos pormenores mais simples até aos mais importantes. Por me confiarem as escolhas.

## **Resumo**

Há razoável evidência na literatura para o fato de que os traços de personalidade que são espontaneamente inferidos a partir de um comportamento podem ser associados ao ator de tal comportamento (inferência espontânea de traço - IET) ou transferidos espontaneamente para um outro alvo incidentalmente presente no contexto (transferência espontânea de traço - TET), mesmo que este seja um objeto inanimado (Brown & Bassili, 2002). Está também estabelecida a possibilidade de transferência, para indivíduos, de traços associados a símbolos incidentalmente presentes no contexto (Carlston & Mae, 2007). Através de uma adaptação do paradigma do falso reconhecimento de Todorov e Uleman (2002), no qual é introduzida uma tarefa explícita de atribuição de traços de personalidade, obtivemos evidência para um processo de transferência semelhante a partir de logos de marcas para indivíduos (Experimento 1). O Experimento 2 explora as condições necessárias para que esse processo ocorra, mostrando que essa transferência só é passível de ocorrer quando o traço da marca não é incongruente com o traço implicado pelo comportamento simultaneamente exibido pelo indivíduo alvo de transferência. Tais resultados são discutidos em termos dos limites para a ocorrência de TET, bem como relativamente às suas implicações práticas para o Marketing e para o Comportamento do Consumidor.

### **Abstract**

There is fair empirical evidence to the fact that personality traits that are spontaneously inferred from a behavior can become associated either to the actor of the behavior (spontaneous trait inference - STI) or spontaneously transferred to a target incidentally present (spontaneous trait transference - STT), even when this is an inanimate object (Brown & Bassili, 2002). Some authors also demonstrated the transference, to individuals, of traits associated to symbols incidentally present (Carlston & Mae, 2007). In an adaptation of Todorov and Uleman's (2002) false recognition paradigm, in which a trait attribution task was added, we found evidence for a similar trait transference from brand logos to individuals (Experiment 1). Experiment 2 explores, with the same paradigm, the necessary conditions for this process to occur, and shows that trait transference occurs only when the brand's trait is not incongruent with the trait implied by the behavior exhibited by the target individual. These findings are discussed in terms of the limits of STT, and in relation to their practical implications for Marketing and Consumer Behavior.

Key Words:

Impression formation; spontaneous trait transference; brand personality

## Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>CAPÍTULO I: ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....</b>  | <b>1</b>  |
| <i>Introdução Geral .....</i>   | <i>2</i>  |
| <i>1. Relação entre Personalidade da Marca e Personalidade do Consumidor.....</i>             | <i>3</i>  |
| <i>2. Contribuição do Estudo das Inferências Espontâneas de Traço .....</i>                   | <i>5</i>  |
| <i>2.1. Evidências da ocorrência de Inferências Espontâneas de Traço.....</i>                 | <i>5</i>  |
| <i>2.2. Evidências para a Transferência Espontânea de Traços .....</i>                        | <i>8</i>  |
| <i>2.3. Limitações à Ocorrência das Inferências e Transferências Espontâneas de Traços ..</i> | <i>9</i>  |
| <i>2.4. Transferência Espontânea de Traços de Objetos para Atores.....</i>                    | <i>10</i> |
| <i>3. A Presente Proposta.....</i>  | <i>11</i> |
| <b>CAPÍTULO II: ESTUDOS EMPÍRICOS.....</b>  | <b>14</b> |
| <i>Estudo 1 .....</i>   | <i>15</i> |
| <i>Método.....</i>  | <i>16</i> |
| <i>Resultados.....</i>  | <i>19</i> |
| <i>Discussão .....</i>  | <i>22</i> |
| <i>Estudo 2 .....</i>   | <i>23</i> |
| <i>Método.....</i>  | <i>23</i> |
| <i>Resultados.....</i>  | <i>25</i> |
| <i>Discussão .....</i>  | <i>26</i> |
| <b>CAPÍTULO III: DISCUSSÃO GERAL E CONCLUSÕES.....</b>  | <b>28</b> |
| <i>Discussão Geral.....</i>   | <i>29</i> |
| <i>Conclusão .....</i>  | <i>33</i> |

# **ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

## Introdução Geral

Duas mulheres passam por mim na rua no mesmo instante, vestidas de forma similar, mas uma traz uma Gucci no braço e a outra uma mala que não consigo identificar, provavelmente de uma marca com um posicionamento que não reconheço. A minha impressão sobre as duas mulheres – classe social, profissão, personalidade – não será provavelmente a mesma. Também elas ao comprarem, ou ao escolherem usar naquele dia, aquelas malas, terão tomado essa decisão com um objectivo – eventualmente o de transmitirem aos outros uma determinada imagem de si mesmas.

Os bens de consumo traduzem significados culturais, que por sua vez se movem para o consumidor individual (McCracken, 1986). A própria intenção de compra é influenciada pelo desejo do consumidor associar a imagem do produto ao seu *self* ou ao *self* ideal (Landon, 1974). Tendo as marcas dimensões de personalidade em alguma medida análogas às da personalidade humana (Aaker, 1997), sabemos que o consumidor tende a adquirir e/ou utilizar marcas com dimensões distintas percebidas, que salientem determinados traços da sua própria personalidade aos olhos dos outros (Aaker, 1999). Sabemos também que a estratégia adotada por várias marcas, nomeadamente no segmento de luxo, passa por trazer ou reforçar na marca características e traços de personalidade pelo recurso a celebridades ou líderes de opinião (Creswell, 2008), tentando indiretamente comunicar aos seus clientes e potenciais clientes que traços poderiam “chamar” para si próprios ao utilizá-las.

Mas qual das duas mulheres acima apresentadas seria considerada mais sofisticada, na ausência de mais informações sobre ambas? E será que o comportamento que cada uma das mulheres exhibe, enquanto transporta a mala no braço, influenciaria a minha ideia de sofisticação de cada uma delas?

São estas as duas questões que estão na base do presente estudo, e que conduziram ao estabelecimento de dois objetivos centrais: por um lado, verificar a possibilidade de ocorrência de transferência de traços de personalidade de marcas para os seus utilizadores e, por outro, testar limites a essa ocorrência, alargando a investigação das Inferências (IET) e Transferências Espontâneas de Traço (TET) para objetos que nos rodeiam no dia-a-dia sob as mais variadas formas, e que podem interferir nas impressões que outros formam sobre nós (e.g., Carlston & Skowronski, 2005)

O Marketing tem, naturalmente, explorado a transferência de características de celebridades ou líderes de opinião para os produtos ou marcas que a eles se associam, (e.g., Kahle & Homer, 1985; Kamins, 1990; Till & Busler, 2000) mas explora menos a relação inversa – que características podem ser transferidas de uma marca para o consumidor.

Também no âmbito do Comportamento do Consumidor, pouco parece ter sido explorado neste âmbito, com uma exceção recente do trabalho de Fennis e Pruyn (2007) que procuraram evidências para a influência das marcas na formação de impressões acerca dos seus utilizadores.

O domínio da Cognição Social oferece, por seu turno, ampla inspiração aos nossos objetivos, tendo a sua literatura já demonstrado que espontaneamente transferimos traços de personalidade, inferidos a partir do comportamento de uma pessoa (Transferência Espontânea de Traços; TET), para atores incidentalmente presentes no contexto desse comportamento (Carlston, Skowronski & Sparks, 1995), para meros comunicadores desses comportamentos (Skowronski, Carlston, Mae & Crawford, 1998; Mae, Carlston & Skowronski, 1999), ou até mesmo para objetos inanimados (Brown & Bassili, 2002), incluindo marcas (Caetano, 2008; Ferreira, 2009; Queijo, 2010). Também no domínio do estudo das TET, foi já obtida evidência preliminar para a possibilidade de transferência, para indivíduos, de traços associados a símbolos incidentalmente presentes no contexto (Carlston & Mae, 2007). O presente trabalho expande este processo ao domínio das marcas.

### **1. Relação entre Personalidade da Marca e Personalidade do Consumidor**

De modo a imprimir características específicas de personalidade nas marcas, aumentando assim a probabilidade dos consumidores as pretenderem adquirir para salientarem determinados traços da sua própria personalidade, é comum a várias estratégias de posicionamento<sup>1</sup> a introdução de celebridades ou líderes de opinião em campanhas publicitárias ou ações de relações públicas (RP), que transmitam determinadas características à marca. Por exemplo, nos E.U.A., entre 14% a 19% dos anúncios transmitidos em anos recentes contiveram celebridades, e em mercados emergentes esse número atingiu mais do dobro desse valor (Creswell, 2008). Este número é impressionante, até porque a utilização de personalidades conhecidas do grande público para uma marca massificada como a L'Óreal (Eva Longoria ou Beyoncé) ou para uma marca de nicho como a Omega (Nicole Kidman) – comporta investimentos extremamente avultados. Deixa, assim, aos profissionais de Marketing a responsabilidade de justificar este investimento, comprovando a eficácia da sua estratégia.

---

<sup>1</sup> O posicionamento de uma marca consiste em criar, na mente dos consumidores, uma imagem distintiva para essa marca e, simultaneamente, diferenciada da de outras marcas (Ries & Trout, 1981); os traços de personalidade que os consumidores atribuem a uma marca contribuem de forma determinante para a imagem da marca (Aaker, 1997)

A eficácia da utilização de celebridades ou líderes de opinião na comunicação das marcas tem sido naturalmente estudada pela área do Marketing, em grande parte para testar a associação entre a celebridade e a marca – a denominada hipótese de “match-up” (Kahle & Homer, 1985). Vários estudos procuraram validar esta hipótese, por exemplo para a atratividade (Kamins, 1990) ou para a competência em determinado campo de atividade (Till & Busler, 2000): celebridades atraentes comunicam mais eficazmente produtos de beleza, e desportistas comunicam melhor barras energéticas, respectivamente.

Inesperadas, no entanto, são as evidências para a ocorrência do processo inverso – a melhoria de determinados atributos da celebridade pela associação à marca. No estudo de Kamins (1990), por exemplo, a celebridade atraente quando emparelhada com um anúncio a um carro passava a ser, ela própria, avaliada como mais credível.

Se a eficácia da construção da personalidade da marca por via da utilização de celebridades ou líderes de opinião tem sido relativamente bem explorada pelo Marketing, o mesmo não se verifica no que se refere ao processo inverso – o papel da marca no desenvolvimento de uma impressão acerca do seu utilizador. E, na verdade, é essa a questão que comporta maior relevância, quer para profissionais de Marketing quer para consumidores: Será que os traços de personalidade que estão associados a uma marca são transferíveis para os seus utilizadores?

Um estudo conduzido por Fennis e Pruyn (2007) na área do Comportamento do Consumidor procurou encontrar evidências para a possibilidade de ocorrência da transferência da personalidade da marca para o utilizador. Neste estudo os autores pediram aos participantes para imaginarem uma situação em que estivessem perdidos e tivessem que pedir indicações a um ator numa fotografia. O ator na fotografia vestia uma camisola neutra que, numa condição tinha um logotipo pré-testado como representativo de “competente” e, em outra condição, um logotipo pré-testado como representativo de “incompetente”. Os autores manipularam também o contexto, que podia ser consistente ou não com a dimensão de competência (um campo de golfe vs. um parque de campismo, respectivamente) e o tempo disponível para formar uma impressão acerca do ator (sem limite de tempo vs. 6 segundos). Ao pedirem aos participantes para formar uma impressão sobre o ator presente na fotografia, através de escalas tipo Likert representativas da dimensão de Competência de Aaker (1997), verificaram que a presença da marca competente fez com que os participantes avaliassem o ator como sendo mais competente do que a presença da marca incompetente. Mais, quando não foi imposto um tempo limite de realização para a tarefa, o impacto da marca competente verificou-se apenas quando o contexto era consistente com a respectiva dimensão, e não

quando era inconsistente. Pelo contrário, quando foi imposto um limite de tempo, a competência da marca afectou a atribuição dessa dimensão ao ator, independentemente do contexto.

Em resumo, apesar da possibilidade de transferência de traços de marcas para pessoas estar até aqui pouco explorada na literatura, algumas pistas dos domínios do Marketing e do Comportamento do Consumidor apontam para que tal possa ocorrer: a formação, ainda que explícita, de impressões acerca de um alvo é influenciada pela marca que este veste, podendo inclusivamente depender da existência de congruência com o contexto que o rodeia (Fennis & Pruyn, 2007), e as celebridades a que os anúncios recorrem ganham, elas próprias, atributos daquilo que anunciam (Kamins, 1990), sendo também necessária uma congruência entre características da marca e da celebridade (Till & Busler, 2000).

## **2. Contribuição do Estudo das Inferências Espontâneas de Traço**

O estudo de Fennis e Pruyn (2007) representa um primeiro contributo para o estudo da inferência e transferência de traços de uma marca para um ator. No entanto, ao ser expressamente solicitado aos participantes que formassem uma impressão acerca do ator, não foi considerada a possibilidade de ocorrência de processos cognitivos automáticos e não intencionais. De facto, a ocorrência espontânea de inferências e de transferências de traço tem sido amplamente documentada na literatura (IET – Inferências Espontâneas de Traço e TET – Transferências Espontâneas de Traço, para uma revisão ver Uleman & Saribay, 2012).

A inferência de traços, como processo integrante da formação de impressões, é um dos temas clássicos em Psicologia Social, remontando a Asch (1946) que já a concebia enquanto processo de grande rapidez e facilidade, apesar de “regularmente imperfeito” (Asch, 1946, p. 258).

O estudo inicial das inferências de traço focou-se, no entanto, maioritariamente na sua ocorrência explícita e consciente (e.g., Fiske & Taylor, 1991), deixando de lado processos automáticos, que ocorrem de forma não planeada, e inclusive sem que haja consciência da sua ocorrência, como é o caso das IET. Estas inferências (curiosamente mais próximas da noção original de Asch) definem-se atualmente como sendo passíveis de ocorrer quando um traço de personalidade é inferido por um indivíduo, a partir do comportamento de determinado ator, sem uma intenção explícita de o fazer ou sequer de formar uma impressão acerca do mesmo (Uleman, Hon, Roman & Moskowitz, 1996).

### **2.1. Evidências da ocorrência de Inferências Espontâneas de Traço**

As primeiras evidências a favor da ocorrência de IET foram encontradas por Winter e Uleman (1984), que descrevem a IET como um processo normal inerente à compreensão de um comportamento, que permite que, quer a informação comportamental, quer o traço inferido, sejam codificados em memória. Os autores encontraram evidências para este processo através de um paradigma de recordação guiada por pistas no qual os participantes tinham que memorizar um conjunto de frases implicativas de traços de personalidade (ex. a frase “O bibliotecário carregou as compras de mercearia da senhora de idade” implica o traço “prestável”). A recordação da frase seria posteriormente auxiliada pela apresentação do traço por ela implicado (ex. “prestável”), ou por uma outra palavra de forte associação semântica (ex. “livro”, facilmente associável ao bibliotecário ou “saco”, facilmente associável às compras), ou não seria auxiliada por nenhuma pista.

As pistas de traço foram eficazes na recordação das frases (tão ou mais do que as pistas semânticas – Experimento 1 e 2, respetivamente), o que indica que o traço terá sido espontaneamente inferido na fase de codificação. No entanto, estes resultados deixavam dúvidas quanto à não intencionalidade das inferências. Por exemplo Carlston e Skowronski (1994) apontam o facto de os traços apresentados como pistas poderem ajudar os participantes a recordar a frase por estarem ligados na memória a protótipos comportamentais desses traços, e não porque tenha ocorrido um processo de inferência durante a codificação do comportamento. Estes autores também colocam em causa a associação do comportamento ao ator, mencionando Bassili (1989) ou Higgins e Bargh (1987), segundo os quais o paradigma demonstra apenas uma associação traço-comportamento, mas não uma associação traço-ator.

Uleman et al. (1996) encontraram dados a favor da ocorrência de IETs por via de um outro paradigma: o paradigma de reconhecimento da palavra de teste. Este paradigma permite uma medida online das inferências, i.e., permite detectar a ocorrência de inferências durante a compreensão/codificação do comportamento. Neste estudo, os autores apresentaram aos participantes frases, umas implicativas de traço e outras neutras. Imediatamente a seguir a cada frase, os participantes tinham que decidir, rapidamente, se uma determinada palavra tinha estado ou não presente na frase anterior. Quando a palavra era o traço implicado pelo comportamento descrito pela frase (mas não presente na frase), os participantes cometiam mais erros e demoravam mais tempo a dar uma resposta correta do que quando o traço era apresentado depois de uma frase neutra.

Baseando-se na ideia de que informação já presente na memória é fácil de aprender novamente, Carlston e Skowronski (1994) encontraram evidências para a ocorrência de IET através do seu paradigma da reaprendizagem. Metodologicamente mais complexo, neste

paradigma são apresentados inicialmente pares compostos por uma descrição comportamental e uma fotografia de uma face. Alguns comportamentos são implicativos de um traço e outros não. Na fase seguinte, são apresentados pares compostos por uma fotografia e um traço. Nos casos em que as fotografias tinham sido emparelhadas com um comportamento implicativo, as fotografias são agora emparelhadas com o traço implicado pela descrição com a qual tinham sido apresentadas na primeira fase. Caso tenha ocorrido uma inferência na primeira fase, esta nova exposição constitui uma reaprendizagem. Nos outros casos, as fotografias são emparelhadas com novos traços, uma vez que os comportamentos não implicavam nenhum traço em particular. Na tarefa de teste, as faces são novamente apresentadas e os participantes têm que recordar qual o traço que lhes estava associado. Vários estudos verificaram que a recordação é mais elevada quando a face é emparelhada inicialmente com a descrição implicativa de traço, indicando que teria ocorrido na primeira fase uma inferência que facilitaria a aprendizagem posterior. Ainda assim, Todorov e Uleman (2002) apontam uma possível limitação a estes resultados: a simples descrição comportamental, sendo muito detalhada, parece sugerir que sejam realizadas inferências de traço (apesar de ser apenas pedido aos participantes que se familiarizem com o material), pondo em causa a espontaneidade da inferência.

Através do seu paradigma de falso reconhecimento, Todorov e Uleman (2002) demonstraram a ocorrência de IETs, tentando ultrapassar algumas das limitações apontadas aos paradigmas anteriores. Por exemplo, no seu Experimento 2, os autores apresentavam aos participantes pares compostos pela fotografia de uma face e uma descrição comportamental implicativa de traço, em alguns casos com o traço explicitamente incluído na frase (ex. “O André era tão agressivo que ameaçou bater-lhe caso ela não retirasse o que tinha dito”) e noutros sem o traço explicitamente presente (ex. “Ele ameaçou bater-lhe caso ela não retirasse o que tinha dito”). Na fase seguinte, eram apresentadas as mesmas faces, agora emparelhadas cada uma com um traço que seria ou a) o traço presente na frase, ou b) o traço implicado pelo comportamento, ou c) o traço implicado por outro comportamento, ou d) um traço novo (controlo). A tarefa dos participantes consistia em indicar se o traço era novo (não tinha estado presente na frase) ou antigo (tinha estado presente na frase). A resposta correta para os traços implicados seria sempre que eram “novos”, uma vez que nunca tinham sido realmente incluídos nas mesmas. Apesar disso, ocorreu um maior falso reconhecimento do traço enquanto parte integrante da frase quando o traço era implicado pelo comportamento e emparelhado com a mesma face, do que quando o traço era implicado mas estava emparelhado com uma outra face familiar (que tinha sido observada num outro ensaio) ou

quando o traço era totalmente novo. Este paradigma apresenta a vantagem da inferência interferir com a realização correta da tarefa, apontando para a espontaneidade do fenômeno. Os participantes não teriam vantagem nenhuma em recorrer conscientemente à inferência como pista para a recordação, uma vez que esta estratégia iria apenas dificultar ainda mais o desempenho correto. Mais, permitiu demonstrar a ocorrência de uma associação do traço inferido ao ator do comportamento descrito.

## **2.2. Evidências para a Transferência Espontânea de Traços**

Num estudo de Carlston, Skowronski e Sparks (1995, Experimento 4) foram encontradas evidências para um processo adicional à IET: a transferência espontânea de traços (TET). Recorrendo ao paradigma de Carlston e Skowronski (1994), os autores manipularam a informação acerca do ator presente no contexto da descrição comportamental, sendo este descrito como um comunicador do comportamento de outrem. Numa condição este comunicador era descrito como tendo características similares às do indivíduo descrito, e numa outra condição essa informação estava omissa. Esperava-se que apenas na condição de semelhança os traços implicados pelos comportamentos descritos fossem transferidos para o comunicador, mas tal ocorreu também na outra condição. Os autores interpretaram esta transferência como ilustrando um processo que corresponde a uma associação não inferencial, que em determinadas condições pode influenciar as impressões sobre o comunicador.

Foi esta mesma ideia que exploraram em maior detalhe Skowronski et al. (1998). No seu Experimento 2 era pedido aos participantes para avaliar em escalas tipo Likert até que ponto os comunicadores de uma auto-descrição, os comunicadores de uma descrição acerca de outrem, ou indivíduos novos, tinham determinados traços. A atribuição dos traços aos comunicadores foi influenciada pela descrição do comportamento mesmo quando este era acerca de outra pessoa, em comparação com a avaliação de faces novas, demonstrando a ocorrência de TET. Apesar deste efeito ter sido mais fraco que o de IET, ele ilustra uma influência da TET na formação de impressões. No seu Estudo 3 (Skowronski et al., 1998), os autores verificaram que este efeito se mantinha mesmo em condições nas quais os participantes não tinham porque atribuir os traços aos atores (já que lhes tinha sido dito que as faces e comportamentos haviam sido emparelhados aleatoriamente). Este resultado foi interpretado como indicando adicionalmente que as TET são meras associações entre traços que são ativados e atores presentes incidentalmente no mesmo contexto.

Brown e Bassili (2002) forneceram dados, através do paradigma da reaprendizagem, que apoiam também a natureza meramente associativa das TETs, ao verificar que a mesma ocorre

não apenas para observadores (i.e., atores incidentalmente presentes no contexto) mas também para objetos inanimados, como por exemplo uma banana, aos quais não seria à partida minimamente lógico atribuírem-se traços de personalidade.

### **2.3. Limitações à Ocorrência das Inferências e Transferências Espontâneas de Traços**

Ao encontrarem as primeiras evidências para a ocorrência de TET, Carlston et al. (1995) colocaram-se imediatamente a questão de poderem existir algumas circunstâncias mais ou menos favoráveis à ocorrência das mesmas. Nesta linha, Mae, Carlston e Skowronski (1999) exploraram, adaptando o paradigma de Carlston e Skowronski (1994), algumas dessas limitações, nomeadamente o facto de se conhecer ou não algo acerca do comunicador, e também a congruência entre o traço a transferir e este conhecimento. Nos Estudos 1 e 2 manipularam o conhecimento acerca dos alvos de transferência, já que expectativas pré-existentes acerca dos mesmos podiam interferir com a TET. Assim, a foto emparelhada com a descrição comportamental era referida como sendo alguém a descrever uma pessoa sua conhecida, do sexo oposto, para demarcar que a foto era realmente de um comunicador e não do ator do comportamento. Em alguns ensaios a foto seria desconhecida dos participantes e em outros seria de uma celebridade, relativamente à qual existiriam expectativas a priori. No entanto, quer o alvo fosse a celebridade quer o indivíduo desconhecido, os traços implicados pelos comportamentos descritos, acerca de outrem, foram mais recordados como pertencentes a eles. No Experimento 3, esta medida dependente foi alterada para 3 escalas tipo Likert, do traço a) implicado pelo comportamento, b) congruente com o traço implicado pelo comportamento e c) incongruente com o implicado pelo comportamento. Independentemente do tipo de comunicador, o traço implicado pelo comportamento – e apenas esse – foi-lhe mais atribuído quando o ensaio era antigo do que quando era novo. Estes estudos demonstraram uma elevada robustez deste fenómeno a manipulações como a congruência com outras expectativas, ao contrário das IETs.

Em estudos mais recentes, Wigboldus, Dijksterhuis e van Knippenberg (2003) demonstraram que, para as IET, a incongruência de expectativas prévias acerca dos indivíduos influencia a ocorrência do processo. Os autores utilizaram como elemento para ativação de expectativas prévias estereótipos, que seriam em alguns casos congruentes (ex. “o professor ganhou um concurso perguntas de ciência”) ou incongruentes (ex. “o homem do lixo ganhou um concurso perguntas de ciência”) com o traço a transferir (no mesmo exemplo “inteligente”), ou ainda uma condição de controlo, em que não haveria uma ativação de estereótipo, com a qual ensaios congruentes e incongruentes poderiam ser comparados. Os

autores demonstram que a incongruência entre o estereótipo ativado e o traço resulta numa inibição do processo de IET, e não tanto que a congruência funcionasse como catalisador das IETs. Os autores sugerem que estes resultados se podem dever a uma maior força do traço ativado pela categoria estereotípica, em comparação com a força da ativação do traço espontaneamente inferido a partir do comportamento. Assim, poder-se-á colocar a questão: Será que o mesmo processo de inibição poderá ocorrer para as TET mediante incongruência de diferentes traços, que terão uma força de ativação mais equilibrada?

Adaptando o paradigma de Todorov e Uleman (2002), Goren e Todorov (2009) encontraram também limites à ocorrência das TET. Por exemplo no seu Experimento 3, e assumindo que a TET é um processo meramente associativo, demonstraram que o efeito depende da presença simultânea de um alvo no momento da inferência do traço a partir do comportamento: em vez de apresentarem os estímulos em conjunto no mesmo ecrã, os autores apresentam primeiro o comportamento e depois o alvo, em ecrãs distintos e com intervalos de 2 segundos. Seguindo o argumento defendido por Crawford, Skowronski e Stiff (2007), de que a apresentação do ator do comportamento em simultâneo com o comportamento e o comunicador, focaria a atenção no ator e eliminaria a TET, os autores procuraram equilibrar a distribuição da atenção. Tal foi conseguido ou colocando 2 faces em simultâneo com 2 frases, cada uma supostamente uma descrição de um ator feita pelo outro, ou seja, cada face seria em simultâneo ator e comunicador (Experimento 4); ou colocando 2 faces em simultâneo com 2 comportamentos correspondentes à face apresentada acima no ecrã, em que cada face seria em simultâneo ator e alvo incidentalmente presentes (Experimento 5). Em ambas as situações o efeito foi eliminado, demonstrando que a ocorrência da TET depende da presença de um alvo que não o ator do comportamento apenas na ausência deste, mas que tal não se deve a uma maior atenção sobre o ator.

Em suma, uma elevada resistência da ocorrência das TETs a determinadas condições sugere que estas têm uma natureza diferente das IETs, caracterizada por ser meramente associativa. Estudos como Mae e colaboradores (1999) demonstram que esta ocorre independentemente de expectativas prévias acerca do alvo da transferência, mas Crawford e colaboradores (2007) e Goren e colaboradores (2009) conseguem eliminar o efeito ao criarem condições para a ocorrência de IET em simultâneo.

#### **2.4. Transferência Espontânea de Traços de Objetos para Atores**

Recentemente, Carlston e Mae (2007) encontraram evidências para a ocorrência do processo de TET no sentido inverso do estudado até então, ou seja, a transferência de traços

associados a objetos para atores. Para tal, recorreram a uma adaptação do paradigma de reaprendizagem (Carlston & Skowronski, 1994), com um género específico de objetos a que habitualmente atribuímos significado – símbolos. Em dois estudos pediram aos participantes que, após visualizarem a foto de uma face desconhecida ora emparelhada com um símbolo ora isoladamente, avaliassem os indivíduos da foto em três escalas tipo Likert – a do traço implicado pelo símbolo, a de um traço congruente com este, e a de um traço incongruente. Os autores demonstraram que símbolos implicativos de traço (ex. uma bandeira pré-testada como implicativa do traço “patriótico”) têm o potencial de transferir esses traços para atores presentes no contexto. Tal verifica-se quer numa situação em que é dito aos participantes que esses símbolos foram referidos por conhecidos dos atores como sendo apropriados para os descrever (Experimento 1), quer numa situação na qual a presença dos mesmos é apresentada como meramente incidental, i.e. é dito aos participantes que os símbolos foram aleatoriamente emparelhados com os atores (Experimento 2).

Tendo símbolos a capacidade de transferir traços de personalidade para indivíduos incidentalmente presentes no contexto, será que possível que marcas consigam o mesmo?

### **3. A Presente Proposta**

“People who wear glasses are perceived as more intelligent (Manz & Lueck, 1968), athletes and criminal suspects who wear black are perceived as more aggressive (Frank & Gilovich, 1988; Vrij, 1997), people who smoke cigars are seen as more confident (Callison, Karrh, & Zillmann, 2002)” (Carlston & Mae, 2007, p. 242). Também o símbolo de uma rosa incidentalmente presente transfere o traço “romântico” para um ator incidentalmente presente no contexto (Carlston & Mae, 2007).

Torna-se igualmente plausível que ocorra a transferência, para indivíduos, de traços de um objeto/símbolo ao qual é atribuída uma personalidade. Repare-se que uma marca é estrategicamente concebida, desenhada, comunicada, associada por via de patrocínios ou utilizada por celebridades ou líderes de opinião, de forma a transmitir um certo estilo de vida e a refletir determinada personalidade, na esperança de que o consumidor a queira espelhar em si (Aaker, 1999). Assim, uma marca parece ter, à partida, um maior potencial, que um símbolo mais simples, para que sejam transferidas, de uma forma espontânea e não intencional, características suas – entre elas traços de personalidade.

No domínio das marcas, Caetano (2008) encontrou as primeiras evidências para a TET, de atores desconhecidos para marcas fictícias. Ferreira (2009) demonstrou mais tarde a possibilidade de TET de atores desconhecidos para marcas reais, conhecidas e desconhecidas,

e Queijo (2010) de celebridades para marcas reais. As autoras partiram do estudo de Brown e Bassili (2002) para testar a possibilidade de ocorrência de TET de diferentes tipos de atores para marcas, apresentando a fotografia de um ator, um comportamento implicativo ou não implicativo de um traço e, no lugar do objecto inanimado, um logotipo. Para além de demonstrarem a ocorrência do fenómeno de TET, as autoras também exploraram o papel da incongruência das expectativas trazidas pelas marcas (cf. Wigboldus et al., 2003; Jerónimo, Garcia-Marques, Ferreira, Macrae, & Hamilton, submetido) mas testando-a para o processo de TET e apenas ao nível dos traços e não de estereótipos. O papel da (in)congruência ficou, no entanto, pouco claro devido à dificuldade de interpretação de alguns dos resultados. Estes estudos fornecem, de qualquer forma, um ponto de partida para a possibilidade de ocorrência destes processos na relação ator-marca.

Como temos destacado, os traços de personalidade espontaneamente inferidos a partir de um comportamento podem também ser espontaneamente transferidos para um outro alvo incidentalmente presente no contexto, seja este um indivíduo, um objeto, um símbolo ou um marca. Este processo é tipicamente entendido como meramente associativo (e.g., Carlston & Skowronski, 2005), mas isso não impede que influencie juízos subsequentes acerca dos alvos (Carlston & Mae, 2007). Seria, no entanto, ilógico que todas as marcas que nos rodeiam tivessem o poder de transferir indiscriminadamente traços de personalidade para os consumidores que as usam, até porque existem geralmente expectativas prévias sobre nós por parte dos outros, e existe uma resistência a alterar essas expectativas (Asch, 1946; Wigboldus et al., 2003).

Assim, torna-se relevante não só a validação da possibilidade de ocorrência de TET de marcas para pessoas, mas, mais importante, testar a possibilidade da ocorrência simultânea de IET, realizada a partir do comportamento do alvo, possa inibir a TET. No Estudo 1 procuramos demonstrar a ocorrência de TET de uma marca para um indivíduo, criando expectativas acerca de uma marca desconhecida por via de uma tarefa de aprendizagem associativa traço+marca. Adicionalmente, introduzimos em alguns ensaios a possibilidade de associação de um traço (ortogonal à expectativa da marca) a este pela utilização de comportamentos implicativos de traço (IET), de forma a obter algumas pistas iniciais de como conhecimento acerca do ator poderá interferir com a transferência do traço da marca para o ator, mediante a possibilidade da sua ocorrência.

No Estudo 2 exploramos em maior detalhe o possível poder das IETs inibirem as TET, criando situações em que a IET era congruente e incongruente com o traço associado à marca e a transferir para o ator do comportamento.

Com estes dois estudos pretendemos, por um lado, contribuir para uma compreensão mais alargada do fenómeno de IET e de TET, nomeadamente explorando outros potenciais papéis das IET no processamento de informação social mas também potenciais limites à ocorrência de TET. Por outro, procuramos trazer aos domínios do Comportamento do Consumidor (e do Marketing) um importante contributo da Cognição Social.

# **ESTUDOS EMPÍRICOS**

Através de dois estudos pretendemos averiguar se, para além da ocorrência de TET de indivíduos para marcas, evidenciada por Caetano (2008), Ferreira (2009) e Queijo (2010), o inverso também ocorre, ou seja, a transferência de traços de personalidade de uma marca para um indivíduo. Procurámos ainda explorar uma condição que poderá limitar ou inibir a ocorrência desta transferência, nomeadamente a incongruência entre o traço a transferir e os traços de personalidade inferidos a partir do comportamento do indivíduo alvo da transferência.

Ambos os estudos tiveram por base uma versão modificada do paradigma de falso reconhecimento (Todorov & Uleman, 2002). Assim, e na nossa adaptação, numa primeira fase de estudo os participantes eram instruídos a memorizar trios de estímulos, compostos por uma face (sempre neutra), a descrição de um comportamento (que poderia ser ou não implicativo de um traço) exibido pelo indivíduo da foto apresentada e o logotipo de uma marca desconhecida (com ou sem expectativa de traço previamente associada). Numa fase posterior, de atribuição de traço, o participante indicava, através de uma escala tipo Likert, em que medida um determinado traço de personalidade caracterizava cada um dos indivíduos anteriormente apresentados. Esse traço poderia ser ou (a) o traço associado à marca previamente emparelhada com esse alvo, ou (b) o traço implicado pelo comportamento exibido por esse alvo, ou (c) um traço "novo", i.e. associado a uma outra marca ou implicado por um outro comportamento.

### **Estudo 1**

No Estudo 1 tivemos como principal objectivo explorar a possibilidade de ocorrência da transferência de traços de uma marca para um indivíduo. Adicionalmente, explorámos a possibilidade da inferência de um traço de personalidade a partir de um comportamento, exibido por esse indivíduo, interferir com esse processo de transferência. Especificamente, , manipulámos o comportamento apresentado com o alvo, que poderia ser não implicativo de traço, ou implicativo de traço (quando o comportamento era implicativo de traço (e.g. “Conduz sempre um pouco mais devagar do que o limite de velocidade” implicativo de “cuidadoso”), o traço era sempre de uma dimensão de personalidade ortogonal ao traço associado à marca apresentada (para o mesmo exemplo, “inteligente”).

As hipóteses para este estudo são:

1) Será verificada uma maior atribuição de traço quando o ator exibiu um comportamento implicativo desse traço, do que quando exibiu um comportamento não implicativo. Ou seja, espera-se a ocorrência de IET, independentemente de a marca ter ou não

uma expectativa associada. Tal resultado permitirá validar a presente adaptação do paradigma de falso reconhecimento.

2) A atribuição do traço associado à marca será maior quando o ator tiver sido apresentado com uma marca com essa expectativa de traço, do que quando tiver sido apresentado com uma marca sem expectativa de traço, desde que o comportamento exibido pelo alvo da transferência seja não implicativo. Ou seja, espera-se a ocorrência de TET quando não haja IET.

3) A transferência do traço da marca para o ator será menor quando o comportamento exibido pelo alvo da transferência for implicativo de traço, do que quando o comportamento do alvo for não implicativo. Ou seja, a ocorrência de IET vai interferir com a ocorrência de TET, minimizando-a ou mesmo inibindo-a, podendo manifestar-se na não ocorrência de TET em condições em que haja ocorrência de IET.

## **Método**

**Participantes.** Participaram neste Estudo 147 estudantes universitários da Licenciatura em Psicologia do ISCTE-IUL como requisito obrigatório da Unidade Curricular de Percepção de Pessoas e Relações Interpessoais. Os participantes foram aleatoriamente distribuídos pelas condições experimentais.

**Desenho experimental.** 2 (versão da lista de aprendizagem associativa: A vs. B) X 2 (versão da lista de teste: I vs. II) X 2 (expectativa da marca: sem expectativa vs. com expectativa) X 2 (comportamento do alvo: implicativo de traço vs. não implicativo) X 2 (escala de traço: associado à marca vs. implicado pelo comportamento<sup>2</sup>), com os três últimos factores a variar intra-participante.

**Materiais de estímulo.** Foram selecionadas 24 faces masculinas (ver Anexo A) a partir de uma base pré-testada (Minear & Park, 2004) de faces de expressão neutra e não implicativas de traço. Controlámos adicionalmente a etnia (caucasiana) e a idade (idades médias percebidas entre os 21 e os 41 anos) para que melhor se aproximassem do universo dos participantes do presente estudo.

---

<sup>2</sup> As mesmas escalas foram apresentadas para a condição controlo

Foram selecionados 24 logotipos de marcas (ver Anexo B), de entre os recolhidos e pré-testados por Ferreira (2009) como sendo não implicativos de traço e desconhecidos. Os logotipos eram reais, mas de marcas que não operam em Portugal, sendo por isso desconhecidos dos participantes. Esta opção permitiu o estabelecimento de associações de traço às marcas, de forma experimentalmente controlada, permitindo o controlo sobre a manipulação da expectativa da marca. Para equilibrar a atenção com as faces (apresentadas a preto e branco), os logotipos foram convertidos a escala de cinza.

Selecionámos ainda de Reis, Ramos e Ferreira (em preparação) 12 comportamentos implicativos de traço, 6 de valência positiva e 6 de valência negativa, bem como 12 comportamentos não implicativos pré-testados por Jerónimo (2003) como não implicando um traço de personalidade (ver Anexo C).

Finalmente, foram selecionados 12 traços de personalidade a associar às marcas (ver anexo D). Os traços selecionados foram equivalentes em valência aos traços implicados pelos comportamentos com os quais as marcas seriam posteriormente emparelhadas, e tendo por base a distribuição de traços do espaço de Rosenberg (replicado em Português por Ferreira, Garcia-Marques, Toscano, Carvalho & Hagá, 2011) de modo a serem independentes dos traços implicados pelos comportamentos (assim, um traço da dimensão social seria associado a uma marca emparelhada com um comportamento implicativo de um traço da dimensão intelectual). Adicionalmente, 12 palavras neutras foram selecionadas a partir das listas de categorias de Marques (1997), para associar às marcas para as quais nenhuma expectativa de traço seria criada (ver Anexo D). As palavras neutras foram substantivos (objetos), gerados e decididos por acordo inter-juízes, de forma a não serem homófonos (ex. “bota”).

**Procedimento.** A apresentação de todas as instruções e estímulos, bem como a recolha de medidas de resposta, foi realizada em computador, respondendo cada participante individualmente, recorrendo ao *software* E-Prime 2.0 (Schneider, Eschman & Zuccolotto, 2002).

As instruções iniciais informavam os participantes que a experiência teria 3 fases e descreviam brevemente cada uma das fases (ver Anexo E). A primeira fase consistia numa tarefa de aprendizagem de pares de imagens e palavras e tinha como objectivo o estabelecimento de uma expectativa de traço em relação a algumas das marcas. A segunda fase consistia numa tarefa de memorização de trios de estímulos, envolvendo um indivíduo alvo, um comportamento desse indivíduo, e uma marca. Esta segunda fase tinha como objectivo permitir a ocorrência de IET e TET. Na terceira e última fase era pedido aos

participantes que avaliassem cada face apresentada anteriormente em função de um traço de personalidade apresentado, numa escala tipo Likert de 9 pontos. No final os participantes recebiam um documento de *debriefing* contendo os objectivos reais do nosso estudo e era-lhes atribuído o crédito de participação.

A fase inicial consistiu numa tarefa de aprendizagem associativa de 24 pares logotipo-palavra, à semelhança de Van Oostendorp e Kok (1990). Em cada ecrã foi apresentado um logotipo<sup>3</sup>, que em 12 ensaios foi emparelhado com um traço de personalidade (condição marcas com expectativa) e em outros 12 com uma palavra neutra (condição marcas sem expectativa). Após um ensaio de prática, os pares foram aleatoriamente apresentados, cada um durante 3 segundos, aparecendo o logotipo à esquerda do ecrã e a palavra à direita do ecrã. Após a apresentação do conjunto de pares, apenas os logótipos eram novamente apresentados e era pedido aos participantes para escrever a palavra que lhes havia estado associada anteriormente. A sequência da apresentação do conjunto dos pares logotipo + palavra, seguida da tarefa de recordação da palavra a partir do logótipo, foi repetida 4 vezes, de modo a maximizar a criação de expectativas de traço episódicas relativamente às marcas (nos ensaios críticos).

Após a tarefa de aprendizagem associativa, os participantes eram instruídos a memorizar, para um posterior teste de memória, trios de estímulos compostos por: (1) uma fotografia de uma face neutra (à esquerda do ecrã); (2) um logotipo de uma marca, que em metade dos ensaios tinha sido associado a uma expectativa de traço, e na outra metade a uma palavra neutra (à direita do ecrã), e (3) uma auto-descrição de um comportamento, que em metade dos ensaios era implicativa de traço e na outra metade era neutra (apresentada no ecrã abaixo da face e da marca). Os participantes começam por visualizar um ensaio de prática. Posteriormente, cada participante visualizava 24 ensaios: 6 ensaios comportamento não implicativo + logotipo neutro; 6 ensaios comportamento implicativo de traço + logotipo neutro; 6 ensaios comportamento não implicativo + logotipo com expectativa; 6 ensaios comportamento implicativo de traço + logotipo com expectativa. Os ensaios eram apresentados aleatoriamente, cada um durante 8 segundos.

Numa terceira fase, os participantes visualizavam novamente cada face da fase anterior e respondiam, para cada uma delas, até que ponto essa pessoa possuía ou não determinado traço numa escala tipo Likert abaixo da face no mesmo ecrã. O traço em questão teria sido, na fase

---

<sup>3</sup> Os logótipos foram sempre emparelhados com uma palavra, no caso das marcas sem expectativa, de modo a controlar eventuais diferenças de familiaridade ou atenção e também para evitar o fornecimento de pistas sobre o objectivo final do estudo.

de estudo: (a) ou o associado à marca presente no trio de estímulos correspondente (6 ensaios), ou (b) o implicado pelo comportamento presente no trio de estímulos correspondente (6 ensaios), ou (c) "novo", ou seja, não associado à marca nem ao comportamento do trio, mas associado a outra marca (6 ensaios), ou (d) "novo" implicado por outro comportamento num outro ensaio (6 ensaios). Após um exemplo, as 24 faces eram apresentadas aleatoriamente, cada uma com a respectiva escala de traço.

No final, os participantes realizavam uma última tarefa de recordação dos pares marca-palavra aprendidos na fase inicial do estudo, de modo a verificar a manipulação da expectativa episódica dos traços das marcas.

**Medidas dependentes.** A medida dependente do estudo foi a atribuição média aos atores-alvo, em termos dos traços associados à marca ou implicados pelo comportamento, através de uma escala tipo Likert de 9 pontos, variando entre 1 "nada" e 9 "muito".

## Resultados

Inicialmente, foram excluídos da análise os participantes cujo desempenho na quarta repetição da tarefa de aprendizagem associativa foi inferior a 50%. Tomando esse critério foram identificados e excluídos 30 participantes. No entanto, todas as análises foram repetidas com e sem a exclusão desses participantes e, não tendo sido encontradas diferenças, optou-se por considerar a totalidade dos participantes para a análise dos resultados do Estudo 1.

**Atribuição do traço do comportamento.** Para analisar a ocorrência de IET, a média de atribuição de traços implicados pelo comportamento foi tomada como medida dependente numa ANOVA a 3 factores: 4 (condição: aI, aII, bI, bII<sup>4</sup>) x 2 (expectativa da marca: com expectativa de traço vs. sem expectativa de traço) x 2 (comportamento: implicativo de traço vs. não implicativo), com medidas repetidas nos 2 últimos factores.

Identificámos, como esperado, um efeito principal do comportamento ( $F(1, 143)=35.53$ ,  $MSE=2.11$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.20$ ) que revela que a atribuição média ao ator do traço do comportamento foi significativamente maior quando o comportamento era implicativo desse traço ( $M=5.77$ ), do que quando o comportamento era não implicativo ( $M=5.05$ ). Este resultado ocorreu, independentemente de a marca ter ou não uma expectativa de traço

---

<sup>4</sup> A variável "condição" resulta da combinação entre a versão da lista de aprendizagem das marcas (a ou b) e a versão das escalas de traço (I ou II): aI, aII, bI e bII

associada ( $F(3, 143)=1.09$ ,  $MSE=1.61$ ,  $p=.298$ ,  $\eta^2=.01$ ; ver Figura 1). Estes resultados corroboram a hipótese postulada, de acordo com a qual a IET ocorreria de forma independente do processo de transferência

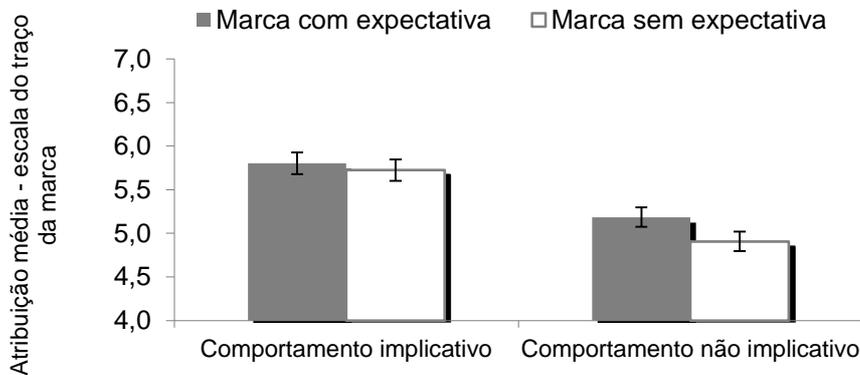


Figura 1. Atribuição média, à face do ator, do traço do comportamento, em função do tipo de comportamento e da expectativa da marca

Foi ainda encontrado um efeito, não interpretável, de interação tripla condição X comportamento X expectativa ( $F(3, 143)=8.25$ ,  $MSE=1.41$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.01$ ) de reduzida magnitude.

**Atribuição do traço da marca.** Para analisar a ocorrência de TET, a média de atribuição do traço associado à marca foi tomada como medida dependente numa ANOVA a 3 factores: 4 (condição: aI, aII, bI, bII) x 2 (expectativa da marca: com vs. sem) x 2 (comportamento: implicativo de traço vs. não implicativo), com medidas repetidas nos 2 últimos factores. Encontrámos efeitos principais da expectativa da marca ( $F(1, 143)=9.03$ ,  $MSE=1.05$ ,  $p<.01$ ,  $\eta^2=.05$ ) e do comportamento ( $F(1, 143)=27.95$ ,  $MSE=1.65$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.16$ ). Verificou-se que, em geral, a existência de uma expectativa de traço associada à marca resultou em maiores atribuições desse traço ao ator, comparativamente com a condição de marca sem expectativa. Além disso, o efeito principal do comportamento indica que o facto de o comportamento ser implicativo de traço resultou, no geral, em maiores atribuições do traço da marca ao ator, em comparação com a condição em que o comportamento exibido pelo ator é não implicativo. Foi detectado ainda um efeito marginalmente significativo de interação entre ambos ( $F(1,$

143)=3.43, MSE=1.40  $p=.065$ ,  $\eta^2=.02$ ) – ver figura 2.

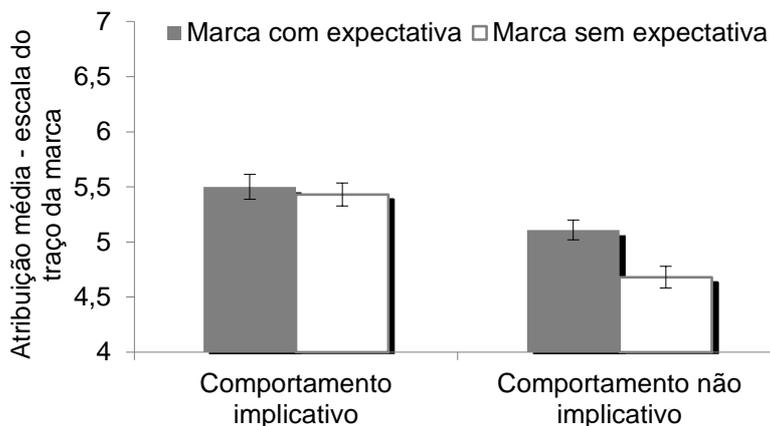


Figura 2. Atribuição média, à face do ator, do traço da marca, em função do tipo de comportamento e da expectativa da marca

Para testar diretamente as nossas hipóteses, recorreremos a contrastes planejados, que nos permitiram verificar que, tal como esperado pela nossa segunda hipótese, quando o comportamento do ator é não implicativo, a atribuição ao ator do traço da marca foi significativamente superior para os ensaios nos quais a marca tinha uma expectativa associada ( $M=5.12$ ), do que para os ensaios nos quais a marca não tinha uma expectativa associada ( $M=4.68$ ;  $t(1, 143)=3.49$ ,  $MSE=1.14$ ,  $p<0.001$ , unilateral). Assim, o efeito esperado de transferência do traço associado à marca para o ator foi observado, quando o comportamento do ator é não implicativo.

Por outro lado, nos ensaios em que o comportamento implicava um traço, apesar da atribuição ao ator do traço da marca ter sido equivalente para marcas com expectativa associada e para marcas sem expectativa associada ( $F(1, 143)=.294$ ,  $MSE=1.30$ ,  $p=.589$ ;  $M=5.50$  e  $M=5.43$ , respectivamente). No entanto, a interação anterior revela que a ausência de diferenças entre marcas com e sem expectativa quando o comportamento do trio era implicativo de traço resulta, não de uma diminuição da atribuição do traço da marca ao ator, mas sim de uma sobre-atribuição inesperada nos dois tipos de ensaio. Poder-se-ia esperar que a ocorrência de IET a partir do comportamento implicativo de traço pudesse interferir com uma eventual ocorrência de transferência de traço da marca para o ator, minimizando-a ou inclusive inibindo-a. No entanto, repare-se que mesmo nos ensaios em que o ator foi apresentado com uma marca sem expectativa, ainda assim, um traço associado a uma marca de outro ensaio é-lhe erroneamente atribuído. Uma explicação possível para esta aparente sobre-atribuição de traço da marca é o facto da valência do traço da marca ser

sistematicamente a mesma que a valência do traço implicado pelo comportamento (i.e., sempre que o comportamento implica um traço positivo, o traço da marca é positivo, e sempre que o traço do comportamento é negativo o da marca é também negativo). Esta correspondência sistemática da valência dos traços poderá, nestes ensaios, criar uma predisposição para aceitar que um ator que tenha um traço positivo possa ter outros positivos, e um ator que tenha um traço negativo possa ter igualmente outros negativos, conduzindo à atribuição errónea do traço associado a uma marca ao ator.

Finalmente, encontramos um efeito de material não interpretável, numa interação tripla condição X comportamento X expectativa ( $F(3, 143)=3.72$ ,  $MSE=1.40$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.14$ ).

## **Discussão**

Os resultados do Estudo 1 suportam a nossa ideia central de que marcas com uma expectativa de traço associada favorecem a atribuição desse traço a um ator presente no mesmo contexto, num processo análogo à TET

Essa TET parece, no entanto, ocorrer apenas na impossibilidade de ocorrência de uma IET, ou seja, com uma descrição comportamental neutra, que não permite que um traço seja inferido e associado ao ator. Isto indica a possível existência, como em estudos de outros autores (e.g., Goren & Todorov, 2009) situações que favorecem a ocorrência de transferência de traços de marcas para pessoas.

No entanto, e ao contrário do que poderíamos esperar, há uma sobre-atribuição de traços “novos”, associados a outras marcas quando o ator exhibe um comportamento implicativo de um outro traço. Este resultado é inesperado e pode dever-se ao facto dos participantes se estarem a basear na valência do traço para realizar os seus julgamentos de traço (repare-se que sempre que o comportamento implicava um traço positivo, a marca emparelhada tinha uma expectativa também positiva, o mesmo ocorrendo para os traços negativos). Assim, devido a uma baixa diagnosticidade do traço concreto a associar ao ator pelo comportamento, o participante poderá usar a valência do traço como critério de decisão que o ator deverá possuir aquele traço. Aquele resultado pode também dever-se a uma predisposição para assumir que se o ator tem um traço positivo/negativo deverá ter outros da mesma valência.

Estabelecida a ocorrência do fenómeno de TET de marcas para pessoas e encontradas também algumas pistas para a existência de condições que interferem com esta ocorrência (nomeadamente, a ocorrência de IETs), no Estudo 2 procurámos explorar em maior detalhe de que forma a possibilidade de ocorrência paralela de IETs poderá causar essa interferência.

## Estudo 2

No Estudo 1 encontramos evidências para a ocorrência de TET de marcas para pessoas, mas não ficou claro que papel desempenham as IET numa eventual inibição das TETs. Assim, no Estudo 2 tivemos como principal objectivo explorar diretamente a possibilidade de interferência ou inibição da TET de marcas para atores, criando ensaios em que o traço implicado pelo comportamento é oposto ao associado à marca, i.e., colocando em oposição IET e TET.

O paradigma foi o mesmo que o do Estudo 1, com duas exceções. Primeiro, neste caso, todas as marcas tinham uma expectativa de traço associada. Segundo, foi manipulada a relação entre a expectativa da marca e o comportamento do ator. Este poderia ser não implicativo de um traço, tornando a expectativa da marca irrelevante face a este (e.g. o comportamento “Saiu para comprar uma peça de roupa” seria emparelhado com uma marca cuja expectativa de traço associada seria “introvertido”), implicativo de um traço não relacionado com a expectativa da marca (e.g. o comportamento “Recusou um cliente por causa da sua cor de pele”, implicativo do traço “racista” seria emparelhado com uma marca cuja expectativa de traço associada seria “desorganizado”), ou incongruente com a expectativa da marca (e.g. o comportamento “Apenas consegue ter dois dias livres de trabalho por mês”, implicativo do traço “trabalhador” seria emparelhado com uma marca cuja expectativa de traço associada seria o seu antónimo “preguiçoso”).

As Hipóteses para o presente estudo são as seguintes:

1) À semelhança do Estudo 1, espera-se a ocorrência de IET. Tal deverá traduzir-se numa maior atribuição, a um ator, de um traço quando o comportamento exibido é implicativo desse traço, do que quando o comportamento é não implicativo,

2) Espera-se que a ocorrência de TET seja inibida quando o comportamento do ator é implicativo de um traço oposto ao traço a transferir. Esta inibição deverá traduzir-se por uma menor atribuição de determinado traço ao ator quando a expectativa de traço da marca é incongruente com o traço implicado pelo comportamento, do que quando a expectativa de traço da marca é (a) irrelevante ou (b) não relacionada com o comportamento.

## Método

**Participantes.** Participaram no Estudo 2 um total de 88 sujeitos, parte deles inscrita no Sistema de Participação em Investigação em Psicologia (SPI) do Laboratório de Psicologia Social e Organizacional do ISCTE-IUL, e outra parte inscrita na Unidade Curricular de

Percepção, Atenção e Memória, da licenciatura em Psicologia do ISCTE-IUL, para obtenção parcial de crédito. Os participantes foram aleatoriamente distribuídos pelas condições experimentais.

**Desenho experimental.** O desenho experimental foi: 2 (versão da lista de aprendizagem associativa: A vs. B) X 2 (versão da lista de teste: I vs. II) X 2 (comportamento do alvo: implicativo de traço vs. não implicativo) X 3 (expectativa da marca: com expectativa irrelevante vs. não relacionada vs. incongruente, com o primeiro nível da variável *nested* no nível “não implicativo” da variável comportamento do alvo e com os restantes dois níveis *nested* no nível “implicativo” da variável comportamento do alvo) X 4 (escala de traço: associado à marca vs. implicado pelo comportamento<sup>5</sup>), com os três últimos factores a variar intra-participante.

**Materiais de estímulo.** Do Estudo 1 seleccionámos para este estudo 21 faces (ver Anexo A), 21 logotipos de marcas (ver Anexo B), 14 comportamentos implicativos de traço (sendo 7 de valência positiva e 7 de valência negativa, seleccionados de Reis, Ramos e Ferreira, em preparação) e 7 não implicativos de traço (seleccionados de Jerónimo, 2003) – ver anexo F. Foram usados na fase de aprendizagem associativa 21 traços para a expectativa das marcas (11 com valência positiva e 10 com valência negativa – ver anexo G).

As marcas foram emparelhadas com os comportamentos de modo a que o traço associado à marca fosse: (a) em 7 ensaios, irrelevante face ao comportamento já que o comportamento era não implicativo de qualquer traço, (b) em 7 ensaios, não relacionado com o traço implicado pelo comportamento (à semelhança do Estudo 1, tendo por base a distribuição de traços do espaço de Rosenberg, replicado em Português por Ferreira, Garcia-Marques, Toscano, Carvalho e Hagá, 2011), e (c) nos 7 ensaios restantes, incongruente com o traço implicado pelo comportamento (i.e., antónimos dos traços implicados).

**Procedimento.** À semelhança do Estudo 1, fornecemos as instruções, os estímulos e recolhemos as medidas de resposta em computador (respondendo cada participante individualmente) e recorrendo ao *software* E-Prime 2.0 (Schneider, Eschman & Zuccolotto, 2002). As instruções, estímulos, e estrutura dos ensaios, foram semelhantes ao Estudo 1 (com

---

<sup>5</sup> As mesmas escalas foram apresentadas para a condição controlo

as diferenças de procedimento já referidas). A quantidade de estímulos foi inferior, num total de 21 ensaios em cada fase.

**Medidas dependentes.** A medida dependente do estudo foi a atribuição média aos atores-alvo, em termos dos traços associados à marca ou implicados pelo comportamento, através de uma escala tipo Likert de 9 pontos, variando entre 1 "nada" e 9 "muito".

## Resultados

**Resultados.** Foram excluídos da análise 19 participantes cujo desempenho na quarta repetição na tarefa de aprendizagem associativa foi inferior a 50%<sup>6</sup>.

**Atribuição do traço do comportamento.** Para analisar a ocorrência de IET, a média de atribuição do traço do comportamento foi usada como medida dependente numa ANOVA a 3 factores: 4 (condição: aI, aII, bI, bII) x 2 (comportamento: implicativo de traço vs. não implicativo) x 3 (expectativa da marca: irrelevante vs. não-relacionada vs. incongruente, com o primeiro nível da variável nested no nível “não implicativo” da variável comportamento do alvo e com os restantes dois níveis nested no nível “implicativo” da variável comportamento do alvo), com medidas repetidas nos 2 últimos factores. Esta ANOVA foi significativa ( $F(2, 130)=21.58$ ,  $MSE=1.42$ ,  $p<.0001$ ,  $\eta^2=.24$ ). Contrastes planeados confirmam diretamente a nossa hipótese 1: revelam que o comportamento implicativo, independentemente do tipo de expectativa ( $F(1, 65)=3.34$ ,  $MSE=1.39$ ,  $p=.072$ ), resultou numa maior atribuição ( $M=6.07$ ), ao ator do traço do comportamento, do que comportamento não implicativo ( $M=4.95$ ;  $t(1, 65)=6.25$ ,  $MSE=1.45$ ,  $p<.0001$ , unilateral).

**Atribuição do traço da marca.** Numa ANOVA a 3 factores: 4 (condição: aI, aII, bI, bII) x 3 (expectativa da marca: irrelevante vs. não-relacionada vs. incongruente) x 2 (comportamento: implicativo de traço vs. não implicativo) com medidas repetidas nos 2 últimos factores, tendo como medida dependente a média de atribuição em escalas de traço de marca, foram encontradas diferenças ( $F(2, 130)=14.620$ ,  $MSE=1.58$ ,  $p<.0001$ ,  $\eta^2=.17$ ). A expectativa na presença de um comportamento não implicativo é a que consegue maior atribuição, ao ator, do traço da marca, seguida da expectativa não relacionada com o traço a inferir do comportamento; a expectativa incongruente é a que parece resultar numa menor

---

<sup>6</sup> visto que, ao contrário do estudo 1, estes participantes interferiam com os resultados

atribuição – ver Figura 3. Foi encontrada também uma interação com a condição ( $F(4, 92)=3.17$ ,  $MSE=1.58$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ) que ilustra um efeito de material não interpretável.

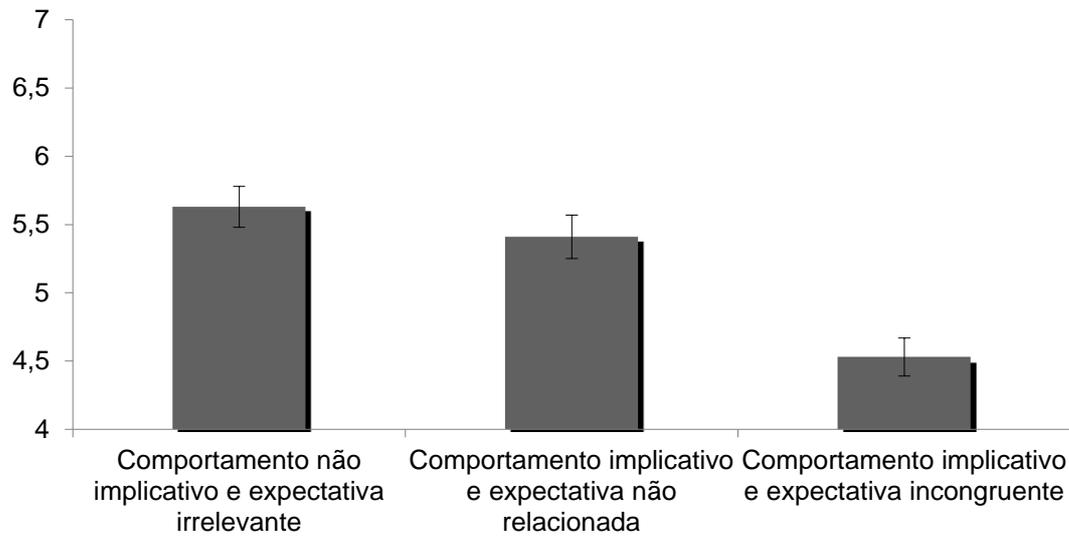


Figura 3. Atribuição média, à face do ator, do traço da marca, em função do tipo de comportamento e expectativa da marca

Contrastes planejados permitiram-nos demonstrar apenas uma tendência desprezável, não significativa ( $F(1, 65)=1.105$ ,  $MSE=1.38$ ,  $p=.297$ ), de uma maior atribuição do traço associado à marca ao ator, quando o comportamento era não implicativo ( $M=5.63$ ), do que quando era implicativo de traço ( $M=5.41$ ). Ou seja, o traço implicado pelo comportamento e associável ao ator, como ocorreu na atribuição do traço do comportamento, não aparenta ser suficiente para interferir na transferência de traço da marca para o ator.

Já a incongruência do traço associado à marca relativamente ao traço implicado pelo comportamento resultou numa menor atribuição ( $M=4.53$ ) do traço da marca ao ator, suportando a hipótese 2 ( $t(1, 65)=5.02$ ,  $MSE=1.77$ ,  $p<0.0001$ , unilateral, num contraste planejado expectativa irrelevante/não relacionada vs. incongruente). Sendo incongruente com o traço que teria sido implicado pelo comportamento e associado ao ator, o traço da marca foi-lhe menos atribuído.

## Discussão

Os resultados do Estudo 2 indicam que um efeito de inibição semelhante ao encontrado por Wigboldus e colaboradores (2003) para a IET, pode ocorrer nas TET, mediante a incongruência da expectativa da marca com o comportamento do ator. Mais, é encontrada uma condição ainda menor para que esta inibição ocorra, ou seja, não é necessária a ativação

de um estereótipo completo, que compõe um conjunto de características, mas basta que um único traço seja inferido a partir do comportamento de um ator para que a TET não ocorra.

Estes resultados vão também no sentido da literatura que refere que a IET tem maior magnitude face à TET, possivelmente derivado de o primeiro ser um processo atribucional e o segundo apenas um processo associativo superficial (e.g., Carlston & Skowronski, 2005) e portanto com mais potencial para ocorrer e bloquear possíveis TET passíveis de ocorrer no mesmo momento.

# **DISCUSSÃO GERAL E CONCLUSÕES**

## Discussão Geral

O presente trabalho foca-se na Transferência Espontânea de Traços (TET; Carlston, Skowronski & Sparks, 1995), em concreto na possibilidade da sua ocorrência de marcas para pessoas, bem como na possibilidade de limites à ocorrência dessa TET. A literatura dispõe já de evidências para a ocorrência deste processo para variados alvos: atores incidentalmente presentes no contexto (Carlston, Skowronski & Sparks, 1995), comunicadores (Carlston, Skowronski & Mae, 1998), nomeadamente celebridades (Mae, Carlston & Skowronski, 1999), objetos inanimados (Brown & Bassili, 2002) e inclusive marcas (Caetano, 2008; Ferreira, 2009; Queijo, 2010). Faltavam, no entanto, evidências para um processo inverso, de bastante relevância não só para o domínio da Cognição Social, como também para os do Comportamento do Consumidor e do Marketing: a transferência de traços de personalidade de marcas para os seus utilizadores. As marcas são um género específico de objeto, na medida em que lhe atribuímos uma personalidade (Aaker, 1997), estão presentes constantemente na generalidade dos contextos do dia-a-dia dos indivíduos e são escolhidas ou usadas de modo a irem ao encontro do *self* ou para projetar um *self* desejado (Landon, 1974), e para salientar determinados traços de personalidade dos indivíduos (Aaker, 1999).

Tinha sido já demonstrada a possibilidade de ocorrência de TET de objetos para atores, nomeadamente símbolos (Carlston & Mae, 2007), já mais próximos do nosso objecto de estudo mas aos quais, ao contrário deste, não é atribuída uma verdadeira personalidade. No domínio do Comportamento do Consumidor, a investigação tem-se focado pouco nesta temática, com a exceção de Fennis e Pruyn (2007) que demonstraram a possibilidade de influência de uma marca na formação de impressões. No entanto, esse estudo deixa em aberto a possibilidade de ocorrência espontânea dessa transferência – objetivo central deste trabalho. Tal característica é crucial de ser considerada se pensarmos que, no nosso quotidiano, serão muito mais as circunstâncias em que formamos impressões de uma forma espontânea, do que de uma forma intencional e deliberada.

Em ambos os estudos realizados obtivemos suporte para a nossa adaptação do paradigma de falso reconhecimento (Todorov & Uleman, 2002). Numa primeira fase da nossa adaptação os participantes são instruídos a memorizar trios compostos por uma face (neutra), um comportamento (implicativo ou não implicativo de um traço) e o logotipo de uma marca (com ou sem expectativa de traço associada, tendo essa associação sido criada numa fase inicial através do emparelhamento sistemático marca-traço ou marca-palavra neutra no caso dos ensaios "sem expectativa de traço"), para um posterior teste de memória. Numa fase posterior, é introduzida uma medida de atribuição de um traço de personalidade ao ator, através de uma

escala tipo Likert. Este traço teria sido associado à marca ou implicado pelo comportamento ou "novo", i.e. não associado à marca nem ao comportamento. No Estudo 1, postulámos que, ao invés de um falso reconhecimento do traço do comportamento em condições em que o traço era inferido, houvesse uma maior atribuição do traço do comportamento ao ator, quando este tivesse sido emparelhado com um comportamento implicativo (vs. não implicativo), ilustrando a ocorrência de IET, e que tal ocorresse independentemente da expectativa da marca. Postulámos ainda que houvesse uma maior atribuição do traço da marca ao ator quando este tivesse sido emparelhado com uma marca com uma expectativa associada, desde que o comportamento não fosse implicativo de traço. Esta hipótese está em linha com a ideia que a presença de um comportamento relevante do ator poderá captar a atenção do participante, tornando-se a marca menos saliente, e diminuindo assim a transferência de traço. É também consistente com estudos anteriores que mostram que a transferência de traço é eliminada quando há possibilidade de se realizarem IET (Crawford et al., 2007; Todorov & Uleman, 2004). No Estudo 2, manipulámos a relação entre traço implicado pelo comportamento e traço associado à marca, introduzindo uma condição de incongruência entre estes, postulando que o traço da marca seria menos atribuído ao ator se este traço fosse incongruente com o traço a inferir pelo comportamento.

Na nossa versão do paradigma, encontrámos evidências para a ocorrência de IET. Esta não foi, tal como esperado, afetada pela expectativa da marca; ou seja, havendo possibilidade de um traço ser inferido a partir de um comportamento e associado ao ator desse comportamento, esta associação ocorre sem que haja interferência por parte da eventual transferência, para o ator, do traço associado à marca. Estes resultados são consistentes com a literatura da IET e da TET que sustenta a ideia de que na presença de um ator ao qual se possa associar o traço inferido a partir de um comportamento, essa associação (IET) ocorre (Carlston et al., 2007), por ser verdadeiramente atribucional, ao contrário da TET que terá um carácter superficial e meramente associativo (Carlston e Skowronski, 2005).

Mais importante para os objectivos do presente trabalho, em ambos os estudos demonstrámos que traços associados a uma marca podem ser atribuídos a indivíduos, mas mostrámos também que são necessárias determinadas condições para que essa atribuição ocorra.

No Estudo 1 o traço da marca foi, nos ensaios cujo comportamento não implicava um traço, mais atribuído ao ator na presença de uma marca com expectativa de traço (i.e. à qual um traço de personalidade tinha sido previamente associado), do que na presença de uma marca sem expectativa (i.e. à qual nenhum traço de personalidade tinha sido previamente

associado), ilustrando a ocorrência de TET. No entanto, e ao contrário da nossa hipótese, apesar de nas condições em que o comportamento implicava um traço de personalidade a atribuição do traço da marca ao ator ter sido idêntica independentemente da expectativa da marca, tal verificou-se não por uma baixa atribuição do traço da marca, mas sim por uma sobre-atribuição desse traço. I.e., o traço da marca foi mais atribuído ao ator quando o comportamento era implicativo de traço, quer na condição “marca com expectativa”, quer na condição “marca sem expectativa”. Na condição “sem expectativa”, o traço da escala correspondia a uma outra marca que não a que tinha sido emparelhada naquele ensaio – pelo que não ilustra uma possível transferência.

Esta sobre-atribuição pode ter ocorrido devido à igual valência entre o traço da marca e o traço implicado pelo comportamento. Sempre que o comportamento implicava um traço positivo a marca emparelhada com esse comportamento e respetivo ator tinha associado um traço positivo, e sempre que o comportamento era negativo a marca tinha associado um traço negativo, de modo a que os traços fossem ortogonais. No momento em que os participantes tentavam recordar se o traço tinha alguma relação com o ator, poderiam incorrer numa baixa diagnosticidade do traço concreto que tinha estado presente na fase de exposição (porque de facto o traço podia ser-lhes familiar, fazendo parte de outro ensaio que não aquele). Ao recordarem eventualmente que o ator tinha algum traço positivo ou negativo, na presença de um traço e na ausência de outras pistas que permitam diagnosticar se a ativação desse traço resultou efetivamente de um comportamento do ator ou meramente da presença da marca, o participante terá erroneamente inferido, de forma consciente e com base na valência do traço, que este poderia caracterizar o ator. Estudos futuros poderão aproveitar a solução metodológica de Carlston e Mae (2007) que, inserindo na tarefa de atribuição 3 escalas (o próprio traço, um traço congruente e um traço incongruente) garantam as condições de diagnosticidade necessárias.

Tendo sido estabelecida, no Estudo 1, a possibilidade de ocorrência de TET de marcas para atores, no Estudo 2 explorámos uma condição potencialmente inibidora dessa TET. Nomeadamente, testámos a possibilidade de que a incongruência entre o traço inferido a partir do comportamento do ator e o traço associado à marca, impede que este último seja transferido para aquele ator. Esta hipótese foi apoiada. A não ocorrência de TET traduziu-se numa menor atribuição do traço da marca ao ator quando o traço da marca era incongruente com o traço inferido pelo comportamento.

Outros estudos haviam já discutido os limites da TET. Nomeadamente, Goren e Todorov (2009) no seu Experimento 5 demonstraram que, na possibilidade de ocorrência de uma IET,

o indivíduo da fotografia deixa de ser um alvo para uma TET passível de ocorrer em simultâneo. Os nossos resultados vão num sentido algo diferente, já que a possibilidade de ocorrência de uma IET não relacionada não é suficiente para inibir a TET – apenas a incongruência entre traço do comportamento e traço da marca a inibe. A incongruência pode também fornecer uma forma de monitorizar qual a fonte da ativação do traço. Carlston e Skowronski (2005) eliminaram o efeito de TET num estudo com uma tarefa de atribuição de traços com escalas tipo Likert e pediram aos participantes para monitorizarem se o alvo era efetivamente o ator do comportamento ou o comunicador. Estes estudos, recorrendo também a tarefas de atribuição, ao contraporem a atribuição do traço implicado vs. congruente vs. incongruente, identificaram uma grande especificidade de atribuição do traço implicado. No nosso Estudo 2, a associação de um traço ao ator pode ter saído reforçada pela apresentação de um traço incongruente (o da marca) que permitiu mais facilmente descartá-lo como potencialmente associado ao ator.

Os presentes estudos contribuem para uma compreensão mais alargada do processo de transferência de traço de objetos incidentalmente presentes no contexto para atores. Vão além da literatura que já o tinha feito com símbolos (Carlston & Mae, 2007), na medida em que as marcas são objetos aos quais atribuímos personalidade e que estão inseridas no nosso dia-a-dia, em quase tudo o que vestimos, comemos ou fazemos e podem em determinadas situações influenciar impressões. Mas o presente estudo não só alarga o âmbito deste processo a marcas, como também esclarece o papel das IETs no processo de transferência de traços, demonstrando que as IETs têm o potencial de obstruir essa transferência.

Apesar de ao longo destes estudos nos referirmos a Transferência Espontânea de Traços, deve ser salientado que o processo que aqui estudamos tem características particulares, que poderão distinguir o processo de transferência aqui estudado do processo de TET. Nomeadamente, nós exploramos aqui a transferência de um traço previamente associado a um objeto (marcas) para um indivíduo, e não a transferência de um traço inferido a partir de um comportamento para um outro alvo. Na verdade, ao pretendermos estudar a possibilidade de transferência de traços de marcas para indivíduos, ficámos impossibilitados de testar as etapas iniciais desse mecanismo tal como propostas por Skowronski et al. (1998; i.e., as etapas de ativação do traço por via de uma descrição comportamental) e concentrámo-nos nas etapas finais desse mecanismo (i.e., a associação ao alvo e a influência sobre o alvo, dos traços a transferir). Não seria possível testarmos a transferência de um traço inferido a partir de um comportamento de uma marca, já que as marcas não exibem comportamentos – ou pelo menos não de uma forma espontânea – ainda que possuam uma personalidade (Aaker, 1997).

De qualquer modo, não pretendendo o presente estudo inferir acerca do processo subjacente à ativação do traço a transferir, a forma como, no presente estudo, a atribuição do traço associado à marca é feita ao ator incidentalmente presente, demonstra que este processo de transferência será pelo menos em grande parte análogo ao processo de TET tal como definido na literatura, se não na gênese, pelo menos nos seus impactos. Estudos futuros devem testar a equivalência dos processos subjacentes às duas formas de transferência.

### **Conclusão**

Uma implicação destes resultados para as marcas é a de que os consumidores não conseguem alterar tão facilmente impressões dos seus conhecidos mudando para uma marca que não tenha uma personalidade consistente com a sua, mas podem sempre causar boas primeiras impressões junto de desconhecidos (a não ser que tropecem nesse mesmo instante, o que já por si permite inferir e associar o traço “desastrado(a)” e não há marca sofisticada que os salve).

A decisão metodológica que tomámos para garantirmos ao máximo a correta manipulação das expectativas da marca poderá diminuir a validade ecológica dos nossos resultados. Ainda assim, eles são claramente atrativos para a investigação nas áreas do Marketing e do Comportamento do Consumidor uma vez que constituem uma base experimental que poderá inspirar a realização de estudos de mercado futuros. Por exemplo, uma marca que queira compreender até que ponto um novo produto que pretende lançar está em linha com o seu posicionamento pode, seleccionando uma amostra de conveniência de consumidores seus muito envolvidos com a marca e que tenham expectativas muito parecidas face à mesma (garantindo desta forma o controlo das expectativas), submetê-los a uma tarefa de atribuição de traços a utilizadores hipotéticos que utilizassem esse novo produto vs. produtos já existentes.

# **REFERÊNCIAS**

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(1632), 347–357.
- Aaker, J. L. (1999). The Malleable Self: The Role of Self-Expression in Persuasion. *SSRN Electronic Journal*.
- Asch, S. (1946). Forming impressions of personality. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41(3), 258–290.
- Brown, R. D., & Bassili, J. N. (2002). Spontaneous Trait Associations and the Case of the Superstitious Banana. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38(1), 87–92.
- Caetano, M. (2008). *Do comportamento à marca: A possibilidade e limites da transferência*. Tese de Mestrado não publicada, em Psicologia Social, ISCTE, Portugal.
- Carlston, D. E., & Skowronski, J. J. (1994). Savings in the relearning of trait information as evidence for spontaneous inference generation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(5), 840–856.
- Carlston, D. E., Skowronski, J. J., & Sparks, C. (1995). Savings in relearning: II. On the formation of behavior-based trait associations and inferences. *Journal of personality and social psychology*, 69(3), 420–35.
- Carlston, D. E., & Skowronski, J. J. (2005). Linking versus thinking: evidence for the different associative and attributional bases of spontaneous trait transference and spontaneous trait inference. *Journal of personality and social psychology*, 89(6), 884–98.
- Carlston, D. E., & Mae, L. (2007). Posing with the Flag : Trait-specific effects of symbols on person perception. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 241–248.
- Crawford, M. T., Skowronski, J. J., & Stiff, C. (2007). Limiting the spread of spontaneous trait transference. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43, 466–472.
- Creswell, J. (22 Junho 2008). Nothing Sells Like Celebrity. *The New York Times*. Retirado de <http://www.nytimes.com/>

- Fennis, B. M., & Pruyn, A. T. H. (2007). You are what you wear : Brand personality influences on consumer impression formation. *Journal of Business Research*, 60, 634–639.
- Ferreira, R. (2009). *Transferência Espontânea De Traços Para Marcas: O Papel Das Expectativas Acerca Da Marca*. Tese de Mestrado não publicada, em Psicologia Social, ISCTE, Portugal.
- Fiske, S. T. & Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition* (2<sup>nd</sup> Edition). USA: McGraw-Hill.
- Goren, A., & Todorov, A. (2009). Two Faces Are Better Than One: Eliminating False Trait Associations With Faces. *Social Cognition*, 27(2), 222–248.
- Jerónimo, R. (2003). Normas de sinonímia e de frequência subjectiva para palavras ilustrativas de quatro traços de personalidade. *Laboratório de Psicologia*, 1(1), 67-76.
- Jerónimo, R., Garcia-Marques, L., Ferreira, M. B., Macrae, C. N., & Hamilton, D. L. (submitted). When trait inference fails: Expectancies and the trait inference inhibition in person perception. *Journal of Experimental Social Psychology*; IF<sub>2010</sub>= 2.202; IF<sub>5anos</sub>= 2.944.
- Kahle, Lynn R. & Homer, P. A. (1985), "Physical Attractiveness of the Celebrity Endorser: A Social Adaptation Perspective. *Journal of Consumer Research*, 11 (March), 954-961.
- Kamins, M. A. (1990). An Investigation into the “Match-up” Hypothesis in Celebrity Advertising: When Beauty May Be Only Skin Deep. *Journal of Advertising*, 19(1), 4–13.
- Landon, E. L. (1974). Self-concept, ideal self-concept, and consumer purchase intentions *Journal of Consumer Research*, 1, 44 - 51.
- Marques, J. F. (1997). Normas de tipicidade e familiaridade para diferentes categorias de itens verbais. *Revista Portuguesa de Psicologia*, 32, 35-55.
- McCracken, Grant C. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*, vol. 13 (1),71-84

- Mae, L., Carlston, D. E., & Skowronski, J. J. (1999). Spontaneous trait transference to familiar communicators: is a little knowledge a dangerous thing? *Journal of personality and social psychology*, 77(2), 233–46.
- Miner, M. & Park, D.C.(2004). A lifespan database of adult facial stimuli. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*. 36, 630-633.
- Queijo, A. (2010). *Do comportamento do actor à personalidade da marca: O papel da atenção dedicada ao actor do comportamento na transferência espontânea de traços de personalidade para Marcas*. Tese de Mestrado não publicada, em Psicologia Social, ISCTE, Portugal.
- Reis, J., Ramos, T., & Ferreira, M. (em preparação). Pré-teste de comportamentos implicativos de traço e comportamentos neutros.
- Ries, A. & Trout, J. (1981). *Positioning: The Battle for your Mind*. [Kindle for Mac version]. Retirado de [www.amazon.com](http://www.amazon.com)
- Skowronski, J. J., Carlston, D. E., Mae, L., & Crawford, M. T. (1998). Spontaneous trait transference: Communicators take on the qualities they describe in others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(4), 837–848.
- Till, B. D., & Busler, M. (2000). The Match-Up Hypothesis: Physical Attractiveness, Expertise and the Role of Fit on Brand Attitude, Purchase Intent and Brand Beliefs. *Journal of Advertising*, 29(3), 01–13.
- Todorov, A., & Uleman, J. S. (2002). Spontaneous trait inferences are bound to actors' faces: Evidence from a false recognition paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(5), 1051–1065.
- Uleman, J. S., & Saribay, S. A. (2012). Initial impressions of others. In K. Deaux & M. Snyder (Eds.), *Oxford handbook of personality and social psychology* (pp. 337-366). New York: Oxford University Press.
- Uleman, J. S., Saribay, S. A., & Gonzalez, C. (2008). Spontaneous inferences, implicit impressions, and implicit theories. *Annual Review of Psychology*, 59, 329-360.

- Uleman, J. S., Hon, A., Roman, R. J., & Moskowitz, G. B. (1996). On-line evidence for spontaneous trait inferences at encoding. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(4), 377-394
- van Oostendorp, H. and de Mul, S. (1990). Moses beats Adam: A semantic relatedness effect on a semantic illusion. *Acta Psychologica*, 74: 35-46.
- Wigboldus, D. H. J., Dijksterhuis, A., & Van Knippenberg, A. (2003). When stereotypes get in the way: Stereotypes obstruct stereotype-inconsistent trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 470-484.
- Winter, L., & Uleman, J. S. (1984). When are social judgments made? Evidence for the spontaneousness of trait inferences. *Journal of personality and social psychology*, 47(2), 237-52.

# **ANEXOS**

**Anexo A - faces neutras selecionadas para os Estudos 1 e 2**



Anexo B – logotipos de marcas seleccionados para os Estudos 1 e 2



Anexo C – comportamentos implicativos e não implicativos de traço selecionados para o  
Estudo 1

| Comportamentos implicativos de traço                                   | Traço implicado |
|--|-----------------|
| Recusou um cliente por causa da sua cor de pele                        | racista         |
| Recostou-se na poltrona com um chá a ouvir a sua música favorita       | calmo           |
| As pessoas bocejam cada vez que o ouvem falar                          | aborrecido      |
| Disse ao empregado de caixa que ele lhe tinha dado troco a mais        | honesto         |
| Foi-se embora do jantar sem agradecer ao anfitrião                     | mal educado     |
| As histórias dele fazem as pessoas rir tanto que nem se aguentam em pé | engraçado       |
| Foi incapaz de escolher um sítio para almoçar                          | indeciso        |
| Conduz sempre um pouco mais devagar do que o limite de velocidade      | cuidadoso       |
| Passou todo o dia deitada em casa a ler revistas                       | preguiçoso      |
| Apenas consegue ter dois dias livres de trabalho por mês               | trabalhador     |
| Tentou ouvir a conversa da mesa do lado                                | coscuvilheiro   |
| Perguntou de onde vêm as estrelas                                      | curioso         |

Comportamentos não implicativos de traço

|  |
|--|
| Saiu para comprar uma peça de roupa                          |
| A meio da manhã bebeu um café e comeu um bolo                |
| Naquele dia levou consigo o guarda-chuva                     |
| Comeu um bife com batatas fritas ao almoço                   |
| Tomou o elevador para o quarto andar                         |
| Estacionou o automóvel perto de casa                         |
| Esteve naquela manhã um quarto de hora à espera do autocarro |
| Viu um programa de televisão depois do jantar                |
| Levantou-se depois das onze horas da manhã naquele domingo   |
| Olhou para o relógio para ver as horas                       |
| Comeu uma peça de fruta depois do jantar                     |
| Naquele dia tomou uma bebida à refeição                      |

Anexo D – traços de personalidade e palavras neutras selecionados para aprendizagem associativa no Estudo 1

| Traços de personalidade | Palavras Neutras |
|-------------------------|------------------|
| desorganizado           | bota             |
| inteligente             | mar              |
| estúpido                | lenço            |
| artístico               | rua              |
| esbanjador              | moldura          |
| persistente             | biombo           |
| arrogante               | selo             |
| ecológico               | perna            |
| introvertido            | escada           |
| religioso               | unha             |
| intolerante             | areia            |
| simpático               | mesa             |

## Anexo E – Instruções por ecrã para Estudo 1 e Estudo 2

Ecrã 1: Obrigada pela sua participação!

Esta experiência tem três fases. Numa primeira fase irá visualizar pares de imagens e palavras, apresentadas no ecrã do computador. Por favor, preste atenção a toda a informação apresentada. A sua tarefa consiste em memorizar os pares de estímulos (imagem + palavra) procurando para tal associar a imagem à palavra respectiva.

Numa fase posterior iremos apresentar-lhe apenas as imagens e pedir-lhe que se recorde da palavra que lhe estava associada.

Pretendemos que consiga uma aprendizagem perfeita dos pares, razão pela qual terá quatro oportunidades para memorizar e recordar a informação.

Carregue na "barra de espaços" para continuar.

---

Ecrã 2: De forma a familiarizar-se com a tarefa, iremos mostrar-lhe um ensaio de prática.

Carregue na "barra de espaços" para visualizar o ensaio de prática.

---

Ecrã 3: Agora que está familiarizado com a tarefa, o estudo vai começar.

Não se esqueça: Memorize os pares imagem + palavra. Mais tarde iremos apresentar-lhe apenas as imagens e terá que se recordar da palavra que lhe estava associada.

Carregue na "barra de espaços" para começar.

---

Ecrã 4: Vamos agora pedir-lhe que recorde a palavra associada a cada imagem apresentada. Vamos apresentar-lhe as imagens anteriores e deverá, para cada imagem, escrever a palavra que lhe esteve associada anteriormente.

Utilize o teclado para escrever as palavras e carregue na barra de espaços quando acabar de escrever a palavra para passar para a imagem seguinte.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 5: Terá de seguida uma segunda oportunidade para aprender os pares de imagens e palavras.

Numa fase posterior, iremos apresentar-lhe apenas as imagens e pedir-lhe que se recorde da palavra que lhe estava associada.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 6: De seguida, iremos apresentar-lhe as imagens anteriores. Deverá, para cada imagem, escrever a palavra que lhe esteve associada anteriormente.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 7: Terá de seguida uma terceira oportunidade para aprender os pares imagem + palavra.

Numa fase posterior, iremos apresentar-lhe apenas as imagens e pedir-lhe que se recorde da palavra que lhe estava associada.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 8: De seguida, iremos apresentar-lhe as imagens anteriores. Deverá, para cada imagem, escrever a palavra que lhe esteve associada anteriormente.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 9: Terá de seguida uma última oportunidade para aprender os pares imagem + palavra.

Numa fase posterior, iremos apresentar-lhe apenas as imagens e pedir-lhe que se recorde da palavra que lhe estava associada.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 10: De seguida, iremos apresentar-lhe as imagens anteriores. Deverá, para cada imagem, escrever a palavra que lhe esteve associada anteriormente.

Carregue na barra de espaços para iniciar a tarefa.

---

Ecrã 11: Vamos agora iniciar a segunda fase do nosso estudo. Nesta fase iremos apresentar-lhe trios de estímulos: uma face de uma pessoa + uma frase que descreve um comportamento

dessa pessoa + uma imagem.

Novamente, pedimos-lhe que memorize os trios de informação apresentada, para um teste posterior de memória.

Carregue na "barra de espaços" para continuar.

---

Ecrã 12: De forma a familiarizar-se com a tarefa, iremos mostrar-lhe um ensaio de prática.

Carregue na "barra de espaços" para visualizar o ensaio de prática.

---

Ecrã 13: Agora que está familiarizado com a tarefa, a fase de estudo vai começar.

Memorize os trios de informação (face + frase + imagem) para um teste de memória posterior.

Carregue na "barra de espaços" para começar.

---

Ecrã 14: Nesta terceira fase do nosso estudo vamos apresentar-lhe novamente as faces que acabou de ver. A sua tarefa consiste em avaliar cada face apresentada numa escala de personalidade de 9 pontos.

Repare que, na escala, “1” corresponde sempre à avaliação da face como NADA ilustrativa do traço de personalidade em questão, e “9” a uma avaliação da face como MUITO ilustrativo do traço de personalidade em questão. Deve pressionar a tecla (da tecla 1 à tecla 9) que melhor corresponda à sua avaliação da face.

---

Ecrã 15: De forma a familiarizar-se com a tarefa, iremos mostrar-lhe um ensaio de prática.

Carregue na "barra de espaços" para visualizar o ensaio de prática.

---

Ecrã 16: Agora que está familiarizado com a tarefa, a fase de estudo vai começar.

Avalie cada face apresentada na escala de personalidade apresentada. Deve dar uma resposta rápida e intuitiva, e não pensar muito tempo em cada resposta que dá.

Carregue na "barra de espaços" para começar.

---

Ecrã 17: O Estudo chegou ao fim.

Este estudo está a ser conduzido por Tiago Clérigo, aluno de mestrado do ISCTE-IUL, sob orientação de Rita Jerónimo (ISCTE-IUL) e Tânia Ramos (FP-UL). Quaisquer questões ou dúvidas sobre o estudo poderão ser enviadas para [tiago.m.clerigo@gmail.com](mailto:tiago.m.clerigo@gmail.com).

Asseguramos que os seus dados são estritamente confidenciais. Nunca será possível identificar a sua identidade em qualquer relato futuro dos resultados.

Muito obrigada pela sua colaboração!

---

Anexo F – comportamentos implicativos e não implicativos de traço selecionados para o  
Estudo 2

| Comportamentos implicativos de traço                                   | Traço implicado |
|--|-----------------|
| Recusou um cliente por causa da sua cor de pele                        | racista         |
| Recostou-se na poltrona com um chá a ouvir a sua música favorita       | calmo           |
| Disse ao empregado de caixa que ele lhe tinha dado troco a mais        | honesto         |
| Foi-se embora do jantar sem agradecer ao anfitrião                     | mal educado     |
| As histórias dele fazem as pessoas rir tanto que nem se aguentam em pé | engraçado       |
| Foi incapaz de escolher um sítio para almoçar                          | indeciso        |
| Apenas consegue ter dois dias livres de trabalho por mês               | trabalhador     |
| Tentou ouvir a conversa da mesa do lado                                | coscuvilheiro   |
| Perguntou de onde vêm as estrelas                                      | curioso         |
| Pisou os pés da namorada enquanto dançava com ela                      | desastrado      |
| Começou a suar mal a professora chamou o seu nome                      | nervoso         |
| Acha que consegue lidar com a maioria dos problemas que lhe surgem     | confiante       |

Comportamentos não implicativos de traço

---

Saiu para comprar uma peça de roupa

A meio da manhã bebeu um café e comeu um bolo

Naquele dia levou consigo o guarda-chuva

Comeu um bife com batatas fritas ao almoço

Tomou o elevador para o quarto andar

Estacionou o automóvel perto de casa

Esteve naquela manhã um quarto de hora à espera do autocarro

Viu um programa de televisão depois do jantar

Levantou-se depois das onze horas da manhã naquele domingo

---

Anexo G – traços de personalidade selecionados para aprendizagem associativa no Estudo 2

Traços de personalidade

---

desorganizado

inteligente

artístico

esbanjador

persistente

vaidoso

preguiçoso

discreto

desinteressado

cuidadoso

descontraído

inseguro

introvertido

religioso

intolerante

simpático

sério

imaginativo

mentiroso

solícito

estúpido

---