

De triunfante a terrível: Avaliação de valência e familiaridade de adjectivos em língua portuguesa

Marília Prada

Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa / Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Lisboa

Rita Silva

Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Lisboa

Resumo

Apresentam-se, neste artigo, normas de valência e familiaridade subjectivas de 400 adjectivos em Língua portuguesa avaliados por uma amostra total de 173 estudantes universitários. Especificamente, cada adjectivo foi avaliado em ambas as dimensões em escalas de 7 pontos ancoradas em Negativo/Positivo e Nada Familiar/Muito Familiar; por uma sub-amostra constituída por um número máximo de 22 participantes. Tais avaliações (i.e., médias, desvios-padrão e intervalos de confiança a 95%) são aqui apresentadas com o objectivo de contribuir para o enriquecimento das normas de palavras em português.

Palavras-chave: Adjectivos, Familiaridade, Língua portuguesa, Valência.

Abstract

In this study, we present subjective valence and familiarity norms for a set of 400 Portuguese adjectives evaluated by a sample of 173 college students. Specifically, each adjective was assessed in both dimensions on 7 points scales, Negative/Positive and Not at all Familiar/Very Familiar; by a sub-sample that included up to 22 participants. Such evaluations are presented here (i.e., means, standard-deviations and confidence intervals at the 95% level) in order to contribute to the enrichment of word norms in Portuguese.

Key words: Adjectives, Familiarity, Portuguese, Valence.

Apresentamos neste artigo uma lista de 400 adjectivos em português que foram avaliados quanto ao seu grau de *familiaridade* e de *valência subjectivas*. A elaboração deste estudo reflecte e procura

Este trabalho teve o suporte da FCT através do programa POCI 2010 e Plurianual atribuído à UIPCDE. A correspondência relativa a este artigo deverá ser enviada para: Marília Prada, Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Gab. 132, Rua Jardim do Tabaco, 34, 1149-041 Lisboa; E-mail: mprada@ispa.pt

responder à necessidade que existe de desenvolver e publicar este tipo de normas na língua portuguesa, possibilitando-se assim o acesso a material que possa ser usado em contextos experimentais no domínio da psicologia, à semelhança da literatura que tem vindo a ser desenvolvida noutros países. Por exemplo, destaca-se o sistema ANEW desenvolvido para a língua inglesa (Bradley & Lang, 1999) e adaptado para Espanha (Redondo, Fraga, Padrón, & Comesaña, 2007), bem como as normas de Hermans e De Houwer (1994), em holandês, pela semelhança com as que propomos. Deste modo, o presente trabalho adiciona-se aos conjuntos de palavras já avaliados nestas dimensões por Garcia-Marques (2003) e Marques (2004), residindo a principal diferença relativamente aos mesmos no facto de aqui se avaliarem exclusivamente adjectivos.

Em termos gerais, o desenvolvimento de normas de estímulos visa não só a facilitação da operacionalização e/ou controlo experimental do material nas dimensões testadas, bem como a facilitação da comparação de resultados entre diferentes estudos e a replicação dos mesmos (Lang, Bradley, & Cuthbert, 1997). Especificamente, a importância da publicação de estímulos (neste caso, palavras adjectivos) pré-testados para as dimensões de valência e familiaridade prende-se com duas razões principais que discutiremos de seguida. A primeira razão relaciona-se com estudos nos quais queremos explorar os efeitos destas dimensões noutras variáveis, pois quer uma quer a outra interferem ao nível de vários e diferentes fenómenos psicológicos. Por exemplo, o impacto da familiaridade é investigado ao nível do reconhecimento (e.g., Estes & Maddox, 2002; Smith, 1967; Macken, 2002), ou do seu papel na regulação dos modos de processamento da informação persuasiva (Garcia-Marques & Mackie, 2001). A familiaridade tem também sido descrita como uma variável relevante no âmbito de diversos processos como a percepção, demonstrando-se, por exemplo, que palavras-estímulos “mais familiares” são mais facilmente percebidos (Jacoby & Dallas, 1981).

A valência, por sua vez, é um aspecto central no âmbito do campo de estudos da primazia afectiva, sendo muito frequente o recurso a palavras valenciadas enquanto estímulos (Bargh, Chaiken, Govender, & Pratto, 1992; Fazio, Sanbonmatsu, Powell, & Kardes, 1986) para investigar o impacto da activação temporária da valência de uma primeira palavra (i.e., estímulo-primo) no processamento de uma outra subsequente (i.e., estímulo-alvo) (Klauer, 1998). Também o paradigma de Teste de Associação Implícita (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998) recorre a este tipo de palavras para aceder à associação diferencial entre determinados conceitos-alvo (por exemplo, grupos como “brancos” e “negros”) e um dado atributo (i.e., palavras valenciadas como “veneno” ou “honra”). O impacto da valência pode mesmo ser observado em processos como a percepção de tempo. Por exemplo, Angrilli, Cherubini, Pavese, e Manfredini (1997) demonstraram que no caso dos estímulos menos intensos (em termos de indução de activação), a duração de apresentação de imagens negativas é julgada como inferior à de imagens positivas, invertendo-se tal julgamento para os estímulos mais intensos.

A segunda razão, que se prende especificamente com o desenvolvimento de normas conjuntas para as duas dimensões, tem por base a relação passível de existir entre estas. A título ilustrativo refere-se o trabalho de Chan, Ybarra, e Schwarz (2006) que sugere que o resultado da primazia afectiva poderá depender da familiaridade das palavras-alvo utilizadas. Concretamente, os autores demonstram o efeito típico de congruência afectiva (i.e., respostas mais rápidas quando o alvo partilha a valência afectiva do estímulo-primo) quando as palavras-alvo são pouco familiares, mas um efeito inverso quando estas são altamente familiares. De uma forma mais geral, a literatura tem demonstrado uma forte associação entre familiaridade e positividade (ou valência positiva). Por exemplo, tendemos a preferir um estímulo ao qual fomos repetidamente expostos (e.g., Zajonc, 1968) e mesmo a perceber como mais familiares os estímulos que consideramos mais positivos (Garcia-Marques, Mackie, Claypool, & Garcia-Marques, 2004; Monin, 2003).

Valência e familiaridade subjectivas

Tal como referido, os adjectivos aqui apresentados foram avaliados através de medidas subjectivas das dimensões de valência e familiaridade.

A valência subjectiva de um estímulo refere-se à percepção deste como tendo a propriedade de ser positivo ou negativo (Zajonc, 1998). O acesso a tal dimensão de positividade/negatividade é, habitualmente, efectuado através de escalas de medida, tais como *visual analogue scales*, *Likert scales*, *labelled magnitude scales* (para revisão ver Lishner, Cooter, & Zald, 2008) que deverão ser sensíveis aos diferentes graus de intensidade associados ao processamento avaliativo de um dado estímulo.

A familiaridade com uma palavra, por sua vez, pode ser operacionalizada em termos de critérios de natureza mais objectiva ou mais subjectiva (que designaremos por *familiaridade objectiva ou subjectiva*, respectivamente, de modo a fazermos um paralelismo com os seus critérios de operacionalização).

A familiaridade objectiva corresponde geralmente à frequência com que encontramos uma dada palavra na língua em questão (Gernsbacher, 1984), podendo ser determinada de duas formas. Uma delas é a partir do número de vezes que o vocábulo é encontrado em amostras de textos escritos como livros, jornais ou revistas científicas (método utilizado nas normas norte-americanas de Kučera e Francis, 1967), designando-se neste caso uma medida de frequência linguística escrita. A outra forma expressa o número de vezes que esse vocábulo é encontrado na linguagem oral (Nascimento, Marques, & Cruz, 1987, cit. por Marques, 2004), ou seja, frequência linguística oral.

Relativamente à medida de familiaridade subjectiva, aquela que foi utilizada neste estudo, esta é geralmente obtida através dos julgamentos dos indivíduos sobre o grau em que uma palavra lhes é familiar (e.g., Smith, 1967; Garcia-Marques, 2003). Esta avaliação, tal como a valência subjectiva, é expressa em escalas de medida cujo extremo mais negativo representa fraca familiaridade (ou “ausência” desta) e o extremo mais positivo representa a “completa” familiaridade com a palavra. Por exemplo, nas normas de Garcia-Marques (2003) a medida de familiaridade (operacionalizada como o julgamento subjectivo acerca da frequência com que os indivíduos utilizam ou ouvem cada uma das palavras) consiste numa escala de 7 pontos, que varia entre “pouco familiar” (1) e “muito familiar” (7), enquanto que nas normas de Stadthagen-Gonzalez e Davis (2006) a escala é definida por “palavras nunca vistas” (1) e “palavras vistas muito frequentemente (7)”. A literatura tem demonstrado que este tipo de familiaridade subjectiva tem um maior valor preditivo em determinados paradigmas (e.g., tempos de reacção em tarefas de decisão lexical, Gernsbacher, 1984).

Relativamente a outros estudos sobre normas de vocábulos em língua portuguesa (e.g., Garcia-Marques, 2003; Marques, 2004), o presente trabalho destaca-se por três motivos principais. Primeiro, neste estudo é utilizada uma lista composta exclusivamente por adjectivos. Dado que este tipo de estímulos é claramente valenciado, constitui um acréscimo ao material disponível na literatura que pode ser utilizado no âmbito da primacção afectiva.

Segundo, os adjectivos foram seleccionados procurando ser aplicáveis tanto a objectos como a seres vivos (e.g., o adjectivo “ligeiro” pode ser relativo ao peso de uma pessoa ou a uma categoria de veículos). Ou seja, através do desenvolvimento de normas de familiaridade e valência sem referência a um contexto específico pretende-se estender os domínios de investigação em que este tipo de estímulos pode ser utilizados. De facto, à excepção de normas como as de Garcia-Marques (2003), poucos são os estudos que elaboram normas de familiaridade ou de valência de adjectivos em língua portuguesa isolados de um contexto e/ou grupo social específico. Por exemplo, Brazão e Garcia-Marques (2004) apresentam uma lista de 90 atributos (palavras-adjectivo) com conotação negativa testados quanto à estereotipicalidade relativamente à categoria de *skinhead*; já Marques, Lima, e Novo (2006) testam a valência de atributos culturalmente associados às pessoas jovens e idosas.

Por último, uma vez que muitos destes adjectivos são simultaneamente traços de personalidade (e.g., inteligente, estúpido), a elaboração das suas normas de valência poderá ser útil também para a investigação no domínio específico dos estereótipos e formação de impressões.

Método

Participantes

Um total de 173 estudantes provenientes de cinco instituições do ensino superior de Lisboa (Instituto Superior de Psicologia Aplicada; Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação, Faculdade de Arquitectura, Faculdade de Medicina Veterinária e Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas), de ambos os sexos (82,7% do sexo feminino) e com idades compreendidas entre os 17 e os 51 anos ($M(\text{idade})=28,9$ anos, $DP(\text{idade})=3,862$), colaboraram na avaliação de um subconjunto de 50 adjectivos de um conjunto total de 400.

Material

O conjunto de estímulos em estudo foi constituído por adjectivos que surgem da lista de adjectivos compilada em 2006 (Frankenberg-Garcia & Santos, 2006) e que integra o corpus linguístico escrito reunido pelo projecto Compara (Frankenberg-Garcia & Santos, 2002)¹. A selecção dos adjectivos obedeceu aos seguintes critérios: (1) elevada frequência², (2) ausência de referência a propriedades como a cor (e.g., preto; vermelho, etc.), nacionalidades e etnias (e.g., português; brasileiro, etc.), e religiões (e.g., católico; muçulmano, etc.). O primeiro critério prende-se com o objectivo primordial de obtenção de um conjunto de palavras cuja valência afectiva fosse rapidamente extraível, o que é mais provável de ocorrer com palavras à partida mais familiares. O segundo critério referido visou isolar os vocábulos a avaliar de um contexto e/ou grupo social específico.

Os adjectivos seleccionados foram organizados em duas listas distintas que continham a totalidade de palavras, variando apenas a sua ordem de apresentação (determinadas pelo programa *Research Randomizer* (Urbaniak & Plous, 2007) de geração de números aleatórios: <http://www.randomizer.org/>). Com base em cada uma destas listas foram concebidos 8 sub-conjuntos de 50 palavras, com vista a evitar o cansaço e desinteresse que resultaria da avaliação da totalidade das palavras.

Para a avaliação dos adjectivos nas duas dimensões em estudo, construíram-se duas *rating scales* de 7 pontos ancoradas em *Negativo* (1) / *Positivo* (7), para a dimensão de valência, e em *Nada Familiar* (1) / *Muito Familiar* (7) para a dimensão de familiaridade. A opção por este tipo de escalas deve-se a factores de ordem prática, pois são pouco complexas e permitem aceder a ambas as dimensões através da extracção e análise de medidas como média, desvio-padrão e intervalos de confiança. Formaram-se assim 16 cadernos com três páginas, destinando-se a primeira à apresentação do estudo e recolha da informação sócio-demográfica (idade, género e curso frequentado) dos participantes, e as duas seguintes à apresentação dos adjectivos (25 em cada uma) e sua avaliação.

Procedimento

Os estudantes que participaram neste processo de avaliação foram contactados quer em contexto de sala de aula, quer em espaços comuns das universidades (e.g., biblioteca). Os cadernos foram distribuídos de forma aleatória pelos participantes, tendo a sua avaliação uma duração máxima de 10 minutos. As

¹ O projecto Compara aqui citado data de 2002, altura da sua formação. No entanto, o seu corpus linguístico é continuamente aumentado, daí a referência que fazemos à lista de adjectivos de onde foi retirado o material para este estudo ter a data de 2006. Essa mesma lista poderá ser consultada em <http://www.linguateca.pt/COMPARA/ListaAdjectivosFormas.html>.

² O critério de frequência utilizado pelos autores que compilaram a lista de adjectivos original consiste na contagem do número de vezes que cada adjectivo surge nas obras originais em língua portuguesa ou traduções de inglês para português.

instruções apresentadas foram as seguintes: “Pedimos-lhe a sua colaboração num breve estudo sobre avaliação de palavras. De seguida será apresentado um conjunto de palavras. A sua tarefa será avaliar, de forma rápida e espontânea, cada uma destas palavras em duas dimensões: (1) Avaliação: assinalar com um círculo em que medida a palavra é positiva ou negativa, de acordo com a sua primeira impressão; (2) Familiaridade: Assinalar com um círculo em que medida a palavra lhe é familiar.” Especificamente, cada palavra foi avaliada em primeiro lugar quanto à sua valência, e seguidamente quanto à sua familiaridade. As duas escalas foram colocadas lado a lado na mesma folha, logo a seguir à palavra a que se referiam. No final da avaliação, agradeceu-se a colaboração dos participantes, esclarecendo todas as dúvidas quanto aos objectivos do estudo.

Resultados

A unidade de análise dos dados foi a palavra, negligenciando-se qualquer outro factor (à semelhança de Garcia-Marques, 2003). Assim, para cada palavra foi calculado: (a) a média das avaliações em ambas as dimensões: valência (permitindo a leitura desta média a classificação dos adjectivos como negativos, “neutros”³ ou positivos) e familiaridade; (b) o desvio-padrão (informativo quanto ao grau de consenso das avaliações, sendo que quanto “maior” for o valor de desvio-padrão, “menor” consenso traduzirá); e (c) o intervalo de confiança a 95% associado às médias (que permite também o teste de hipótese da existência de diferenças significativas entre duas médias. Por exemplo, se o objectivo for seleccionar adjectivos que difiram significativamente quanto ao seu grau de valência subjectiva, os intervalos de confiança dos mesmos não se devem sobrepor). Em adição, e dada a relação existente entre valência e familiaridade já referida anteriormente, calculou-se a correlação existente entre ambas as medidas para cada palavra.

Estes resultados estão sumariados nas Tabelas 1 e 2, que se encontram ordenadas por ordem crescente das avaliações médias de valência subjectiva e de familiaridade subjectiva, respectivamente.

Tabela 1

Adjectivos organizados por ordem crescente das avaliações médias de valência subjectiva

N.º	Adjectivo	Valência				Familiaridade				r
		Média	I.C.	95%	d.p.	Média	I.C.	95%	d.p.	
1	DOLOROSO	1,200	,955	1,445	,523	4,200	3,388	5,012	1,735	,235
2	INSUPORTÁVEL	1,364	1,145	1,582	,492	5,182	4,354	6,010	1,868	-,342
3	TRÁGICO	1,364	1,106	1,621	,581	4,818	3,807	5,830	2,281	,304
4	MORTO	1,429	1,089	1,768	,746	4,714	3,791	5,638	2,028	,328
5	DOENTE	1,476	1,167	1,786	,680	5,286	4,445	6,127	1,848	,093
6	VIOLENTO	1,478	1,137	1,820	,790	4,957	4,097	5,816	1,988	,136
7	MISERÁVEL	1,542	1,264	1,820	,658	4,417	3,390	5,443	2,430	,223
8	INÚTIL	1,583	1,212	1,955	,881	4,500	3,488	5,512	2,396	-,203
9	CRUEL	1,625	1,300	1,950	,770	4,167	3,289	5,044	2,078	,060
10	RUIM	1,650	1,301	1,999	,745	4,250	3,256	5,244	2,124	-,514*
11	MONSTRUOSO	1,682	1,263	2,101	,945	4,333	3,609	5,058	1,592	-,151
12	IDIOTA	1,682	1,263	2,101	,945	5,455	4,603	6,306	1,920	-,081
13	HORRÍVEL	1,714	1,388	2,041	,717	4,905	4,105	5,705	1,758	-,037
14	RIDÍCULO	1,727	1,357	2,167	,883	5,190	4,240	6,141	2,089	,056
15	IRRITANTE	1,762	1,412	2,112	,768	5,286	4,550	6,022	1,617	-,161

(cont. →)

³ Consideramos como neutros todos os adjectivos que apresentam uma avaliação média entre os valores 3 e 5 da escala utilizada. No entanto, e tal como nos foi indicado na revisão deste artigo, entendemos a possibilidade de este juízo poder ser falacioso, pois avaliar uma palavra em torno do ponto médio da escala (4) poderá traduzir uma ambivalência nessa avaliação (i.e., a palavra ser simultaneamente positiva e negativa). A denominação mantém-se por questões práticas e de facilitação ao leitor na classificação dos adjectivos de acordo com a sua avaliação média.

← cont.)

16	MALDITO	1,762	1,443	2,081	,700	4,619	3,681	5,557	2,061	-,275
17	GROSSEIRO	1,762	1,384	2,140	,831	4,667	3,848	5,485	1,798	-,037
18	ASSUSTADOR	1,773	1,387	2,158	,869	5,364	4,525	6,202	1,891	-,108
19	MAU	1,773	1,281	2,265	1,110	5,045	4,230	5,860	1,838	-,062
20	FALSO	1,800	1,306	2,294	1,056	5,050	4,060	6,040	2,114	-,298
21	TRISTE	1,818	1,416	2,220	,907	5,136	4,347	5,926	1,781	-,017
22	INFELIZ	1,826	1,128	2,524	1,614	4,348	3,439	5,257	2,102	-,177
23	FURIOSO	1,842	1,440	2,244	,834	4,895	3,946	5,844	1,969	-,167
24	PERTURBADOR	1,857	1,419	2,296	,964	4,905	4,201	5,609	1,546	-,221
25	SOMBRIO	1,905	1,586	2,224	,700	4,429	3,646	5,211	1,720	-,203
26	DESAGRADÁVEL	1,905	1,349	2,460	1,221	4,810	4,053	5,566	1,662	-,266
27	INCAPAZ	1,950	1,535	2,365	,887	4,850	4,001	5,699	1,814	-,064
28	SUJO	1,957	1,352	2,561	1,397	5,571	4,713	6,430	1,886	-,065
29	SEVERO	2,000	1,619	2,381	,837	4,524	3,629	5,418	1,965	-,264
30	COITADO	2,048	1,446	2,649	1,322	4,450	3,654	5,246	1,701	-,152
31	INSIGNIFICANTE	2,083	1,437	2,729	1,530	5,208	4,411	6,005	1,888	-,066
32	FATAL	2,100	1,312	2,888	1,683	4,600	3,635	5,565	2,062	-,013
33	FRACO	2,100	1,622	2,578	1,021	4,750	3,963	5,537	1,682	-,015
34	INFERIOR	2,150	1,688	2,612	,988	4,250	3,463	5,037	1,682	-,259
35	ESTÚPIDO	2,150	1,537	2,763	1,309	5,050	4,120	5,980	1,986	-,191
36	ORDINÁRIO	2,182	1,503	2,861	1,532	5,364	4,536	6,191	1,866	-,161
37	POBRE	2,200	1,661	2,739	1,152	5,200	4,307	6,093	1,908	-,440
38	CHATO	2,211	1,641	2,780	1,182	5,632	4,965	6,298	1,383	-,118
39	GRAVE	2,227	1,842	2,613	,869	4,364	3,595	5,132	1,733	-,254
40	IMPOSSÍVEL	2,238	1,629	2,847	1,338	5,190	4,462	5,919	1,601	-,037
41	ERRADO	2,238	1,438	3,038	1,758	5,350	4,633	6,067	1,531	-,014
42	CANSADO	2,261	1,936	2,586	,752	5,826	5,219	6,433	1,403	-,531**
43	PERIGOSO	2,273	1,658	2,887	1,386	4,773	4,063	5,483	1,602	-,252
44	MONÓTONO	2,300	1,868	2,732	,923	5,250	4,524	5,976	1,552	-,260
45	CONFUSO	2,318	1,837	2,800	1,086	5,773	5,162	6,384	1,378	-,345
46	AUSENTE	2,350	1,840	2,860	1,089	4,600	3,777	5,423	1,759	-,289
47	GORDO	2,381	1,853	2,909	1,161	5,762	5,073	6,451	1,513	-,157
48	AMARGO	2,400	1,785	3,015	1,314	4,850	3,911	5,789	2,007	-,149
49	BRUSCO	2,429	1,961	2,897	1,028	4,667	4,122	5,212	1,197	-,146
50	MELANCÓLICO	2,455	1,912	2,997	1,224	4,773	3,941	5,604	1,875	-,248
51	PERDIDO	2,455	2,028	2,881	,963	5,091	4,465	5,717	1,411	-,009
52	FEIO	2,458	1,849	3,068	1,444	5,417	4,759	6,075	1,558	-,109
53	FEROZ	2,474	1,932	3,015	1,124	4,158	3,217	5,098	1,951	-,145
54	NERVOSO	2,476	1,945	3,007	1,167	5,619	5,000	6,238	1,359	-,260
55	ÁSPERO	2,524	2,012	3,035	1,123	5,048	4,190	5,905	1,884	-,211
56	DESAJEITADO	2,524	2,012	3,035	1,123	5,571	4,903	6,240	1,469	-,136
57	VAZIO	2,524	2,126	2,921	,873	4,762	3,911	5,612	1,868	-,415
58	FRIO	2,565	2,063	3,067	1,161	5,478	4,778	6,179	1,620	-,142
59	BANAL	2,571	2,022	3,121	1,207	4,429	3,620	5,237	1,777	-,010
60	SINISTRO	2,636	1,931	3,341	1,590	4,545	3,506	5,585	2,345	-,229
61	MORTAL	2,636	1,945	3,328	1,560	5,273	4,485	6,061	1,778	-,254
62	TRÉMULO	2,700	2,242	3,158	,979	3,800	2,960	4,640	1,795	-,182
63	MOLE	2,714	2,192	3,236	1,146	4,286	3,457	5,114	1,821	-,356
64	VAGO	2,714	2,136	3,293	1,271	4,905	4,247	5,563	1,446	-,436
65	LÚGUBRE	2,727	2,270	3,185	1,032	2,955	2,224	3,685	1,647	-,128
66	PARADO	2,727	2,212	3,243	1,162	5,182	4,268	6,096	2,062	-,389
67	SOLITÁRIO	2,739	2,097	3,381	1,484	5,522	4,752	6,292	1,780	-,245
68	ESCASSO	2,750	2,126	3,374	1,333	4,350	3,719	4,981	1,348	-,016
69	ABSURDO	2,762	2,170	3,354	1,300	5,190	4,521	5,860	1,470	-,311
70	TERRÍVEL	2,773	2,012	3,534	1,716	4,773	4,000	5,546	1,744	-,329

(cont. →)

(← cont.)

71	VACILANTE	2,826	2,116	3,536	1,642	4,304	3,550	5,058	1,743	-,024
72	PESADO	2,826	2,327	3,325	1,154	4,957	4,225	5,688	1,692	,308
73	VÃO	2,850	2,061	3,518	1,496	4,842	3,637	6,047	2,500	,019
74	RUIDOSO	2,850	2,102	3,598	1,599	5,200	4,447	5,953	1,609	-,003
75	TENSO	2,850	2,297	3,403	1,182	5,200	4,545	5,855	1,399	,232
76	PRIMITIVO	2,864	2,140	3,479	1,457	4,619	3,681	5,557	2,061	,198
77	BIZARRO	2,905	2,247	3,563	1,446	5,048	4,307	5,788	1,627	-,040
78	SECO	2,905	2,408	3,401	1,091	5,095	4,391	5,799	1,546	,253
79	EXCESSIVO	2,909	2,381	3,437	1,192	4,955	4,335	5,574	1,397	-,034
80	OBSCURO	2,913	2,289	3,537	1,443	4,696	3,877	5,514	1,893	,164
81	DISTANTE	2,950	2,393	3,507	1,191	5,700	5,150	6,250	1,174	,313
82	CINZENTO	3,042	2,521	3,562	1,233	4,625	3,870	5,380	1,789	,516*
83	DURO	3,043	2,439	3,648	1,397	4,826	4,192	5,460	1,466	,291
84	PERPÉTUO	3,043	2,385	3,702	1,522	4,739	4,034	5,444	1,630	,038
85	AGUDO	3,045	2,647	3,444	,899	4,409	3,744	5,075	1,501	,109
86	ARTIFICIAL	3,048	2,481	3,614	1,244	4,810	3,963	5,656	1,861	,020
87	DRAMÁTICO	3,048	2,500	3,595	1,203	5,190	4,506	5,875	1,504	-,016
88	VULGAR	3,050	2,536	3,564	1,099	4,850	4,043	5,657	1,725	-,020
89	LENTO	3,053	2,441	3,664	1,268	5,211	4,430	5,991	1,619	,041
90	TONTO	3,091	2,408	3,774	1,540	5,714	4,978	6,450	1,617	-,070
91	IMPACIENTE	3,105	2,654	3,557	,937	5,158	4,274	6,042	1,834	,423
92	IMÓVEL	3,136	2,677	3,596	1,037	4,636	3,787	5,486	1,916	,313
93	CALADO	3,174	2,488	3,860	1,586	4,870	4,073	5,666	1,842	,210
94	CARO	3,182	2,607	3,756	1,296	5,727	5,144	6,311	1,316	,259
95	RÍGIDO	3,182	2,517	3,847	1,500	4,000	3,226	4,774	1,746	,314
96	OFEGANTE	3,211	2,518	3,903	1,437	4,158	3,204	5,112	1,979	,278
97	FECHADO	3,227	2,664	3,790	1,270	5,182	4,607	5,756	1,296	,296
98	URGENTE	3,238	2,491	3,985	1,640	5,238	4,682	5,794	1,221	,049
99	PARDO	3,238	2,701	3,775	1,179	3,136	2,347	3,926	1,781	,110
100	ABSORTO	3,304	2,730	3,879	1,329	2,783	2,131	3,434	1,506	,308
101	FUNDO	3,333	2,770	3,897	1,238	5,095	4,406	5,784	1,513	,180
102	INCERTO	3,350	2,797	3,903	1,182	5,300	4,619	5,981	1,455	,045
103	INDUSTRIAL	3,381	2,815	3,947	1,244	4,571	3,677	5,465	1,964	-,168
104	DEMASIADO	3,409	2,942	3,876	1,054	5,364	4,774	5,953	1,329	-,009
105	ANSIOSO	3,429	2,808	4,049	1,363	5,190	4,537	5,844	1,436	,473
106	ESCURO	3,435	2,774	4,135	1,502	5,909	5,226	6,592	1,540	,168
107	FRÁGIL	3,435	2,688	4,182	1,727	5,261	4,568	5,953	1,602	,378
108	IRREGULAR	3,435	2,884	3,985	1,273	5,261	4,633	5,889	1,453	-,199
109	INVISÍVEL	3,455	2,847	4,062	1,371	4,682	3,845	5,518	1,887	,309
110	OCULTO	3,476	2,907	4,045	1,250	4,333	3,490	5,177	1,853	,306
111	INQUIETO	3,478	2,841	4,115	1,473	5,913	5,331	6,495	1,345	-,103
112	OCUPADO	3,500	2,940	4,060	1,263	5,591	5,124	6,058	1,054	,236
113	DERRADEIRO	3,524	2,903	4,145	1,365	5,455	4,721	6,188	1,654	,140
114	INEVITÁVEL	3,565	3,030	4,100	1,237	4,609	4,001	5,217	1,406	,276
115	ALHEIO	3,571	3,103	4,039	1,028	4,524	3,824	5,223	1,537	,416
116	GROSSO	3,579	3,175	3,983	,838	4,316	3,465	5,167	1,765	,548*
117	HÚMIDO	3,600	3,160	4,040	,940	5,050	4,269	5,831	1,669	-,319
118	PEQUENO	3,619	3,153	4,085	1,024	5,714	5,173	6,256	1,189	-,366
119	INTERMINÁVEL	3,619	2,638	4,600	2,156	5,190	4,284	6,097	1,990	,068
120	COMUM	3,625	2,957	4,293	1,583	5,167	4,402	5,931	1,810	,237
121	MINÚSCULO	3,636	3,016	4,257	1,399	5,227	4,280	6,175	2,137	,390
122	PREOCUPADO	3,667	3,103	4,230	1,238	5,619	5,000	6,238	1,359	,376
123	ORGULHOSO	3,684	3,150	4,218	1,108	6,053	5,441	6,664	1,268	-,119
124	ESTRANHO	3,714	3,173	4,256	1,189	5,524	4,920	6,128	1,327	,202
125	ESPESSE	3,750	3,382	4,118	,786	4,650	3,950	5,350	1,496	,329

(cont. →)

(< cont.)

126	CONTRÁRIO	3,762	3,170	4,354	1,300	5,524	4,937	6,111	1,289	-,198
127	CONTÍNUO	3,773	3,300	4,245	1,066	4,909	4,199	5,619	1,601	,261
128	INDIFERENTE	3,783	3,144	4,421	1,476	5,522	4,941	6,103	1,344	,103
129	TÊNUE	3,789	3,377	4,202	,855	4,316	3,633	4,998	1,416	,458*
130	SILENCIOSO	3,789	3,319	4,260	,976	5,053	4,274	5,831	1,615	,063
131	RIGOROSO	3,800	2,933	4,667	1,852	5,050	4,330	5,770	1,538	,233
132	BAIXO	3,800	3,032	4,568	1,642	5,250	4,406	6,094	1,803	,356
133	REMOTO	3,800	3,283	4,317	1,105	4,750	3,978	5,522	1,650	,043
134	TREMENDO	3,800	3,032	4,568	1,642	4,400	3,665	5,135	1,569	,348
135	LOUCO	3,810	3,205	4,414	1,327	5,238	4,534	5,942	1,546	-,493
136	COMPLEXO	3,818	3,086	4,550	1,651	5,500	4,779	6,221	1,626	,101
137	QUIETO	3,850	3,276	4,424	1,226	5,050	4,158	5,942	1,905	,497*
138	TEATRAL	3,857	3,242	4,473	1,352	5,286	4,536	6,036	1,648	,261
139	TÍPICO	3,864	3,404	4,323	1,037	5,182	4,450	5,914	1,651	,467*
140	HESITANTE	3,870	3,042	4,697	1,914	4,957	4,202	5,711	1,745	,446*
141	ESTREITO	3,895	3,443	4,346	,937	4,526	3,717	5,336	1,679	,039
142	DEFINITIVO	3,905	3,042	4,767	1,895	5,571	4,655	6,488	2,014	,097
143	DOIDO	3,909	3,330	4,488	1,306	5,682	5,111	6,252	1,287	,095
144	OCASIONAL	3,909	3,549	4,269	,811	5,045	4,266	5,825	1,759	,194
145	CORRENTE	3,952	3,444	4,461	1,117	4,667	3,971	5,362	1,528	,543*
146	EXTREMO	3,952	3,386	4,519	1,244	5,190	4,506	5,875	1,504	,041
147	COMPRIDO	3,952	3,586	4,319	,805	5,318	4,748	5,889	1,287	-,055
148	METÁLICO	4,000	3,404	4,596	1,345	5,591	4,785	6,396	1,817	,473*
149	MÉDIO	4,000	3,708	4,292	,674	5,174	4,553	5,794	1,435	,023
150	SÚBITO	4,045	3,603	4,488	,999	4,682	3,979	5,385	1,585	,307
151	CURTO	4,048	3,412	4,683	1,396	5,190	4,569	5,812	1,365	,206
152	VELHO	4,053	3,242	4,864	1,682	5,316	4,561	6,070	1,565	,012
153	INFANTIL	4,083	3,487	4,679	1,412	5,167	4,423	5,910	1,761	,483*
154	RELIGIOSO	4,087	3,284	4,890	1,857	4,696	3,743	5,649	2,204	,660**
155	INESPERADO	4,087	3,637	4,537	1,041	4,957	4,325	5,588	1,461	,212
156	CHEIO	4,091	3,496	4,686	1,342	5,773	5,103	6,442	1,510	,292
157	BREVE	4,095	3,578	4,612	1,136	5,429	4,808	6,049	1,363	,369
158	ROBUSTO	4,095	3,540	4,651	1,221	4,524	3,740	5,307	1,721	,201
159	SOLENE	4,100	3,576	4,624	1,119	3,850	3,102	4,598	1,599	,385
160	FORMAL	4,105	3,575	4,636	1,100	4,789	4,116	5,463	1,398	-,194
161	TAMANHO	4,125	3,838	4,412	,680	5,500	4,972	6,028	1,251	,292
162	ESGUIO	4,143	3,638	4,647	1,108	4,857	4,193	5,521	1,459	,043
163	DENSO	4,143	3,754	4,531	,854	5,000	4,373	5,627	1,378	,229
164	MAGRO	4,174	3,501	4,847	1,557	5,391	4,858	5,925	1,234	-,170
165	GERAL	4,174	3,769	4,579	,937	5,652	5,060	6,244	1,369	,389
166	RELATIVO	4,182	3,641	4,723	1,220	5,409	4,834	5,984	1,297	,203
167	LOCAL	4,182	3,695	4,668	1,097	5,000	4,135	5,865	1,952	,195
168	DOMÉSTICO	4,182	3,545	4,818	1,435	4,909	4,173	5,645	1,659	,587**
169	BRANDO	4,190	3,721	4,660	1,030	4,810	4,140	5,479	1,470	,713**
170	PROVÁVEL	4,190	3,744	4,637	,981	5,143	4,511	5,775	1,389	,512*
171	OFICIAL	4,190	3,793	4,588	,873	4,810	4,241	5,378	1,250	,302
172	LONGO	4,190	3,721	4,660	1,030	5,238	4,646	5,830	1,300	,045
173	RARO	4,200	3,563	4,837	1,361	4,800	4,078	5,522	1,542	,052
174	REDONDO	4,217	3,993	4,553	,671	5,364	4,620	6,107	1,677	-,219
175	PERPLEXO	4,227	3,818	4,636	,922	4,682	3,834	5,530	1,912	,032
176	TÉCNICO	4,238	3,612	4,864	1,375	5,048	4,365	5,730	1,499	,193
177	AÉREO	4,238	3,721	4,755	1,136	4,667	3,957	5,377	1,560	,563**
178	PARTICULAR	4,250	3,749	4,751	1,070	5,050	4,330	5,770	1,538	,361
179	LISO	4,261	3,963	4,559	,689	4,913	4,361	5,465	1,276	,138
180	HABITUAL	4,261	3,805	4,717	1,054	5,304	4,730	5,879	1,329	,163

(cont. →)

(< cont.)

181	NOCTURNO	4,286	3,640	4,932	1,419	5,429	4,879	5,978	1,207	,138
182	SELVAGEM	4,286	3,744	4,827	1,189	5,571	5,041	6,102	1,165	-,296
183	ANTIGO	4,292	3,582	5,001	1,681	5,250	4,577	5,923	1,595	,725
184	FAMOSO	4,300	3,672	4,928	1,342	5,350	4,602	6,098	1,599	,588*
185	NUMEROSO	4,300	3,817	4,783	1,031	5,050	4,493	5,607	1,191	-,598*
186	CENTRAL	4,348	3,885	4,811	1,071	5,391	4,756	6,027	1,469	,357
187	POLICIAL	4,350	3,701	4,999	1,387	5,050	4,314	5,786	1,572	,477*
188	VIRGEM	4,364	3,824	4,903	1,217	4,955	4,351	5,558	1,362	-,571**
189	LARGO	4,364	3,941	4,786	,953	5,864	5,384	6,343	1,082	,026
190	CONSIDERÁVEL	4,381	3,987	4,775	,865	4,476	3,839	5,114	1,401	,623**
191	LIGEIRO	4,381	4,044	4,718	,740	4,905	4,231	5,578	1,480	-,439*
192	MORNO	4,381	3,915	4,847	1,024	5,238	4,721	5,755	1,136	,419
193	INTERNO	4,381	3,938	4,824	,973	5,000	4,443	5,557	1,225	-,515*
194	PIEDOSO	4,381	3,684	5,078	1,532	4,429	3,595	5,263	1,832	,231
195	CONSTANTE	4,391	3,964	4,819	,988	5,043	4,531	5,556	1,186	,382
196	PENETRANTE	4,391	3,783	4,999	1,406	4,870	4,201	5,538	1,546	-,731**
197	DIFÍCIL	4,400	3,650	5,150	1,603	4,400	3,635	5,165	1,635	-,262
198	SÉRIO	4,400	3,767	5,033	1,353	5,368	4,578	6,159	1,640	,421
199	SEMELHANTE	4,409	3,942	4,876	1,054	5,455	4,878	6,031	1,299	-,164
200	ENORME	4,429	3,918	4,939	1,121	5,714	5,154	6,274	1,231	,469*
201	IDÉNTICO	4,429	3,983	4,874	,978	5,048	4,500	5,595	1,203	,495*
202	GRANDE	4,455	3,912	4,997	1,224	5,591	5,067	6,115	1,182	,084
203	ADULTO	4,455	4,006	4,903	1,011	6,227	5,681	6,773	1,232	,400
204	REGULAR	4,455	4,127	4,782	,739	5,409	4,922	5,896	1,098	,429*
205	EVIDENTE	4,476	3,986	4,967	1,078	5,571	4,873	6,270	1,535	,286
206	AUTOMÁTICO	4,476	3,889	5,063	1,289	5,714	5,213	6,216	1,102	-,262
207	ESPIRITUAL	4,476	3,872	5,080	1,327	4,857	4,065	5,649	1,740	,197
208	ABSOLUTO	4,478	3,897	5,059	1,344	5,087	4,386	5,788	1,621	,424
209	INTACTO	4,524	3,973	5,074	1,209	5,238	4,629	5,847	1,338	-,588**
210	CONVENIENTE	4,524	3,973	5,074	1,209	5,429	4,825	6,032	1,326	,450
211	VASTO	4,524	4,033	5,014	1,078	5,000	4,373	5,627	1,378	-,010
212	INICIAL	4,545	4,020	5,071	1,184	5,545	4,938	6,153	1,371	,278
213	ARDENTE	4,545	4,039	5,052	1,143	4,864	4,175	5,552	1,552	-,599**
214	SAGRADO	4,545	3,865	5,226	1,535	4,818	4,139	5,497	1,532	-,510*
215	NORMAL	4,545	4,141	4,950	,912	5,909	5,417	6,401	1,109	,367
216	SUPREMO	4,571	3,873	5,270	1,535	4,857	4,039	5,675	1,797	-,058
217	SÓLIDO	4,571	4,041	5,102	1,165	4,810	3,927	5,692	1,940	-,025
218	HISTÓRICO	4,600	4,110	5,090	1,046	5,100	4,373	5,827	1,553	-,507*
219	PRIVADO	4,600	4,087	5,113	1,095	5,350	4,650	6,050	1,496	,071
220	RADICAL	4,609	4,029	5,188	1,340	5,087	4,551	5,623	1,240	,292
221	VIZINHO	4,609	4,060	5,158	1,270	5,478	4,855	6,102	1,442	-,528*
222	SINGULAR	4,609	4,108	5,109	1,158	5,227	4,530	5,924	1,572	-,478*
223	REPLETO	4,619	4,091	5,147	1,161	4,857	4,105	5,609	1,652	-,533*
224	MISTERIOSO	4,619	4,111	5,127	1,117	5,190	4,569	5,812	1,365	-,455**
225	MENTAL	4,636	4,097	5,176	1,217	5,318	4,748	5,889	1,287	,420
226	CIVIL	4,652	4,154	5,151	1,152	4,913	4,165	5,661	1,730	,318
227	PROFUNDO	4,667	4,122	5,212	1,197	5,667	5,018	6,316	1,426	,318
228	RAZOÁVEL	4,667	4,218	5,174	1,090	5,826	5,278	6,374	1,267	,240
229	CÉLEBRE	4,682	4,163	5,201	1,171	4,500	3,806	5,194	1,566	-,479*
230	DIVINO	4,682	3,891	5,472	1,783	5,273	4,573	5,973	1,579	-,609**
231	IMEDIATO	4,700	4,242	5,158	,979	4,950	4,353	5,547	1,276	-,585**
232	GIGANTESCO	4,714	4,330	5,099	,845	5,000	4,389	5,611	1,342	,144
233	ÓBVIO	4,737	4,078	5,396	1,368	5,263	4,624	5,903	1,327	,416
234	ALTO	4,739	4,139	5,340	1,389	5,826	5,219	6,433	1,403	,213
235	RÁPIDO	4,750	4,112	5,388	1,511	5,667	4,988	6,345	1,606	,064

(cont. →)

(< cont.)

236	PRONTO	4,762	4,287	5,237	1,044	5,619	5,017	6,221	1,322	,057
237	ESQUISITO	4,762	1,840	7,683	6,418	5,950	5,230	6,670	1,538	,407
238	LUSTROSO	4,810	4,188	5,431	1,365	4,095	3,186	5,005	1,998	,568
239	FIRME	4,818	4,125	5,511	1,563	5,455	4,709	6,201	1,683	,371
240	ACTUAL	4,826	4,327	5,325	1,154	5,174	4,527	5,821	1,497	,067
241	CLÁSSICO	4,826	4,421	5,231	,937	5,217	4,593	5,842	1,445	,112
242	MANSO	4,850	4,219	5,481	1,348	5,000	4,226	5,774	1,654	,756**
243	SURPRESO	4,857	4,332	5,382	1,153	5,429	4,843	6,015	1,287	,134
244	FÍSICO	4,870	4,359	5,380	1,180	5,304	4,673	5,936	1,460	-,299
245	ESCOLAR	4,870	4,359	5,380	1,180	6,087	5,618	6,555	1,083	,387
246	DISPOSTO	4,895	4,296	5,494	1,243	5,211	4,430	5,991	1,619	,160
247	SECRETO	4,900	4,295	5,505	1,294	5,100	4,423	5,777	1,447	,438
248	TOTAL	4,905	4,429	5,380	1,044	5,524	4,855	6,193	1,470	,158
249	FINO	4,909	4,363	5,455	1,231	5,136	4,462	5,811	1,521	,303
250	INFINITO	4,913	4,317	5,509	1,379	5,217	4,540	5,894	1,565	,352
251	MÚTUO	4,952	4,444	5,461	1,117	5,571	5,103	6,039	1,028	,674**
252	PESSOAL	4,955	4,434	5,475	1,174	5,773	5,281	6,265	1,110	,394
253	DISCRETO	4,957	4,496	5,417	1,065	5,391	4,812	5,971	1,340	,589**
254	POPULAR	5,000	4,470	5,530	1,195	4,727	4,014	5,441	1,609	,442*
255	DIVERSO	5,000	4,568	5,432	,949	5,476	4,855	6,097	1,365	,159
256	RELUZENTE	5,048	4,711	5,384	,740	4,476	3,693	5,260	1,721	-,080
257	DIFERENTE	5,050	4,472	5,628	1,234	5,450	4,914	5,986	1,146	,409
258	SUBTIL	5,083	4,437	5,729	1,530	5,625	4,901	6,349	1,715	,450*
259	RICO	5,087	4,656	5,518	,996	5,217	4,697	5,738	1,204	,165
260	CRESCENTE	5,091	4,581	5,601	1,151	5,500	4,924	6,076	1,300	,460*
261	VISÍVEL	5,091	4,465	5,717	1,411	5,409	4,834	5,984	1,297	-,174
262	AMPLO	5,091	4,731	5,451	,811	4,955	4,278	5,631	1,527	,545*
263	NOBRE	5,091	4,619	5,563	1,065	5,136	4,448	5,825	1,552	,229
264	TRANSPARENTE	5,095	4,437	5,753	1,446	5,476	5,054	5,899	,928	,225
265	IMENSO	5,100	4,576	5,624	1,119	5,100	4,476	5,724	1,334	,131
266	ACORDADO	5,100	4,622	5,578	1,021	5,800	5,220	6,380	1,240	,286
267	LEGAL	5,130	4,692	5,569	1,014	5,435	4,968	5,902	1,080	,371
268	INTEIRO	5,130	4,655	5,606	1,100	5,565	5,015	6,116	1,273	,279
269	RECENTE	5,150	4,557	5,743	1,268	6,150	5,483	6,817	1,424	,345
270	QUENTE	5,150	4,519	5,781	1,348	6,250	5,727	6,773	1,118	-,025
271	EXACTO	5,182	4,624	5,740	1,259	5,636	4,958	6,314	1,529	,253
272	PRINCIPAL	5,190	4,622	5,759	1,250	5,476	4,889	6,063	1,289	,209
273	LEVE	5,190	4,744	5,637	,981	5,619	5,176	6,062	,973	,358
274	BARATO	5,190	4,521	5,860	1,470	5,762	5,058	6,466	1,546	,143
275	REAL	5,217	4,697	5,738	1,204	5,565	5,063	6,067	1,161	,462*
276	ACADÉMICO	5,227	4,796	5,658	,973	5,864	5,295	6,433	1,283	,528*
277	MACIO	5,227	4,818	5,636	,922	5,727	5,291	6,164	,985	,348
278	TRADICIONAL	5,250	4,600	5,900	1,539	5,792	5,055	6,528	1,744	,358
279	SENSÍVEL	5,250	4,684	5,816	1,209	6,150	5,713	6,587	,933	,434
280	FÁCIL	5,250	4,684	5,816	1,209	5,850	5,363	6,337	1,040	,404
281	SEXUAL	5,286	4,827	5,744	1,007	5,650	5,140	6,160	1,089	,405
282	PLENO	5,286	4,673	5,899	1,347	5,429	4,659	6,198	1,690	,133
283	PRECISO	5,286	4,784	5,787	1,102	5,714	5,234	6,195	1,056	,098
284	MODERNO	5,286	4,640	5,932	1,419	5,857	5,332	6,382	1,153	,268
285	DISTINTO	5,286	4,764	5,808	1,146	5,429	4,792	6,065	1,399	,226
286	LEGÍTIMO	5,318	4,685	5,951	1,427	5,318	4,589	6,047	1,644	,428*
287	FORTE	5,333	4,734	5,933	1,317	6,048	5,681	6,414	,805	,094
288	COMPLETO	5,364	4,686	6,042	1,529	5,455	4,802	6,107	1,471	,767**
289	CLARO	5,381	4,987	5,775	,865	5,857	5,496	6,218	,793	-,025
290	FUTURO	5,381	4,699	6,063	1,499	6,048	5,582	6,514	1,024	,337

(cont. →)

(< cont.)

291	MODESTO	5,381	4,714	6,048	1,465	5,619	5,017	6,221	1,322	,625**
292	DESPORTIVO	5,391	4,783	5,999	1,406	5,217	4,621	5,814	1,380	,431*
293	PODEROSO	5,400	4,844	5,956	1,188	4,950	4,353	5,547	1,276	,687**
294	FRESCO	5,400	5,016	5,784	,821	5,800	5,283	6,317	1,105	,496*
295	UNIVERSAL	5,435	4,840	6,030	1,376	6,174	5,729	6,619	1,029	,129
296	ETERNO	5,455	4,817	6,092	1,438	5,818	5,295	6,342	1,181	-,015
297	ESPERTO	5,455	4,878	6,031	1,299	5,864	5,404	6,323	1,037	,358
298	ABERTO	5,474	4,886	6,061	1,219	6,158	5,619	6,697	1,119	-,037
299	GRATO	5,478	5,048	5,908	,994	5,522	4,941	6,103	1,344	,383
300	SIMPLES	5,478	4,883	6,074	1,377	6,130	5,692	6,569	1,014	,489*
301	ILUSTRE	5,545	5,097	5,994	1,011	4,500	3,892	5,108	1,371	,503*
302	CURIOSO	5,550	5,036	6,064	1,099	5,700	5,072	6,328	1,342	,343
303	ESSENCIAL	5,571	5,041	6,102	1,165	5,524	4,955	6,093	1,250	,666**
304	LITERÁRIO	5,600	5,024	6,176	1,231	5,400	4,844	5,956	1,188	,306
305	NATURAL	5,600	5,110	6,090	1,046	6,200	5,706	6,694	1,056	,403
306	SENTIMENTAL	5,609	5,125	6,092	1,118	6,087	5,656	6,518	,996	,502*
307	NOVO	5,625	5,114	6,136	1,209	6,417	6,025	6,809	,929	,499*
308	SERENO	5,652	5,171	6,133	1,112	5,435	4,840	6,030	1,376	,464*
309	BONITO	5,682	5,310	6,054	,839	6,273	5,933	6,613	,767	,373
310	LUMINOSO	5,684	5,126	6,242	1,157	5,632	4,892	6,372	1,535	,664**
311	ÍNTIMO	5,696	5,236	6,155	1,063	6,130	5,755	6,506	,869	,588**
312	NÍTIDO	5,700	5,194	6,206	1,081	5,000	4,356	5,644	1,376	,708**
313	DECENTE	5,714	5,192	6,236	1,146	5,714	5,213	6,216	1,102	,413
314	ESPANTOSO	5,737	5,208	6,266	1,098	5,263	4,687	5,839	1,195	,563*
315	CALMO	5,739	5,283	6,195	1,054	5,783	5,186	6,379	1,380	,636**
316	DELICADO	5,739	5,283	6,195	1,054	5,913	5,410	6,417	1,164	,407
317	NOTÁVEL	5,750	5,227	6,273	1,118	5,400	4,767	6,033	1,353	,448
318	PURO	5,762	5,245	6,279	1,136	5,714	5,154	6,274	1,231	,288
319	ERÓTICO	5,762	5,357	6,167	,889	5,095	4,469	5,721	1,375	,578*
320	INTELLECTUAL	5,783	5,392	6,173	,902	5,696	5,064	6,327	1,460	,330
321	COMPETENTE	5,810	5,223	6,396	1,289	5,714	5,213	6,216	1,102	,653
322	POSSÍVEL	5,810	5,278	6,341	1,167	5,905	5,313	6,497	1,300	,286
323	ELEGANTE	5,818	5,332	6,305	1,097	5,955	5,512	6,397	,999	,314
324	PRÁTICO	5,818	5,393	6,243	,958	6,000	5,358	6,642	1,447	,579**
325	ESPLÊNDIDO	5,818	5,440	6,196	,853	5,182	4,575	5,788	1,368	,364
326	INTENSO	5,857	5,395	6,319	1,014	5,476	4,889	6,063	1,289	,264
327	SURPREENDENTE	5,864	5,404	6,323	1,037	6,000	5,488	6,512	1,155	,636**
328	SENSATO	5,870	5,254	6,485	1,424	6,478	6,191	6,766	,665	,259
329	ARTÍSTICO	5,913	5,546	6,280	,848	6,130	5,733	6,528	,920	,226
330	FAMILIAR	5,913	5,410	6,417	1,164	6,227	5,717	6,738	1,152	,607**
331	BRILHANTE	5,952	5,486	6,418	1,024	5,667	5,122	6,212	1,197	,487*
332	INCRÍVEL	5,952	5,486	6,418	1,024	5,238	4,549	5,927	1,513	,025
333	TRIUNFANTE	5,955	5,434	6,475	1,174	5,182	4,476	5,888	1,593	,363
334	ATENTO	5,958	5,575	6,342	,908	5,958	5,518	6,398	1,042	,383
335	SEGURO	6,000	5,467	6,533	1,106	5,737	5,233	6,241	1,046	,624**
336	ADMIRÁVEL	6,000	5,544	6,456	,973	5,200	4,620	5,780	1,240	,575*
337	ÚNICO	6,000	5,545	6,455	1,000	5,952	5,509	6,395	,973	,454
338	BELO	6,000	5,571	6,429	,918	5,750	5,108	6,392	1,372	,541*
339	CERTO	6,000	5,590	6,410	,926	6,182	5,780	6,584	,907	,145
340	AUTÊNTICO	6,000	5,598	6,402	,858	5,800	5,306	6,294	1,056	,686**
341	RESPONSÁVEL	6,000	5,638	6,362	,816	6,136	5,767	6,506	,834	,413
342	MÁGICO	6,000	5,647	6,353	,775	5,190	4,700	5,681	1,078	,710
343	VALIOSO	6,043	5,583	6,504	1,065	5,783	5,186	6,379	1,380	,378
344	LINDO	6,045	5,647	6,444	,899	5,864	5,311	6,416	1,246	,429
345	INTERESSADO	6,048	5,873	6,223	,384	5,952	5,559	6,346	,865	,321

(cont. →)

(< cont.)

346	SUAVE	6,050	5,608	6,492	,945	5,700	5,150	6,250	1,174	,193
347	SOCIAL	6,053	5,558	6,547	1,026	5,842	5,235	6,449	1,259	,800**
348	ORIGINAL	6,087	5,618	6,556	1,083	6,130	5,733	6,528	,920	,161
349	TERNO	6,095	5,691	6,500	,889	5,524	4,839	6,208	1,504	,407
350	PRECIOSO	6,095	5,745	6,445	,768	5,550	4,993	6,107	1,191	,353
351	ALEGRE	6,130	5,755	6,506	,869	6,261	5,911	6,611	,810	,596**
352	TRANQUILO	6,143	5,754	6,531	,854	6,238	5,701	6,775	1,179	,469*
353	PERFEITO	6,143	5,463	6,822	1,493	5,667	4,836	6,498	1,826	-,052
354	EXCITANTE	6,143	5,782	6,504	,793	5,714	5,256	6,173	1,007	,568*
355	ATRAENTE	6,143	5,812	6,474	,727	5,810	5,278	6,341	1,167	-,063
356	JOVEM	6,150	5,770	6,530	,813	6,550	6,229	6,871	,686	,411
357	IMPORTANTE	6,174	5,790	6,557	,887	6,043	5,412	6,675	1,461	,291
358	SATISFEITO	6,182	5,804	6,560	,853	6,045	5,543	6,548	1,133	,504*
359	ÚTIL	6,182	5,804	6,560	,853	6,364	5,941	6,786	,953	,314
360	CONFIANTE	6,208	5,777	6,639	1,021	6,417	6,005	6,828	,974	,316
361	QUERIDO	6,208	5,726	6,690	1,141	6,500	6,195	6,805	,722	,538*
362	SENSUAL	6,211	5,798	6,623	,855	5,737	5,184	6,290	1,147	,308
363	TRANQUILO	6,227	5,796	6,658	,973	6,667	6,447	6,887	,483	,258
364	VIVO	6,227	5,867	6,588	,813	6,500	6,202	6,798	,673	,457*
365	HUMILDE	6,238	5,809	6,668	,944	6,000	5,481	6,519	1,140	,636**
366	FANTÁSTICO	6,238	5,833	6,643	,889	5,952	5,386	6,519	1,244	,589*
367	AMÁVEL	6,250	5,814	6,686	1,032	6,083	5,602	6,564	1,139	,028
368	GENEROSO	6,250	5,852	6,648	,851	6,050	5,536	6,564	1,099	,330
369	GENTIL	6,250	5,882	6,618	,786	5,650	4,966	6,334	1,461	,582*
370	DIGNO	6,250	5,824	6,676	,910	5,950	5,334	6,566	1,317	,707**
371	SIMPÁTICO	6,250	5,832	6,668	,989	6,458	6,085	6,831	,884	,612**
372	CONFORTÁVEL	6,263	5,843	6,683	,872	6,211	5,713	6,708	1,032	,604*
373	MARAVILHOSO	6,286	5,690	6,882	1,309	6,190	5,622	6,759	1,250	,773**
374	CAPAZ	6,292	6,000	6,583	,690	5,833	5,241	6,426	1,404	,359
375	JUSTO	6,300	5,794	6,806	1,081	5,900	5,276	6,524	1,334	,577**
376	ROMÂNTICO	6,304	5,949	6,660	,822	6,130	5,604	6,657	1,217	,278
377	INTELIGENTE	6,318	5,877	6,759	,995	6,182	5,780	6,584	,907	,678**
378	DOCE	6,318	5,837	6,800	1,086	6,545	6,191	6,900	,800	,348
379	LIVRE	6,333	5,971	6,696	,796	5,810	5,298	6,321	1,123	,371
380	GRACIOSO	6,333	6,001	6,666	,730	5,476	4,889	6,063	1,289	,277
381	EXTRAORDINÁRIO	6,350	5,913	6,787	,933	5,900	5,355	6,445	1,165	,654**
382	FRANCO	6,350	5,940	6,760	,875	6,000	5,453	6,547	1,170	,532*
383	FIEL	6,350	5,940	6,760	,875	6,250	5,705	6,795	1,164	,612**
384	DELICIOSO	6,391	5,926	6,857	1,076	6,087	5,601	6,573	1,125	,371
385	MAGNÍFICO	6,391	5,984	6,798	,941	5,826	5,327	6,325	1,154	,566**
386	BOM	6,450	6,095	6,805	,759	6,200	5,841	6,559	,768	,359
387	VERDADEIRO	6,476	6,079	6,874	,873	6,238	5,763	6,713	1,044	,796**
388	ESPECIAL	6,500	6,273	6,727	,512	6,545	6,218	6,873	,739	,340
389	RISONHO	6,522	6,180	6,863	,790	6,261	5,887	6,635	,864	,180
390	AMOROSO	6,524	6,126	6,921	,873	6,476	6,135	6,817	,750	,192
391	HONESTO	6,524	6,153	6,894	,814	6,476	6,202	6,750	,602	,584*
392	AGRADÁVEL	6,545	6,218	6,873	,739	6,318	5,877	6,759	,995	,436
393	SORRIDENTE	6,565	6,279	6,852	,662	6,174	5,813	6,535	,834	,412
394	CONTENTE	6,565	6,225	6,906	,788	6,261	5,720	6,802	1,251	,620**
395	ENCANTADOR	6,571	6,202	6,940	,811	6,000	5,406	6,594	1,304	,672**
396	INTERESSANTE	6,682	6,430	6,934	,568	6,591	6,265	6,916	,734	,318
397	AMIGO	6,739	6,471	7,007	,619	6,739	6,441	7,037	,689	,628**
398	EXCELENTE	6,783	6,558	7,007	,518	5,913	5,445	6,382	1,083	,218
399	SAUDÁVEL	6,850	6,679	7,021	,366	6,200	5,810	6,590	,834	,343
400	FELIZ	6,864	6,708	7,019	,351	6,636	6,379	6,894	,581	,538**

Nota. *Correlação significativa ao nível de .05; **Correlação significativa ao nível de .01.

Tabela 2
Adjetivos organizados por ordem crescente das avaliações médias de familiaridade subjectiva

N.º	Adjectivo	Familiaridade				Valência				r
		Média	I.C.	95%	d.p.	Média	I.C.	95%	d.p.	
1	ABSORTO	2,783	2,131	3,434	1,506	3,304	2,730	3,879	1,329	,308
2	LÚGUBRE	2,955	2,224	3,685	1,647	2,727	2,270	3,185	1,032	-,128
3	PARDO	3,136	2,347	3,926	1,781	3,238	2,701	3,775	1,179	,110
4	TRÉMULO	3,800	2,960	4,640	1,795	2,700	2,242	3,158	,979	,182
5	SOLENE	3,850	3,102	4,598	1,599	4,100	3,576	4,624	1,119	,385
6	RÍGIDO	4,000	3,226	4,774	1,746	3,182	2,517	3,847	1,500	,314
7	LUSTROSO	4,095	3,186	5,005	1,998	4,810	4,188	5,431	1,365	,568*
8	OFEGANTE	4,158	3,204	5,112	1,979	3,211	2,518	3,903	1,437	,278
9	FEROZ	4,158	3,217	5,098	1,951	2,474	1,932	3,015	1,124	-,145
10	CRUEL	4,167	3,289	5,044	2,078	1,625	1,300	1,950	,770	,060
11	DOLOROSO	4,200	3,388	5,012	1,735	1,200	,955	1,445	,523	,235
12	INFERIOR	4,250	3,463	5,037	1,682	2,150	1,688	2,612	,988	,259
13	RUIM	4,250	3,256	5,244	2,124	1,650	1,301	1,999	,745	,514*
14	MOLE	4,286	3,457	5,114	1,821	2,714	2,192	3,236	1,146	,356
15	VACILANTE	4,304	3,550	5,058	1,743	2,826	2,116	3,536	1,642	-,024
16	TÊNUE	4,316	3,633	4,998	1,416	3,789	3,377	4,202	,855	,458*
17	GROSSO	4,316	3,465	5,167	1,765	3,579	3,175	3,983	,838	,548*
18	OCULTO	4,333	3,490	5,177	1,853	3,476	2,907	4,045	1,250	,306
19	MONSTRUOSO	4,333	3,609	5,058	1,592	1,682	1,263	2,101	,945	-,151
20	INFELIZ	4,348	3,439	5,257	2,102	1,826	1,128	2,524	1,614	-,177
21	ESCASSO	4,350	3,719	4,981	1,348	2,750	2,126	3,374	1,333	,016
22	GRAVE	4,364	3,595	5,132	1,733	2,227	1,842	2,613	,869	-,254
23	DIFÍCIL	4,400	3,635	5,165	1,635	4,400	3,650	5,150	1,603	-,262
24	TREMENDO	4,400	3,665	5,135	1,569	3,800	3,032	4,568	1,642	,348
25	AGUDO	4,409	3,744	5,075	1,501	3,045	2,647	3,444	,899	,109
26	MISERÁVEL	4,417	3,390	5,443	2,430	1,542	1,264	1,820	,658	,223
27	BANAL	4,429	3,620	5,237	1,777	2,571	2,022	3,121	1,207	-,010
28	SOMBRIO	4,429	3,646	5,211	1,720	1,905	1,586	2,224	,700	,203
29	PIEDOSO	4,429	3,595	5,263	1,832	4,381	3,684	5,078	1,532	,231
30	COITADO	4,450	3,654	5,246	1,701	2,048	1,446	2,649	1,322	-,152
31	CONSIDERÁVEL	4,476	3,839	5,114	1,401	4,381	3,987	4,775	,865	,623**
32	RELUZENTE	4,476	3,693	5,260	1,721	5,048	4,711	5,384	,740	-,080
33	INÚTIL	4,500	3,488	5,512	2,396	1,583	1,212	1,955	,881	-,203
34	CÉLEBRE	4,500	3,806	5,194	1,566	4,682	4,163	5,201	1,171	,479*
35	ILUSTRE	4,500	3,892	5,108	1,371	5,545	5,097	5,994	1,011	,503*
36	ALHEIO	4,524	3,824	5,223	1,537	3,571	3,103	4,039	1,028	,416
37	ROBUSTO	4,524	3,740	5,307	1,721	4,095	3,540	4,651	1,221	,201
38	SEVERO	4,524	3,629	5,418	1,965	2,000	1,619	2,381	,837	-,264
39	ESTREITO	4,526	3,717	5,336	1,679	3,895	3,443	4,346	,937	,039
40	SINISTRO	4,545	3,506	5,585	2,345	2,636	1,931	3,341	1,590	,229
41	INDUSTRIAL	4,571	3,677	5,465	1,964	3,381	2,815	3,947	1,244	-,168
42	AUSENTE	4,600	3,777	5,423	1,759	2,350	1,840	2,860	1,089	,289
43	FATAL	4,600	3,635	5,565	2,062	2,100	1,312	2,888	1,683	-,013
44	INEVITÁVEL	4,609	4,001	5,217	1,406	3,565	3,030	4,100	1,237	,276
45	MALDITO	4,619	3,681	5,557	2,061	1,762	1,443	2,081	,700	-,275
46	PRIMITIVO	4,619	3,681	5,557	2,061	2,864	2,140	3,479	1,457	,198
47	CINZENTO	4,625	3,870	5,380	1,789	3,042	2,521	3,562	1,233	,516*
48	IMÓVEL	4,636	3,787	5,486	1,916	3,136	2,677	3,596	1,037	,313
49	ESPESSE	4,650	3,950	5,350	1,496	3,750	3,382	4,118	,786	,329
50	BRUSCO	4,667	4,122	5,212	1,197	2,429	1,961	2,897	1,028	,146
51	CORRENTE	4,667	3,971	5,362	1,528	3,952	3,444	4,461	1,117	,543*

(cont. →)

← cont.)

52	AÉREO	4,667	3,957	5,377	1,560	4,238	3,721	4,755	1,136	,563**
53	GROSSEIRO	4,667	3,848	5,485	1,798	1,762	1,384	2,140	,831	-,037
54	SÚBITO	4,682	3,979	5,385	1,585	4,045	3,603	4,488	,999	,307
55	INVISÍVEL	4,682	3,845	5,518	1,887	3,455	2,847	4,062	1,371	,309
56	PERPLEXO	4,682	3,834	5,530	1,912	4,227	3,818	4,636	,922	,032
57	RELIGIOSO	4,696	3,743	5,649	2,204	4,087	3,284	4,890	1,857	,660**
58	OBSCURO	4,696	3,877	5,514	1,893	2,913	2,289	3,537	1,443	,164
59	MORTO	4,714	3,791	5,638	2,028	1,429	1,089	1,768	,746	,328
60	POPULAR	4,727	4,014	5,441	1,609	5,000	4,470	5,530	1,195	,442*
61	PERPÉTUO	4,739	4,034	5,444	1,630	3,043	2,385	3,702	1,522	,038
62	REMOTO	4,750	3,978	5,522	1,650	3,800	3,283	4,317	1,105	,043
63	FRACO	4,750	3,963	5,537	1,682	2,100	1,622	2,578	1,021	,015
64	VAZIO	4,762	3,911	5,612	1,868	2,524	2,126	2,921	,873	,415
65	MELANCÓLICO	4,773	3,941	5,604	1,875	2,455	1,912	2,997	1,224	-,248
66	TERRÍVEL	4,773	4,000	5,546	1,744	2,773	2,012	3,534	1,716	-,329
67	PERIGOSO	4,773	4,063	5,483	1,602	2,273	1,658	2,887	1,386	-,252
68	FORMAL	4,789	4,116	5,463	1,398	4,105	3,575	4,636	1,100	-,194
69	RARO	4,800	4,078	5,522	1,542	4,200	3,563	4,837	1,361	,052
70	BRANDO	4,810	4,140	5,479	1,470	4,190	3,721	4,660	1,030	,713**
71	OFICIAL	4,810	4,241	5,378	1,250	4,190	3,793	4,588	,873	,302
72	DESAGRADÁVEL	4,810	4,053	5,566	1,662	1,905	1,349	2,460	1,221	-,266
73	ARTIFICIAL	4,810	3,963	5,656	1,861	3,048	2,481	3,614	1,244	,020
74	SÓLIDO	4,810	3,927	5,692	1,940	4,571	4,041	5,102	1,165	-,025
75	TRÁGICO	4,818	3,807	5,830	2,281	1,364	1,106	1,621	,581	,304
76	SAGRADO	4,818	4,139	5,497	1,532	4,545	3,865	5,226	1,535	,510*
77	DURO	4,826	4,192	5,460	1,466	3,043	2,439	3,648	1,397	,291
78	VÃO	4,842	3,637	6,047	2,500	2,850	2,061	3,518	1,496	,019
79	AMARGO	4,850	3,911	5,789	2,007	2,400	1,785	3,015	1,314	,149
80	INCAPAZ	4,850	4,001	5,699	1,814	1,950	1,535	2,365	,887	,064
81	VULGAR	4,850	4,043	5,657	1,725	3,050	2,536	3,564	1,099	-,020
82	ESGUIO	4,857	4,193	5,521	1,459	4,143	3,638	4,647	1,108	,043
83	REPLETO	4,857	4,105	5,609	1,652	4,619	4,091	5,147	1,161	,533*
84	SUPREMO	4,857	4,039	5,675	1,797	4,571	3,873	5,270	1,535	-,058
85	ESPIRITUAL	4,857	4,065	5,649	1,740	4,476	3,872	5,080	1,327	,197
86	ARDENTE	4,864	4,175	5,552	1,552	4,545	4,039	5,052	1,143	,599**
87	PENETRANTE	4,870	4,201	5,538	1,546	4,391	3,783	4,999	1,406	,731**
88	CALADO	4,870	4,073	5,666	1,842	3,174	2,488	3,860	1,586	,210
89	FURIOSO	4,895	3,946	5,844	1,969	1,842	1,440	2,244	,834	,167
90	HORRÍVEL	4,905	4,105	5,705	1,758	1,714	1,388	2,041	,717	-,037
91	LIGEIRO	4,905	4,231	5,578	1,480	4,381	4,044	4,718	,740	,439*
92	VAGO	4,905	4,247	5,563	1,446	2,714	2,136	3,293	1,271	-,436
93	PERTURBADOR	4,905	4,201	5,609	1,546	1,857	1,419	2,296	,964	-,221
94	DOMÉSTICO	4,909	4,173	5,645	1,659	4,182	3,545	4,818	1,435	,587**
95	CONTÍNUO	4,909	4,199	5,619	1,601	3,773	3,300	4,245	1,066	,261
96	LISO	4,913	4,361	5,465	1,276	4,261	3,963	4,559	,689	,138
97	CIVIL	4,913	4,165	5,661	1,730	4,652	4,154	5,151	1,152	,318
98	PODEROSO	4,950	4,353	5,547	1,276	5,400	4,844	5,956	1,188	,687**
99	IMEDIATO	4,950	4,353	5,547	1,276	4,700	4,242	5,158	,979	,585**
100	EXCESSIVO	4,955	4,335	5,574	1,397	2,909	2,381	3,437	1,192	-,034
101	AMPLO	4,955	4,278	5,631	1,527	5,091	4,731	5,451	,811	,545*
102	VIRGEM	4,955	4,351	5,558	1,362	4,364	3,824	4,903	1,217	,571**
103	VIOLENTO	4,957	4,097	5,816	1,988	1,478	1,137	1,820	,790	,136
104	HESITANTE	4,957	4,202	5,711	1,745	3,870	3,042	4,697	1,914	,446*
105	PESADO	4,957	4,225	5,688	1,692	2,826	2,327	3,325	1,154	,308
106	INESPERADO	4,957	4,325	5,588	1,461	4,087	3,637	4,537	1,041	,212

(cont. →)

(← cont.)

107	GIGANTESCO	5,000	4,389	5,611	1,342	4,714	4,330	5,099	,845	,144
108	INTERNO	5,000	4,443	5,557	1,225	4,381	3,938	4,824	,973	,515*
109	DENSO	5,000	4,373	5,627	1,378	4,143	3,754	4,531	,854	,229
110	VASTO	5,000	4,373	5,627	1,378	4,524	4,033	5,014	1,078	-,010
111	LOCAL	5,000	4,135	5,865	1,952	4,182	3,695	4,668	1,097	,195
112	MANSO	5,000	4,226	5,774	1,654	4,850	4,219	5,481	1,348	,756**
113	NÍTIDO	5,000	4,356	5,644	1,376	5,700	5,194	6,206	1,081	,708**
114	CONSTANTE	5,043	4,531	5,556	1,186	4,391	3,964	4,819	,988	,382
115	MAU	5,045	4,230	5,860	1,838	1,773	1,281	2,265	1,110	-,062
116	OCASIONAL	5,045	4,266	5,825	1,759	3,909	3,549	4,269	,811	,194
117	ÁSPERO	5,048	4,190	5,905	1,884	2,524	2,012	3,035	1,123	-,211
118	BIZARRO	5,048	4,307	5,788	1,627	2,905	2,247	3,563	1,446	-,040
119	IDÉNTICO	5,048	4,500	5,595	1,203	4,429	3,983	4,874	,978	,495*
120	TÉCNICO	5,048	4,365	5,730	1,499	4,238	3,612	4,864	1,375	,193
121	RIGOROSO	5,050	4,330	5,770	1,538	3,800	2,933	4,667	1,852	,233
122	HÚMIDO	5,050	4,269	5,831	1,669	3,600	3,160	4,040	,940	-,319
123	PARTICULAR	5,050	4,330	5,770	1,538	4,250	3,749	4,751	1,070	,361
124	FALSO	5,050	4,060	6,040	2,114	1,800	1,306	2,294	1,056	-,298
125	ESTÚPIDO	5,050	4,120	5,980	1,986	2,150	1,537	2,763	1,309	-,191
126	POLICIAL	5,050	4,314	5,786	1,572	4,350	3,701	4,999	1,387	,477*
127	QUIETO	5,050	4,158	5,942	1,905	3,850	3,276	4,424	1,226	,497*
128	NUMEROSO	5,050	4,493	5,607	1,191	4,300	3,817	4,783	1,031	-,598*
129	SILENCIOSO	5,053	4,274	5,831	1,615	3,789	3,319	4,260	,976	,063
130	RADICAL	5,087	4,551	5,623	1,240	4,609	4,029	5,188	1,340	,292
131	ABSOLUTO	5,087	4,386	5,788	1,621	4,478	3,897	5,059	1,344	,424
132	PERDIDO	5,091	4,465	5,717	1,411	2,455	2,028	2,881	,963	-,009
133	FUNDO	5,095	4,406	5,784	1,513	3,333	2,770	3,897	1,238	,180
134	ERÓTICO	5,095	4,469	5,721	1,375	5,762	5,357	6,167	,889	-,578*
135	SECO	5,095	4,391	5,799	1,546	2,905	2,408	3,401	1,091	,253
136	HISTÓRICO	5,100	4,373	5,827	1,553	4,600	4,110	5,090	1,046	-,507*
137	SECRETO	5,100	4,423	5,777	1,447	4,900	4,295	5,505	1,294	,438
138	IMENSO	5,100	4,476	5,724	1,334	5,100	4,576	5,624	1,119	,131
139	NOBRE	5,136	4,448	5,825	1,552	5,091	4,619	5,563	1,065	,229
140	TRISTE	5,136	4,347	5,926	1,781	1,818	1,416	2,220	,907	-,017
141	FINO	5,136	4,462	5,811	1,521	4,909	4,363	5,455	1,231	,303
142	PROVÁVEL	5,143	4,511	5,775	1,389	4,190	3,744	4,637	,981	-,512*
143	IMPACIENTE	5,158	4,274	6,042	1,834	3,105	2,654	3,557	,937	,423
144	INFANTIL	5,167	4,423	5,910	1,761	4,083	3,487	4,679	1,412	,483*
145	COMUM	5,167	4,402	5,931	1,810	3,625	2,957	4,293	1,583	,237
146	MÉDIO	5,174	4,553	5,794	1,435	4,000	3,708	4,292	,674	,023
147	ACTUAL	5,174	4,527	5,821	1,497	4,826	4,327	5,325	1,154	,067
148	PARADO	5,182	4,268	6,096	2,062	2,727	2,212	3,243	1,162	,389
149	FECHADO	5,182	4,607	5,756	1,296	3,227	2,664	3,790	1,270	,296
150	INSUPOORTÁVEL	5,182	4,354	6,010	1,868	1,364	1,145	1,582	,492	-,342
151	TÍPICO	5,182	4,450	5,914	1,651	3,864	3,404	4,323	1,037	,467*
152	ESPLÊNDIDO	5,182	4,575	5,788	1,368	5,818	5,440	6,196	,853	,364
153	TRIUNFANTE	5,182	4,476	5,888	1,593	5,955	5,434	6,475	1,174	,363
154	MISTERIOSO	5,190	4,569	5,812	1,365	4,619	4,111	5,127	1,117	,455*
155	IMPOSSÍVEL	5,190	4,462	5,919	1,601	2,238	1,629	2,847	1,338	,037
156	RIDÍCULO	5,190	4,240	6,141	2,089	1,727	1,357	2,167	,883	,056
157	INTERMINÁVEL	5,190	4,284	6,097	1,990	3,619	2,638	4,600	2,156	,068
158	ANSIOSO	5,190	4,537	5,844	1,436	3,429	2,808	4,049	1,363	,473
159	ABSURDO	5,190	4,521	5,860	1,470	2,762	2,170	3,354	1,300	-,311
160	EXTREMO	5,190	4,506	5,875	1,504	3,952	3,386	4,519	1,244	,041
161	CURTO	5,190	4,569	5,812	1,365	4,048	3,412	4,683	1,396	,206

(cont. →)

← cont.)

162	DRAMÁTICO	5,190	4,506	5,875	1,504	3,048	2,500	3,595	1,203	-,016
163	MÁGICO	5,190	4,700	5,681	1,078	6,000	5,647	6,353	,775	,710**
164	RUIDOSO	5,200	4,447	5,953	1,609	2,850	2,102	3,598	1,599	-,003
165	POBRE	5,200	4,307	6,093	1,908	2,200	1,661	2,739	1,152	-,440
166	ADMIRÁVEL	5,200	4,620	5,780	1,240	6,000	5,544	6,456	,973	,575*
167	TENSO	5,200	4,545	5,855	1,399	2,850	2,297	3,403	1,182	,232
168	INSIGNIFICANTE	5,208	4,411	6,005	1,888	2,083	1,437	2,729	1,530	,066
169	DISPOSTO	5,211	4,430	5,991	1,619	4,895	4,296	5,494	1,243	,160
170	LENTO	5,211	4,430	5,991	1,619	3,053	2,441	3,664	1,268	,041
171	INFINITO	5,217	4,540	5,894	1,565	4,913	4,317	5,509	1,379	,352
172	DESPORTIVO	5,217	4,621	5,814	1,380	5,391	4,783	5,999	1,406	,431*
173	RICO	5,217	4,697	5,738	1,204	5,087	4,656	5,518	,996	,165
174	CLÁSSICO	5,217	4,593	5,842	1,445	4,826	4,421	5,231	,937	,112
175	MINÚSCULO	5,227	4,280	6,175	2,137	3,636	3,016	4,257	1,399	,390
176	SINGULAR	5,227	4,530	5,924	1,572	4,609	4,108	5,109	1,158	,478*
177	URGENTE	5,238	4,682	5,794	1,221	3,238	2,491	3,985	1,640	,049
178	LOUCO	5,238	4,534	5,942	1,546	3,810	3,205	4,414	1,327	-,493
179	LONGO	5,238	4,646	5,830	1,300	4,190	3,721	4,660	1,030	,045
180	INCRÍVEL	5,238	4,549	5,927	1,513	5,952	5,486	6,418	1,024	,025
181	INTACTO	5,238	4,629	5,847	1,338	4,524	3,973	5,074	1,209	,588**
182	MORNO	5,238	4,721	5,755	1,136	4,381	3,915	4,847	1,024	,419
183	BAIXO	5,250	4,406	6,094	1,803	3,800	3,032	4,568	1,642	,356
184	MONÓTONO	5,250	4,524	5,976	1,552	2,300	1,868	2,732	,923	,260
185	ANTIGO	5,250	4,577	5,923	1,595	4,292	3,582	5,001	1,681	,725
186	FRÁGIL	5,261	4,568	5,953	1,602	3,435	2,688	4,182	1,727	,378
187	IRREGULAR	5,261	4,633	5,889	1,453	3,435	2,884	3,985	1,273	-,199
188	ESPANTOSO	5,263	4,687	5,839	1,195	5,737	5,208	6,266	1,098	,563*
189	ÓBVIO	5,263	4,624	5,903	1,327	4,737	4,078	5,396	1,368	,416
190	DIVINO	5,273	4,573	5,973	1,579	4,682	3,891	5,472	1,783	,609**
191	MORTAL	5,273	4,485	6,061	1,778	2,636	1,945	3,328	1,560	,254
192	IRRITANTE	5,286	4,550	6,022	1,617	1,762	1,412	2,112	,768	-,161
193	TEATRAL	5,286	4,536	6,036	1,648	3,857	3,242	4,473	1,352	,261
194	DOENTE	5,286	4,445	6,127	1,848	1,476	1,167	1,786	,680	,093
195	INCERTO	5,300	4,619	5,981	1,455	3,350	2,797	3,903	1,182	,045
196	HABITUAL	5,304	4,730	5,879	1,329	4,261	3,805	4,717	1,054	,163
197	FÍSICO	5,304	4,673	5,936	1,460	4,870	4,359	5,380	1,180	-,299
198	VELHO	5,316	4,561	6,070	1,565	4,053	3,242	4,864	1,682	,012
199	LEGÍTIMO	5,318	4,589	6,047	1,644	5,318	4,685	5,951	1,427	,428*
200	MENTAL	5,318	4,748	5,889	1,287	4,636	4,097	5,176	1,217	,420
201	COMPRIDO	5,318	4,748	5,889	1,287	3,952	3,586	4,319	,805	-,055
202	ERRADO	5,350	4,633	6,067	1,531	2,238	1,438	3,038	1,758	,014
203	PRIVADO	5,350	4,650	6,050	1,496	4,600	4,087	5,113	1,095	,071
204	FAMOSO	5,350	4,602	6,098	1,599	4,300	3,672	4,928	1,342	,588*
205	REDONDO	5,364	4,620	6,107	1,677	4,217	3,993	4,553	,671	-,219
206	ASSUSTADOR	5,364	4,525	6,202	1,891	1,773	1,387	2,158	,869	,108
207	ORDINÁRIO	5,364	4,536	6,191	1,866	2,182	1,503	2,861	1,532	,161
208	DEMASIADO	5,364	4,774	5,953	1,329	3,409	2,942	3,876	1,054	-,009
209	SÉRIO	5,368	4,578	6,159	1,640	4,400	3,767	5,033	1,353	,421
210	MAGRO	5,391	4,858	5,925	1,234	4,174	3,501	4,847	1,557	-,170
211	CENTRAL	5,391	4,756	6,027	1,469	4,348	3,885	4,811	1,071	,357
212	DISCRETO	5,391	4,812	5,971	1,340	4,957	4,496	5,417	1,065	,589**
213	LITERÁRIO	5,400	4,844	5,956	1,188	5,600	5,024	6,176	1,231	,306
214	NOTÁVEL	5,400	4,767	6,033	1,353	5,750	5,227	6,273	1,118	,448
215	REGULAR	5,409	4,922	5,896	1,098	4,455	4,127	4,782	,739	,429*
216	RELATIVO	5,409	4,834	5,984	1,297	4,182	3,641	4,723	1,220	,203

(cont. →)

(← cont.)

217	VISÍVEL	5,409	4,834	5,984	1,297	5,091	4,465	5,717	1,411	-,174
218	FEIO	5,417	4,759	6,075	1,558	2,458	1,849	3,068	1,444	-,109
219	NOCTURNO	5,429	4,879	5,978	1,207	4,286	3,640	4,932	1,419	,138
220	SURPRESO	5,429	4,843	6,015	1,287	4,857	4,332	5,382	1,153	,134
221	DISTINTO	5,429	4,792	6,065	1,399	5,286	4,764	5,808	1,146	,226
222	BREVE	5,429	4,808	6,049	1,363	4,095	3,578	4,612	1,136	,369
223	CONVENIENTE	5,429	4,825	6,032	1,326	4,524	3,973	5,074	1,209	,450
224	PLENO	5,429	4,659	6,198	1,690	5,286	4,673	5,899	1,347	,133
225	LEGAL	5,435	4,968	5,902	1,080	5,130	4,692	5,569	1,014	,371
226	SERENO	5,435	4,840	6,030	1,376	5,652	5,171	6,133	1,112	,464*
227	DIFERENTE	5,450	4,914	5,986	1,146	5,050	4,472	5,628	1,234	,409
228	DERRADEIRO	5,455	4,721	6,188	1,654	3,524	2,903	4,145	1,365	,140
229	IDIOTA	5,455	4,603	6,306	1,920	1,682	1,263	2,101	,945	-,081
230	COMPLETO	5,455	4,802	6,107	1,471	5,364	4,686	6,042	1,529	,767**
231	SEMELHANTE	5,455	4,878	6,031	1,299	4,409	3,942	4,876	1,054	-,164
232	FIRME	5,455	4,709	6,201	1,683	4,818	4,125	5,511	1,563	,371
233	PRINCIPAL	5,476	4,889	6,063	1,289	5,190	4,622	5,759	1,250	,209
234	DIVERSO	5,476	4,855	6,097	1,365	5,000	4,568	5,432	,949	,159
235	TRANSPARENTE	5,476	5,054	5,899	,928	5,095	4,437	5,753	1,446	,225
236	GRACIOSO	5,476	4,889	6,063	1,289	6,333	6,001	6,666	,730	,277
237	INTENSO	5,476	4,889	6,063	1,289	5,857	5,395	6,319	1,014	,264
238	FRIO	5,478	4,778	6,179	1,620	2,565	2,063	3,067	1,161	-,142
239	VIZINHO	5,478	4,855	6,102	1,442	4,609	4,060	5,158	1,270	,528*
240	TAMANHO	5,500	4,972	6,028	1,251	4,125	3,838	4,412	,680	,292
241	CRESCENTE	5,500	4,924	6,076	1,300	5,091	4,581	5,601	1,151	,460*
242	COMPLEXO	5,500	4,779	6,221	1,626	3,818	3,086	4,550	1,651	,101
243	SOLITÁRIO	5,522	4,752	6,292	1,780	2,739	2,097	3,381	1,484	,245
244	GRATO	5,522	4,941	6,103	1,344	5,478	5,048	5,908	,994	,383
245	INDIFERENTE	5,522	4,941	6,103	1,344	3,783	3,144	4,421	1,476	,103
246	TERNO	5,524	4,839	6,208	1,504	6,095	5,691	6,500	,889	,407
247	ESSENCIAL	5,524	4,955	6,093	1,250	5,571	5,041	6,102	1,165	,666**
248	TOTAL	5,524	4,855	6,193	1,470	4,905	4,429	5,380	1,044	,158
249	CONTRÁRIO	5,524	4,937	6,111	1,289	3,762	3,170	4,354	1,300	-,198
250	ESTRANHO	5,524	4,920	6,128	1,327	3,714	3,173	4,256	1,189	,202
251	INICIAL	5,545	4,938	6,153	1,371	4,545	4,020	5,071	1,184	,278
252	PRECIOSO	5,550	4,993	6,107	1,191	6,095	5,745	6,445	,768	,353
253	REAL	5,565	5,063	6,067	1,161	5,217	4,697	5,738	1,204	,462*
254	INTEIRO	5,565	5,015	6,116	1,273	5,130	4,655	5,606	1,100	,279
255	DEFINITIVO	5,571	4,655	6,488	2,014	3,905	3,042	4,767	1,895	,097
256	MÚTUO	5,571	5,103	6,039	1,028	4,952	4,444	5,461	1,117	,674**
257	DESAJEITADO	5,571	4,903	6,240	1,469	2,524	2,012	3,035	1,123	,136
258	EVIDENTE	5,571	4,873	6,270	1,535	4,476	3,986	4,967	1,078	,286
259	SELVAGEM	5,571	5,041	6,102	1,165	4,286	3,744	4,827	1,189	-,296
260	SUJO	5,571	4,713	6,430	1,886	1,957	1,352	2,561	1,397	,065
261	METÁLICO	5,591	4,785	6,396	1,817	4,000	3,404	4,596	1,345	,473*
262	GRANDE	5,591	5,067	6,115	1,182	4,455	3,912	4,997	1,224	,084
263	OCUPADO	5,591	5,124	6,058	1,054	3,500	2,940	4,060	1,263	,236
264	LEVE	5,619	5,176	6,062	,973	5,190	4,744	5,637	,981	,358
265	PRONTO	5,619	5,017	6,221	1,322	4,762	4,287	5,237	1,044	,057
266	NERVOSO	5,619	5,000	6,238	1,359	2,476	1,945	3,007	1,167	,260
267	PREOCUPADO	5,619	5,000	6,238	1,359	3,667	3,103	4,230	1,238	,376
268	MODESTO	5,619	5,017	6,221	1,322	5,381	4,714	6,048	1,465	,625**
269	SUBTIL	5,625	4,901	6,349	1,715	5,083	4,437	5,729	1,530	,450*
270	LUMINOSO	5,632	4,892	6,372	1,535	5,684	5,126	6,242	1,157	,664**
271	CHATO	5,632	4,965	6,298	1,383	2,211	1,641	2,780	1,182	-,118

(cont. →)

← cont.)

272	EXACTO	5,636	4,958	6,314	1,529	5,182	4,624	5,740	1,259	,253
273	SEXUAL	5,650	5,140	6,160	1,089	5,286	4,827	5,744	1,007	,405
274	GENTIL	5,650	4,966	6,334	1,461	6,250	5,882	6,618	,786	,582*
275	GERAL	5,652	5,060	6,244	1,369	4,174	3,769	4,579	,937	,389
276	PERFEITO	5,667	4,836	6,498	1,826	6,143	5,463	6,822	1,493	-,052
277	PROFUNDO	5,667	5,018	6,316	1,426	4,667	4,122	5,212	1,197	,318
278	RÁPIDO	5,667	4,988	6,345	1,606	4,750	4,112	5,388	1,511	,064
279	BRILHANTE	5,667	5,122	6,212	1,197	5,952	5,486	6,418	1,024	,487*
280	DOIDO	5,682	5,111	6,252	1,287	3,909	3,330	4,488	1,306	,095
281	INTELLECTUAL	5,696	5,064	6,327	1,460	5,783	5,392	6,173	,902	,330
282	CURIOSO	5,700	5,072	6,328	1,342	5,550	5,036	6,064	1,099	,343
283	SUAVE	5,700	5,150	6,250	1,174	6,050	5,608	6,492	,945	,193
284	DISTANTE	5,700	5,150	6,250	1,174	2,950	2,393	3,507	1,191	,313
285	TONTO	5,714	4,978	6,450	1,617	3,091	2,408	3,774	1,540	-,070
286	DECENTE	5,714	5,213	6,216	1,102	5,714	5,192	6,236	1,146	,413
287	COMPETENTE	5,714	5,213	6,216	1,102	5,810	5,223	6,396	1,289	,653**
288	PRECISO	5,714	5,234	6,195	1,056	5,286	4,784	5,787	1,102	,098
289	PURO	5,714	5,154	6,274	1,231	5,762	5,245	6,279	1,136	,288
290	AUTOMÁTICO	5,714	5,213	6,216	1,102	4,476	3,889	5,063	1,289	-,262
291	PEQUENO	5,714	5,173	6,256	1,189	3,619	3,153	4,085	1,024	-,366
292	EXCITANTE	5,714	5,256	6,173	1,007	6,143	5,782	6,504	,793	,568*
293	ENORME	5,714	5,154	6,274	1,231	4,429	3,918	4,939	1,121	,469*
294	CARO	5,727	5,144	6,311	1,316	3,182	2,607	3,756	1,296	,259
295	MACIO	5,727	5,291	6,164	,985	5,227	4,818	5,636	,922	,348
296	SEGURO	5,737	5,233	6,241	1,046	6,000	5,467	6,533	1,106	,624**
297	SENSUAL	5,737	5,184	6,290	1,147	6,211	5,798	6,623	,855	,308
298	BELO	5,750	5,108	6,392	1,372	6,000	5,571	6,429	,918	,541*
299	GORDO	5,762	5,073	6,451	1,513	2,381	1,853	2,909	1,161	-,157
300	BARATO	5,762	5,058	6,466	1,546	5,190	4,521	5,860	1,470	,143
301	PESSOAL	5,773	5,281	6,265	1,110	4,955	4,434	5,475	1,174	,394
302	CONFUSO	5,773	5,162	6,384	1,378	2,318	1,837	2,800	1,086	-,345
303	CHEIO	5,773	5,103	6,442	1,510	4,091	3,496	4,686	1,342	,292
304	CALMO	5,783	5,186	6,379	1,380	5,739	5,283	6,195	1,054	,636**
305	VALIOSO	5,783	5,186	6,379	1,380	6,043	5,583	6,504	1,065	,378
306	TRADICIONAL	5,792	5,055	6,528	1,744	5,250	4,600	5,900	1,539	,358
307	AUTÉNTICO	5,800	5,306	6,294	1,056	6,000	5,598	6,402	,858	,686**
308	FRESCO	5,800	5,283	6,317	1,105	5,400	5,016	5,784	,821	,496*
309	ACORDADO	5,800	5,220	6,380	1,240	5,100	4,622	5,578	1,021	,286
310	LIVRE	5,810	5,298	6,321	1,123	6,333	5,971	6,696	,796	,371
311	ATRAENTE	5,810	5,278	6,341	1,167	6,143	5,812	6,474	,727	-,063
312	ETERNO	5,818	5,295	6,342	1,181	5,455	4,817	6,092	1,438	-,015
313	RAZOÁVEL	5,826	5,278	6,374	1,267	4,667	4,218	5,174	1,090	,240
314	ALTO	5,826	5,219	6,433	1,403	4,739	4,139	5,340	1,389	,213
315	CANSADO	5,826	5,219	6,433	1,403	2,261	1,936	2,586	,752	-,531**
316	MAGNÍFICO	5,826	5,327	6,325	1,154	6,391	5,984	6,798	,941	,566**
317	CAPAZ	5,833	5,241	6,426	1,404	6,292	6,000	6,583	,690	,359
318	SOCIAL	5,842	5,235	6,449	1,259	6,053	5,558	6,547	1,026	,800**
319	FÁCIL	5,850	5,363	6,337	1,040	5,250	4,684	5,816	1,209	,404
320	CLARO	5,857	5,496	6,218	,793	5,381	4,987	5,775	,865	-,025
321	MODERNO	5,857	5,332	6,382	1,153	5,286	4,640	5,932	1,419	,268
322	ESPERTO	5,864	5,404	6,323	1,037	5,455	4,878	6,031	1,299	,358
323	ACADÉMICO	5,864	5,295	6,433	1,283	5,227	4,796	5,658	,973	,528*
324	LINDO	5,864	5,311	6,416	1,246	6,045	5,647	6,444	,899	,429
325	LARGO	5,864	5,384	6,343	1,082	4,364	3,941	4,786	,953	,026
326	JUSTO	5,900	5,276	6,524	1,334	6,300	5,794	6,806	1,081	,577**

(cont. →)

(< cont.)

327	EXTRAORDINÁRIO	5,900	5,355	6,445	1,165	6,350	5,913	6,787	,933	,654**
328	POSSÍVEL	5,905	5,313	6,497	1,300	5,810	5,278	6,341	1,167	,286
329	ESCURO	5,909	5,226	6,592	1,540	3,435	2,774	4,135	1,502	,168
330	NORMAL	5,909	5,417	6,401	1,109	4,545	4,141	4,950	,912	,367
331	INQUIETO	5,913	5,331	6,495	1,345	3,478	2,841	4,115	1,473	-,103
332	EXCELENTE	5,913	5,445	6,382	1,083	6,783	6,558	7,007	,518	,218
333	DELICADO	5,913	5,410	6,417	1,164	5,739	5,283	6,195	1,054	,407
334	ESQUISITO	5,950	5,230	6,670	1,538	4,762	1,840	7,683	6,418	,407
335	DIGNO	5,950	5,334	6,566	1,317	6,250	5,824	6,676	,910	,707**
336	INTERESSADO	5,952	5,559	6,346	,865	6,048	5,873	6,223	,384	,321
337	FANTÁSTICO	5,952	5,386	6,519	1,244	6,238	5,833	6,643	,889	,589*
338	ÚNICO	5,952	5,509	6,395	,973	6,000	5,545	6,455	1,000	,454
339	ELEGANTE	5,955	5,512	6,397	,999	5,818	5,332	6,305	1,097	,314
340	ATENTO	5,958	5,518	6,398	1,042	5,958	5,575	6,342	,908	,383
341	PRÁTICO	6,000	5,358	6,642	1,447	5,818	5,393	6,243	0,958	,579**
342	ENCANTADOR	6,000	5,406	6,594	1,304	6,571	6,202	6,940	0,811	,672**
343	FRANCO	6,000	5,453	6,547	1,170	6,350	5,940	6,760	0,875	,532**
344	HUMILDE	6,000	5,481	6,519	1,140	6,238	5,809	6,668	0,944	,636**
345	SURPREENDENTE	6,000	5,488	6,512	1,155	5,864	5,404	6,323	1,037	,636**
346	IMPORTANTE	6,043	5,412	6,675	1,461	6,174	5,790	6,557	,887	,291
347	SATISFEITO	6,045	5,543	6,548	1,133	6,182	5,804	6,560	,853	,504*
348	FUTURO	6,048	5,582	6,514	1,024	5,381	4,699	6,063	1,499	,337
349	FORTE	6,048	5,681	6,414	,805	5,333	4,734	5,933	1,317	,094
350	GENEROSO	6,050	5,536	6,564	1,099	6,250	5,852	6,648	,851	,330
351	ORGULHOSO	6,053	5,441	6,664	1,268	3,684	3,150	4,218	1,108	-,119
352	AMÁVEL	6,083	5,602	6,564	1,139	6,250	5,814	6,686	1,032	,028
353	SENTIMENTAL	6,087	5,656	6,518	,996	5,609	5,125	6,092	1,118	,502*
354	DELICIOSO	6,087	5,601	6,573	1,125	6,391	5,926	6,857	1,076	,371
355	ESCOLAR	6,087	5,618	6,555	1,083	4,870	4,359	5,380	1,180	,387
356	ROMÂNTICO	6,130	5,604	6,657	1,217	6,304	5,949	6,660	,822	,278
357	ORIGINAL	6,130	5,733	6,528	,920	6,087	5,618	6,556	1,083	,161
358	ÍNTIMO	6,130	5,755	6,506	,869	5,696	5,236	6,155	1,063	,588**
359	SIMPLES	6,130	5,692	6,569	1,014	5,478	4,883	6,074	1,377	,489*
360	ARTÍSTICO	6,130	5,733	6,528	,920	5,913	5,546	6,280	,848	,226
361	RESPONSÁVEL	6,136	5,767	6,506	,834	6,000	5,638	6,362	,816	,413
362	RECENTE	6,150	5,483	6,817	1,424	5,150	4,557	5,743	1,268	,345
363	SENSÍVEL	6,150	5,713	6,587	,933	5,250	4,684	5,816	1,209	,434
364	ABERTO	6,158	5,619	6,697	1,119	5,474	4,886	6,061	1,219	-,037
365	SORRIDENTE	6,174	5,813	6,535	,834	6,565	6,279	6,852	,662	,412
366	UNIVERSAL	6,174	5,729	6,619	1,029	5,435	4,840	6,030	1,376	,129
367	CERTO	6,182	5,780	6,584	,907	6,000	5,590	6,410	,926	,145
368	INTELIGENTE	6,182	5,780	6,584	,907	6,318	5,877	6,759	,995	,678**
369	MARAVILHOSO	6,190	5,622	6,759	1,250	6,286	5,690	6,882	1,309	,773**
370	SAUDÁVEL	6,200	5,810	6,590	,834	6,850	6,679	7,021	,366	,343
371	NATURAL	6,200	5,706	6,694	1,056	5,600	5,110	6,090	1,046	,403
372	BOM	6,200	5,841	6,559	,768	6,450	6,095	6,805	,759	,359
373	CONFORTÁVEL	6,211	5,713	6,708	1,032	6,263	5,843	6,683	,872	,604*
374	ADULTO	6,227	5,681	6,773	1,232	4,455	4,006	4,903	1,011	,400
375	FAMILIAR	6,227	5,717	6,738	1,152	5,913	5,410	6,417	1,164	,607**
376	TRANQUILO	6,238	5,701	6,775	1,179	6,143	5,754	6,531	,854	,469*
377	VERDADEIRO	6,238	5,763	6,713	1,044	6,476	6,079	6,874	,873	,796**
378	QUENTE	6,250	5,727	6,773	1,118	5,150	4,519	5,781	1,348	-,025
379	FIEL	6,250	5,705	6,795	1,164	6,350	5,940	6,760	,875	,612**
380	RISONHO	6,261	5,887	6,635	,864	6,522	6,180	6,863	,790	,180
381	CONTENTE	6,261	5,720	6,802	1,251	6,565	6,225	6,906	,788	,620**

(cont. →)

(← cont.)

382	ALEGRE	6,261	5,911	6,611	,810	6,130	5,755	6,506	,869	,596**
383	BONITO	6,273	5,933	6,613	,767	5,682	5,310	6,054	,839	,373
384	AGRADÁVEL	6,318	5,877	6,759	,995	6,545	6,218	6,873	,739	,436
385	ÚTIL	6,364	5,941	6,786	,953	6,182	5,804	6,560	,853	,314
386	NOVO	6,417	6,025	6,809	,929	5,625	5,114	6,136	1,209	,499*
387	CONFIANTE	6,417	6,005	6,828	,974	6,208	5,777	6,639	1,021	,316
388	SIMPÁTICO	6,458	6,085	6,831	,884	6,250	5,832	6,668	,989	,612**
389	AMOROSO	6,476	6,135	6,817	,750	6,524	6,126	6,921	,873	,192
390	HONESTO	6,476	6,202	6,750	,602	6,524	6,153	6,894	,814	,584*
391	SENSATO	6,478	6,191	6,766	,665	5,870	5,254	6,485	1,424	,259
392	QUERIDO	6,500	6,195	6,805	,722	6,208	5,726	6,690	1,141	,538*
393	VIVO	6,500	6,202	6,798	,673	6,227	5,867	6,588	,813	,457*
394	ESPECIAL	6,545	6,218	6,873	,739	6,500	6,273	6,727	,512	,340
395	DOCE	6,545	6,191	6,900	,800	6,318	5,837	6,800	1,086	,348
396	JOVEM	6,550	6,229	6,871	,686	6,150	5,770	6,530	,813	,411
397	INTERESSANTE	6,591	6,265	6,916	,734	6,682	6,430	6,934	,568	,318
398	FELIZ	6,636	6,379	6,894	,581	6,864	6,708	7,019	,351	,538**
399	TRANQUILO	6,667	6,447	6,887	,483	6,227	5,796	6,658	,973	,258
400	AMIGO	6,739	6,441	7,037	,689	6,739	6,471	7,007	,619	,628**

Nota. *Correlação significativa ao nível de .05; **Correlação significativa ao nível de .01.

Da análise destes resultados é possível verificar que existe um maior número de palavras com valência neutra (todas aquelas com uma avaliação média nesta dimensão compreendida entre 3 e 5), ou seja, 172 das 400 palavras em estudo. Seguidamente, encontram-se as palavras positivas (com avaliações médias superiores a 5), perfazendo um total de 145. Por fim, o número de palavras de valência negativa (palavras com uma avaliação média inferior a 3) é igual a 81.

Por outro lado, repetindo esta análise estabelecendo o critério ao nível dos limites dos intervalos de confiança, a fim de se contabilizarem apenas os vocábulos com diferenças significativas entre si, contabilizam-se 102 palavras positivas, 50 negativas, sendo as restantes 86 neutras.

Relativamente às avaliações de familiaridade, 287 adjectivos foram avaliados como muito familiares, 111 como tendo uma familiaridade neutra, e apenas dois como pouco familiares. Tal distribuição não é surpreendente, uma vez que o principal critério de selecção do material foi a elevada frequência escrita dos adjectivos, dada a relação positiva forte entre este critério de familiaridade objectiva e a familiaridade subjectiva descrita na literatura (Gernesbacher, 1984).

Novamente, se fizermos a análise tendo como critério os limites dos intervalos de confiança, nestas normas encontram-se 136 adjectivos muito familiares, 4 neutros, e nenhum adjectivo pouco familiar.

Por último, a análise das correlações entre as duas dimensões revelam grande variabilidade de acordo com o estímulo em causa. No entanto, existe um padrão que está em concordância com a associação entre valência positiva e familiaridade reportada na literatura. Em termos de contagens absolutas a partir das médias na dimensão de valência, observa-se que no caso dos adjectivos negativos (médias inferiores a 3) apenas 2,47% dos estímulos (i.e., dois estímulos) apresentam uma correlação significativa entre as duas medidas. No caso dos adjectivos neutros (médias entre 3 e 5), essa percentagem sobe para 23,56 % (i.e., 41 estímulos). Por fim, para os adjectivos positivos (médias superiores a 5), a percentagem de estímulos com correlação significativa entre as duas dimensões atinge 40,69% (i.e., 59 estímulos).

Conclusões

O objectivo central da publicação deste conjunto de material prende-se com o enriquecimento das normas de palavras existentes em língua portuguesa e, conseqüentemente, com a facilitação do trabalho dos investigadores nacionais que utilizem este tipo de estímulos verbais. Especificamente, a lista de adjectivos aqui apresentada foi avaliada em duas dimensões de grande relevância para vários domínios de investigação em psicologia, possibilitando a selecção de palavras de vários níveis de valência. No que diz respeito à familiaridade, a selecção será mais restrita, dado os adjectivos testados variarem essencialmente entre a familiaridade neutra e a elevada. Com vista a possibilitar uma maior variabilidade face a esta dimensão, planeia-se o teste de adjectivos considerados menos familiares no corpus linguístico utilizado. Sublinha-se que a opção de testar apenas os adjectivos mais familiares, neste primeiro estudo, prendeu-se com o objectivo de definir um conjunto de estímulos que, pela sua elevada frequência, exhibisse maior probabilidade de extracção do seu significado e da valência associada.

Cumprindo no essencial o seu objectivo principal encontram-se, no entanto, algumas limitações.

Uma dessas limitações está relacionada com a ordem de apresentação das escalas de avaliação de valência e familiaridade subjectivas, sendo inegável que, de acordo com a relação existente entre ambas as dimensões anteriormente mencionada, essa apresentação deveria ter sido contrabalançada durante o estudo. De facto, seria até desejável que a medição das duas dimensões fosse efectuada num delineamento entre-sujeitos de forma a prevenir a possibilidade da medida efectuada em primeiro lugar “contaminar” de alguma forma a subsequente. No entanto, tal parece não ter sido o caso neste conjunto de normas, uma vez que as correlações entre as duas medidas respeitam a direcção da sua associação reportada na literatura.

Também o tamanho da amostra de participantes que avaliou cada adjectivo poderá representar uma limitação ao estudo apresentado, uma vez que o facto de ser inferior ao critério habitualmente utilizado para este tipo de trabalhos (pelo menos 30 participantes por cada palavra) poderá influenciar a estabilidade das normas elaboradas.

Uma outra característica do estudo que poderá constituir uma limitação a utilidade das normas apresentadas é o facto de terem sido seleccionados adjectivos que tanto se aplicam a objectos como a seres vivos. Se por um lado consideramos que este critério poderá representar uma vantagem ao nível da comparabilidade entre categorias sociais e não sociais na mesma dimensão, por outro compreendemos que o mesmo pode gerar alguns problemas, como por exemplo a possibilidade de um adjectivo poder ser diferentemente avaliado consoante seja referente a uma pessoa, animal, objecto ou até situação. Por outras palavras, a opção por isolar o contexto de referência dos adjectivos teve como objectivo a possibilidade de aplicação das palavras em estudo a vários tipos de alvos. Contudo, não existe garantia deste ter sido completamente alcançado, pois os participantes poderão ter activado automaticamente categorias/alvos específicos, tendo realizado as avaliações dos adjectivos com referências a esses mesmos elementos.

O tipo de normas aqui apresentadas requer sempre a consideração do contexto social e temporal em que foi obtido. Por exemplo, podemos especular que o adjectivo “híbrido”, que nas normas de Garcia-Marques, em 2003, foi percebido como pouco familiar, é cada vez mais referido na comunicação social associado à nova geração de motores de veículos, assumindo maior probabilidade de entrar no léxico e, conseqüentemente, tornar-se cada vez mais familiar e/ou positivo, pelo menos entre as pessoas mais preocupadas com questões ambientais. Assim, não se tratando este aspecto de uma limitação específica deste trabalho mas sim de uma característica inerente às normas de estímulos, é recomendável que os investigadores que futuramente queiram utilizar estas normas se certifiquem que a validade das mesmas permanece.

Referências

- Angrilli, A., Cherubini, P., Pavese, A., & Manfredini, S. (1997). The influence of affective factors on time perception. *Perception & Psychophysics*, 59(6), 972-982.
- Bargh, J. A., Chaiken, S., Govender, R., & Pratto, F. (1992). The generality of the automatic attitude activation effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(6), 893-912.
- Bradley, M.M., & Lang, P.J. (1999). Affective norms for English words (ANEW): Instruction manual and affective ratings. Technical Report C-1, The Center for Research in Psychophysiology, University of Florida.
- Brazão, P., & Garcia-Marques, T. (2004). Valência de atributos pessoais e estereotipicalidade em relação aos skinheads. *Laboratório de Psicologia*, 2(1), 21-32.
- Chan, E., Ybarra, O., & Schwarz, N. (2006). Reversing the affective congruency effect: The role of target word frequency of occurrence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(3), 365-372.
- Estes, W. K., & Maddox, W. T. (2002). On the processes underlying stimulus-familiarity effects in recognition of words and non-words. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 28(6), 1003-1018.
- Fazio, R. H., Sanbonmatsu, D. M., Powell, M. C., & Kardes, F. R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5, 229-238.
- Frankenberg-Garcia, A., & Santos, D. (2002). COMPARA, um corpus paralelo de português e de inglês na Web. *Cadernos de Tradução IX.1*, Universidade de Santa Catarina, pp. 61-79.
- Frankenberg-Garcia, A., & Santos, D. (2006). *Frequência de adjetivos (formas) em português no COMPARA 8.0.2. [20 de Outubro de 2006]*. Consultado em 1 de Novembro, 2007, através de <http://www.linguateca.pt/COMPARA/ListaAdjectivosFormas.html>.
- Garcia-Marques, T. (2003). Avaliação de familiaridade e valência de palavras concretas e abstractas em língua portuguesa. *Laboratório de Psicologia*, 1(1), 21-44.
- Garcia-Marques, T., & Mackie, D. M. (2001). The feeling of familiarity as a regulator of persuasive processing. *Social Cognition*, 19, 9-34.
- Garcia-Marques, T., Mackie, D. M., Claypool, H. M., & Garcia-Marques, L. (2004). Positivity can cue familiarity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(5), 585-593.
- Gernsbacher, M. A. (1984). Resolving 20 years of inconsistent interactions between lexical familiarity and orthography, concreteness and polysemy. *Journal of Experimental Psychology: General*, 113(2), 256-281.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1464-1480.
- Hermans, D., & De Houwer, J. (1994). Affective and subjective familiarity ratings of 740 Dutch words. *Psychologica Belgica*, 34(2), 115-139.
- Jacoby, L. L., & Dallas, M. (1981). On the relationship between autobiographical memory and perceptual learning. *Journal of Experimental Psychology: General*, 110(3), 306-340.
- Klauer, K. C. (1998). Affective priming. *European Review of Social Psychology*, 8, 67-103.
- Kučera, H., & Francis, W. N. (1967). *Computational analysis of present-day American English*. Providence, RI: Brown University Press.

- Lang, P. J., Bradley, M. M., & Cuthbert, B. N. (1997). The international affective picture system (IAPS). Technical Manual and Affective Ratings. Gainesville, FL: University of Florida.
- Lishner, D. A., Cooter, A. B., & Zald, D. H. (2008). Addressing measurement limitations in affective rating scales: Development of an empirical valence scale, *Cognition & Emotion*, 22(1), 180-192.
- Macken, W. J. (2002). Environmental context and recognition: The role of recollection and familiarity. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 28(1), 153-161.
- Marques, J. F. (2004). Normas de familiaridade para substantivos comuns. *Laboratório de Psicologia*, 2(1), 5-19.
- Marques, S., Lima, M. L. & Novo, R. (2006). Traços estereotípicos associados às pessoas jovens e idosas na cultura portuguesa. *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 91-108.
- Monin, B. (2003). The warm glow heuristic: When liking leads to familiarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1035-1048.
- Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I., & Comesaña, M. (2007). The Spanish adaptation of ANEW (Affective Norms for English Words). *Behavior Research Methods*, 39(3), 600-605.
- Smith, E. E. (1967). Effects of Familiarity on stimulus recognition and categorization. *Journal of Experimental Psychology*, 74(3), 324-332.
- Stadthagen-Gonzalez, H. & Davis, C. J. (2006). The Bristol norms for age of acquisition, imageability, and familiarity. *Behavior Research Methods*, 38, 598-605.
- Urbaniak, G. C, & Plous, S. (2007). *Research Randomizer (version 3.0) [computer software]*. Consultado em 15 de Novembro, 2007, através de <http://randomizer.org/>.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1-27.
- Zajonc, R. B. (1998). Emotions. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4th ed., vol 2, pp. 591-632). Boston, MA: McGraw-Hill.