

D.M.
PERE/F.1

INSTITUTO SUPERIOR DE PSICOLOGIA APLICADA

MESTRADO

EM

COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

91/93

Dissertação sobre o tema:

A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO LEITE

Orientador: Professor Doutor Luís Antero Reto

Francisco José Costa Pereira

(Junho 94)

RESUMO

O presente trabalho tem por finalidade determinar a **representação social** do leite nos consumidores de leite da Grande Lisboa, a partir de uma amostra de 380 sujeitos considerada representativa. Para tal procurou determinar-se a forma como as pessoas efectuam a **objectivação**, determinando os sintagmas que a constituem, em seguida procurou identificar-se a **ancoragem**, isto é, como as pessoas têm a sua representação incorporada em categorias, a partir de uma noção protótipica e como essas categorias estão relacionadas entre si. Efectuou-se ainda uma análise pelos vários sub-grupos, agrupados em torno das variáveis demográficas de sexo e de idades, com o objectivo de identificar o tipo de representação social e como ela varia entre os sexos e ao longo das idades. Para além da representação social procurou determinar-se em que medida, as estratégias de comunicação em especial a publicidade a determinavam, procurando ir conhecer a sua proveniência.

Para conseguir o descrito foi construído um questionário com base no elaborado por P. Verges (1993) para determinar a Representação Social da Economia e adaptado ao contexto em que ocorrem as investigações no comportamento de consumo. Este questionário pretendeu determinar, a partir de uma questão de evocação sobre a importância do consumo de leite e utilizando dados quantitativos e qualitativos, a objectivação e na perspectiva de Abric o núcleo da representação social, identificando-se o sistema central da representação e o periférico. A partir de uma análise protótipica tendo por base os sintagmas de maior frequência foram agrupados os termos em categorias de modo a poder determinar-se a ancoragem da representação social. Utilizando termos que enquadram as várias vertentes do consumo de leite, procurou analisar-se como as pessoas racionalmente formavam agrupamentos de conceitos. Para a origem da representação procurou analisar-se o impacto da publicidade na determinação dos sintagmas e das categorias e da forma como elas estão relacionadas entre si.

Foi efectuada uma análise de conteúdo à publicidade efectuada pelas marcas de leite nos dois últimos anos, a qual determinou a quarta

questão da segunda parte do questionário. Foram analisadas as marcas de leite e determinado o seu mapa perceptual, a partir de uma questão de evocação (em que as pessoas expressavam as marcas de leite de que se recordavam) utilizando-se técnicas estatísticas de análises de correspondências gráficas e escala multidimensional (MDS)

Nos resultados verificou-se que a representação social era, na perspectiva de Moscovici, uma representação fechada, que mantinha quase inalterada em todos os grupos a mesma objectivação e só variava na ancoragem e nos sistemas periféricos da representação, em cada um dos vários grupos analisados. Das análises da publicidade e das marcas verificou-se que a representação era fortemente determinada pelas estratégias de comunicação das marcas.

Este estudo mostra a necessidade de se desenvolverem estudos sobre a representação social e a comunicação de massas para se determinarem estratégias de comunicação em Marketing. O estudo parece apontar que, para uma comunicação em marketing ser bem sucedida, ela tem de passar pelo núcleo da representação social e associada com os sistemas periféricos da representação.

AGRADECIMENTOS

Através deste reconhecimento público, presto o meu sincero agradecimento a todos aqueles que me apoiaram para que este trabalho pudesse ter sido executado.

O meu primeiro agradecimento vai para o meu orientador Professor Doutor Luís Reto que me facultou os meios para que este trabalho pudesse ter a representatividade que tem e pelos apoios que sempre colocou à minha disposição. Foi a sua disponibilidade e abertura que permitiram criar sempre um clima de entusiasmo para a realização desta investigação.

Pretendo deixar aqui o meu agradecimento aos Professores Doutores Jorge Correia Jesuino e Orlindo Gouveia Pereira pelo apoio incondicional que sempre me deram prontificando-se a ajudarem-me quer em conselhos quer nas leituras que me facultaram.

Ao Professor Doutor Pierre Verges pelo apoio que me facultou, fornecendo-me todo o suporte informático, conhecimentos sobre a representação social e pelo tempo que dispendeu a ensinar-me a sua operacionalização. Este apoio só foi possível através do Professor Doutor Correia Jesuino a quem mais uma vez aqui deixo o meu agradecimento.

INDICE

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	6
Formulação do problema	6
Comportamento de consumo	8
O leite como produto de consumo	10
Os processos de comunicação	12
modelos de comunicação	12
modelos de persuasão	15
comunicação de massas	16
As representações sociais	18
definição de representação social	20
a formação das representações sociais	24
ancoragem	25
objectivação	28
funções das representações sociais	31
a psicologia social e as representações sociais.	34
representações sociais e atitudes	36
representações e cognição	38
CAPÍTULO 2 - MÉTODO	42
Sujeitos	44
Procedimento	46
Instrumento de medida	47

CAPÍTULO 3 - RESULTADOS	57
Objectivação e ancoragem da representação social.....	58
Agrupamentos de base	68
Análise das marcas	70
Estratégias de comunicação das marcas	74
Análises dos sub-grupos por sexo e idades	77
masculino	77
feminino	78
idades dos 13 aos 24 anos	79
idades dos 25 aos 54 anos	80
idades superiores aos 54 anos	81
CAPÍTULO 4 - DISCUSSÃO E CONCLUSÕES	83
Objectivação, ancoragem, sistema central e periférico..	83
Marcas de leite.....	86
Estratégias de comunicação das marcas.....	86
Conclusões.....	88
BIBLIOGRAFIA	89

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por finalidade analisar a forma como os consumidores de leite efectuam a representação do leite, como a estruturam e por outro lado procurar identificar a sua proveniência. Dentro desta amplitude de análise procurou efectuar-se uma definição clara do assunto a investigar através da formulação do problema e das suas hipóteses.

Formulação do Problema

Como efectuam os indivíduos a representação social do leite ? Será que esta representação social é a mesma para todos eles? A representação é suportada em informação arcaica ou é produto do meio comunicacional dos media ?

Esta formulação do problema orienta para as investigações que estão actualmente em curso na área da representação social e que procuram caracterizar a representação social, através dos seus processos de objectivação, ancoragem, identificação dos seus sistemas central e periférico e ao mesmo tempo procurar determinar de onde ela é originária e quais são os processos que levam à sua transformação. É no contexto destes estudos que se pretende efectuar o presente trabalho e com o qual se operacionalizaram as seguintes hipóteses:

1. A representação social do leite obedece aos parâmetros definidos pela sua teoria, isto é, possui um sistema central, um periférico, tem um campo de objectivação e possui uma ancoragem bem determinada.

2. A representação social do leite é determinada no seu sistema periférico pelas estratégias de comunicação das marcas de leite.

3. A representação social do leite tem configurações distintas do seu sistema periférico nas várias faixas etárias e entre os sexos.

4. A representação social tem campos de objectivação e ancoragens diferentes nas várias faixas etárias e entre os sexos.

Estas hipóteses pretendem cobrir o corpo teórico enunciado tentando confirmá-lo a partir de trabalhos já anteriormente efectuados. A operacionalização do presente trabalho está suportado nos trabalhos efectuados por P. Verges (1993), onde ele construiu uma metodologia de trabalho a partir de dados quantitativos e qualitativos para identificar nas representações sociais o sistema central, com o núcleo central e o sistema periférico, deixando o campo da objectivação bastante claro. Na sequência dos trabalhos das análises gráficas de correspondências de C. Flament (1962) procura confirmar-se o núcleo central e determinar a ancoragem das representações, a partir da construção de categorias sob constrangimentos na base de uma análise prototípica. Seguindo as aplicações gráficas das análises de correspondências efectuadas por Vérges (1993) procura efectuar-se uma análise mais fina da representação, tentando encontrar agrupamentos de base que nos mostrem as várias relações que os indivíduos efectuam no contexto da representação, de modo a dar-lhe um significado.

Para determinar a origem da representação, este trabalho pretende efectuar um percurso pelo comportamento de consumo e pelas estratégias de comunicação efectuadas pelas marcas de leite. Uma das actividades consiste em determinar a representação das marcas de leite na mente dos seus consumidores, isto é, identificar o mapa perceptual, quer utilizando o mesmo método da representação do leite, quer fazendo recurso à escala multidimensional (MDS). Esta identificação com as respectivas preferências permite verificar como as marcas estão posicionadas no mercado. A outra análise a efectuar relaciona-se com a identificação das estratégias de comunicação de cada uma das marcas, para o que se efectuou uma análise de conteúdo da publicidade de cada uma das marcas nos anos de 1992 e 1993, procurou conhecer-se os investimentos junto dos produtores em publicidade, e em empresas especialistas em estudos de mercado as quotas de mercado de cada uma das marcas. Esta informação é toda cruzada com a da

representação do leite para se poder inferir em que medida esta influencia aquela.

Este trabalho para conseguir os seus objectivos recorre a um estudo descritivo com trabalho de campo à população da Grande Lisboa com uma amostra representativa e estratificada .

Comportamento de consumo

A previsão de comportamentos sempre foi uma das grandes preocupações da psicologia, que levanta grandes problemas na sua determinação. A sua previsão torna-se difícil por esta não ser uma função linear determinística, mas complexa e não identificada ainda de forma adequada, como o mostram entre outros os trabalhos de Ajzen (1991) na sua teoria do comportamento planeado. O comportamento do consumidor procura assim identificar um conjunto de variáveis que possam minimamente prever o comportamento dos consumidores, para que as estratégias de marketing sejam eficazes, e os produtos ou as marcas possam satisfazer os consumidores levando-os ao consumo. Assim os objectos de estudo nesta área começam por identificar as tendências do consumidor, se é para consumir, ou para poupar, que tipos de produtos ou serviços ele está disposto a consumir, que tipo de marcas pretende seleccionar - uma das grandes preocupações da actualidade incide já na gestão da marca e não dos produtos J.Kapferer,(1993) - como vai efectuar a compra, que utilização efectua do produto ou serviço e que avaliação efectua do produto ou serviço que adquiriu e utilizou. A obtenção de resposta a estas questões já pode orientar um pouco para a previsão de comportamentos de consumo.

A disciplina do comportamento do consumidor só se autonomizou, a partir dos anos 60, até essa data ela estava dependente da economia e da psicologia. Assim no princípio do século dominava a economia onde o consumidor era considerado o homem económico racional em que as suas decisões de consumo eram determinadas por princípios lógicos e racionais. A partir dos anos 30, com base nos trabalhos da psicanálise, a psicologia efectua a sua entrada nesta área com os

apelos emocionais ao consumo. Nos anos 50, com o aparecimento da psicologia económica, Katona (1951), dá-se uma nova viragem a partir de uma visão microeconómica, onde surgem os conceitos de satisfação e a sua maximização, as utilidades marginais e o retorno noutra contexto ao comportamento racional. Nos anos 70, porém dá-se a grande viragem no comportamento do consumidor. Até esta data os produtores não se preocupavam com a perspectiva do consumidor, produziam em função de parâmetros exclusivamente técnicos, considerando que a qualidade de um produto era um factor intrínseco a ele. Neste período começam as grandes preocupações com o consumidor e o conceito de qualidade estende-se ao que o consumidor deseja, a qualidade dos produtos já não é intrínseca aos produtos, mas em função do que os consumidores pretendem, aparecem os grandes estudos sobre as motivações no consumo, os estilos de vida, etc. o que leva a que o comportamento do consumidor integre nas sua análises os estudos sociológicos, através das classes sociais, e antropológicos, através da cultura. Finalmente a partir dos anos 80 dá-se um retorno à psicologia sem esquecer as outras vertentes com o estudo dos processos cognitivos, para a determinação dos mapas perceptuais das marcas e dos produtos e como o consumidor processa a informação, efectua a aprendizagem e forma as suas atitudes e é persuadido. Aparecem as análises em psicologia social, em especial as referentes aos grupos.

O consumo tornou-se um fenómeno iminente social e não um factor exclusivo do indivíduo e das suas necessidades.

É neste contexto que o presente trabalho se insere ao estudar o leite como um produto de consumo, onde o consumidor vai ter diversas marcas por onde escolher, vai ser sujeito por cada uma delas a estratégias de comunicação, que lhe podem determinar a sua representação do leite.

O leite como produto de consumo

O leite é considerado um alimento básico da sociedade actual, quer através do seu consumo directo quer indirecto, na confecção de outros alimentos e dos seus derivados. Em virtude de ser um produto barato e com forte poder nutritivo, tem sido objecto de grande difusão, para elevar o seu consumo per capita em especial nos países menos desenvolvidos. A imagem que é incutida na infância é bastante forte, pelo que ela vai perdurar para toda a vida. Como possui uma grande carga de imposição esta representação pode ir diferenciando-se durante o desenvolvimento.

Num estudo efectuado por G. Bachelain (1980) na população francesa, ele verificou que o leite era um elemento fundamental para as pessoas, como a ar e a água, que estava reduzido a uma entidade e, que era pouco redutível aos seus elementos. Mesmo assim as pessoas consideravam-no um alimento completo de alto valor nutritivo, excelente para a saúde, como uma fonte de vida e profundamente ligado de forma arcaica ao mundo da infância. As evocações sobre o leite foram bastante ricas, associadas, como se disse à saúde, nutrição, necessidade, alimento equilibrado e essencial, prazer, crianças, saboroso, que fornece energias físicas e psicológicas, que possui uma força calma e considerado como um factor de contacto. O estudo mostrou ainda que a única componente negativa estava associada ao abandono do consumo do leite na fase de crescimento como uma forma de independência e reactividade do indivíduo para conquistar a fase adulta. Verificou ainda que as percepções do leite variavam com a idade, na forma como as categorias estavam ligadas entre si. Na sequência deste estudo, o presente trabalho pretende desenvolver uma perspectiva sociocognitiva centrada na exploração das representações sociais associadas ao consumo do leite, tentando analisar como ela se distribui pelas vários grupos sociais e o que a determina, procurando verificar se existem grupos dominantes e como varia entre os grupos, mas apenas dentro da população que é consumidora de leite, o que deverá afastar imagens negativas do consumo do leite.

Assim pode afirmar-se, que o consumo do leite não é visto como um perigo, mas como um factor saudável pelo que a sua representação social terá de ser marcada essencialmente por uma conotação positiva. A representação social é analisada como um modo de conhecimento e de pensamento que permite a interpretação do real e que serve como um guia e uma orientação das acções de acordo com os princípios de coerência e consenso em vigor num determinado grupo social. É assim que o leite tem de ser analisado na sua relação Individuo - Grupo - Consumo. O importante é procurar saber se existe coerência do ponto de vista dos conhecimentos e dos comportamentos ou, ao contrário, discussão e desacordo face à forma como a necessidade de beber leite é estruturada num quadro de acção e o modo como os consumidores a efectuam.

Isto leva a que se verifique a forma como o leite é conceptualizado e o seu consumo é efectuado. Assim é necessário analisar os processos sociocognitivos que caracterizam a relação entre os indivíduos e os grupos, procurando analisar se o consumo do leite é mobilizado por esquemas de análise e de acção estabilizados e rotinizados. As representações sociais funcionam mais frequentemente como pré-construtos ou julgamentos tranquilizadores sobre o observado ou reconhecido, do que o estranho ou não familiar. Isto não significa que não se possam desenvolver num campo de interesses objectiva e subjectivamente conflitual.

Procura-se assim neste trabalho descrever e compreender os processos de adaptação e avaliação que os vários grupos efectuam para consumir o leite, identificando os vários níveis de análise

- Ao nível das opiniões e das impressões afectivas procurando avaliar como o consumo do leite é efectuado, se por necessidade ou por prazer.

- Ao nível cognitivo como cada um descreve as características do leite, isto é, como formam a sua crença.

- Ao nível dos valores e dos investimentos que poderão servir de princípios organizadores na elaboração do sistema de representação no qual o consumo do leite se insere. É importante aqui identificar os vários componentes da representação social identificando a sua estrutura e

quais são os núcleos centrais, como o consumo do leite é objectivado e quais são os elementos cognitivos considerados periféricos que podem mostrar a relação que o sujeito estabelece com o seu grupo em relação ao objecto de referência. Pode-se referir que o que se pretende aqui é identificar o conceito que Abric (1982) operacionalizou como núcleo central.

Os processos de comunicação

Modelos de comunicação

A representação social da psicanálise determinada por Moscovici (1961) tem servido de referência para qualquer estudo neste domínio. O autor analisou o que a determina a partir do estudo da imprensa e mostrou que a representação da psicanálise era originária daquela e que ela utilizava três modalidades de comunicação: - a difusão, que é caracterizada por uma indiferenciação entre a fonte e os receptores da comunicação; - a propagação, que é caracterizada por a fonte dispor de uma visão bem organizada de uma crença que a pretende difundir junto dos receptores; - a propaganda, que é caracterizada por a fonte pretender transmitir uma visão antagonista de outra de modo a fazer prevalecer a sua junto dos receptores. É neste contexto que se irá falar da comunicação

O estudo da comunicação segundo S.Littlejohn (1978) envolve três grandes áreas, a primeira referente às orientações gerais onde, a comunicação é considerada um processo complexo e primordialmente um processo de interacção simbólica. A segunda dos processos básicos considera que a interacção simbólica é um processo de emissão e recepção de mensagens codificadas, onde um sinal é um estímulo que tem significado para as pessoas. Este estímulo leva à constituição de mensagens através dos processos do pensamento humano para dar forma à informação que uma vez utilizada através dos processos de

comunicação resulta em mudanças. A terceira, aborda os contextos em que a comunicação ocorre: face a face (interpessoal), nos pequenos grupos, nas organizações e nas massas.

As investigações nesta área pode dizer-se que sofreram um impulso significativo com os estudos da teoria da informação marcados por C.Shannon e W.Weaver (1949), com a sua formulação matemática, em que se procurou medir a informação, através de estudos quantitativos, onde se media a informação em mensagens e o fluxo da informação entre o emissor e o receptor. Estes estudos e análises posteriores introduziram três níveis de análise: o primeiro no nível técnico, que procurava a exatidão da informação a transmitir; o segundo no nível semântico que orientava para os significados da informação para a fonte e o receptor; o terceiro no nível de eficiência, que procurava medir a influência da informação no receptor. Estes níveis são paralelos à análise de Morris (1939) que definia os níveis em sintaxe, semântica e pragmática. Foi ainda definido por Shannon nestes trabalhos que a informação é uma medida da incerteza ou entropia numa situação e introduziu o conceito de redundância como o inverso da entropia relativa. Shannon (1949) operacionalizou o modelo da análise estrutural que serviu de base para os modelos de comunicação, com as variáveis de, fonte, codificador, transmissor, canal onde passa o sinal e se introduz o ruído e as variáveis referentes ao receptor.

A Escola de Palo-Alto procura nos seus trabalhos evitar a restrição do modelo binário de causalidade linear que Shannon e Weaver introduziram com a sua teoria da informação. Com os estudos da pragmática da comunicação aparecem os comportamentos humanos a influenciar o processo comunicacional. A comunicação evolui neste campo na perspectiva psicossocial.

Com R.Habermas (1974) a relação entre os interlocutores no contexto social é mediada pelo poder e estatuto que cada um possui.

Assim, procurando efectuar uma análise global, a comunicação segundo Moles (1986) pode ser definida matematicamente como o estabelecimento de uma correspondência unívoca entre um universo espaço-temporal de um emissor e um universo espaço-temporal de um receptor. Esta definição encerra em si a dimensão humana da comunicação que a diferencia dos outros sistemas biológicos

conhecidos devido aos seus múltiplos processos de comunicação. Neste contexto a sociedade transforma-se cada vez mais num sistema social com as suas diversas partes a unirem-se através de interacções, que não são mais do que o objecto da ciência da comunicação. O ser humano está em permanente interacção com a sua envolvente, que é considerada neste contexto a cultura onde está inserido. Desta sua envolvente ele está permanentemente a receber mensagens que se dividem em duas categorias, as do seu universo próximo e as do mais vasto. As do universo próximo dividem-se em dois grandes grupos:

- os estímulos naturais ou fenómenos de natureza física, provenientes dos objectos, do mundo natural, etc.

- os estímulos sociais ou sinais procedentes de outros seres humanos que nos colocam em contacto com a sociedade através de mensagens interindividuais e estabelecendo um circuito linguístico.

As do universo mais vasto são basicamente as provenientes dos media no seu sentido mais lato e que contribuem para formar, como Moles (1986) afirma, a nossa "cultura intelectual".

Na sociedade contemporânea não existe praticamente nenhuma actividade que não tenha a sua correspondência em qualquer forma de comunicação, pelo que a sociedade inteira aparece como um sistema de comunicações dividida em duas categorias:

- As comunicações que se produzem no interior do sistema e participam na criação de uma consciência colectiva

- As comunicações externas enviadas pelo sistema para a sua envolvente através de mensagens individuais ou de mensagens de difusão.

Finalmente, não se pode estudar a comunicação sem efectuar uma abordagem à pragmática, isto é, analisar a forma como se constrói a mensagem, de modo a poder ser recebida, como se pretende, pelo receptor. Aqui são abordados os aspectos da forma e não tanto do conteúdo da mensagem, onde se incluem os componentes estéticos, semânticos, conceitos de medida, redundância e originalidade. Assim as mensagens em geral são bimedia, isto é, seguem dois reportórios, um estético e outro semântico onde cada um é constituído por um conjunto

de signos e supersignos segundo uma determinada hierarquia . Uma mensagem totalmente inovadora não seria perceptível, ela tem de conter signos redundantes que já estejam no reportório do receptor. A eficácia de uma mensagem é função do equilíbrio que se consegue efectuar entre a originalidade e a redundância para cada situação.

Em conclusão o estudo das comunicações pode ser abordado segundo duas perspectivas

- uma onde o observador se situa no circuito E-C-R , como a comunicação interpessoal e difusão

- outra onde o observador se centra na estrutura da mensagem em si mesma, como a construção física da mensagem, jornal, livro.

Os modelos de comunicação apesar de terem evoluído bastante como Ghiglione (1990) nos mostra com o seu contrato de comunicação, na sua génese pretendem garantir que a mensagem chega ao receptor tecnicamente como foi elaborada. Para passar esta barreira que é reducionista, tem de se começar a analisar o impacto que a mensagem tem no receptor através dos modelos de persuasão, onde alguns teóricos afirmam mesmo que todo o discurso é persuasivo, entre os quais, Ghiglione (1990).

Modelos de Persuasão

Como se disse estes modelos pretendem estudar as influências a que um receptor se encontra sujeito no processo da comunicação na medida em que toda a informação que o ser humano recebe vai provocar nele sempre um impacto. As abordagens neste aspecto têm sido as mais variadas, pois que não existe um modelo consensual que explique como o indivíduo vai reagir à informação que recebe. Já Aristóteles com a sua teoria da retórica, procurava dar resposta a este fenómeno. Para tal, ele preocupava-se em descrever os processos de elocução e considerava que existiam três componentes básicos: o Ethos que abordava os

princípios éticos que a pessoa projecta; o Pathos que analisava os apelos emocionais; e o Logos que procurava analisar a argumentação lógica utilizada.

A persuasão é considerada consensualmente por todos os teóricos desta área como uma estratégia consciente e premeditada para alterar no receptor, valores, atitudes, opiniões e ou comportamentos.

Estes modelos têm sido abordados através das várias teorias da psicologia social. Assim, a aprendizagem social dá uma ênfase muito grande à imitação, como o demonstram os trabalhos efectuados por Bandura (1986) neste domínio. O sociocognitivismo, que apareceu na sequência dos trabalhos na área comportamentalista efectuados por Hovland (1959) na Escola de Yale mostra que existe um processamento da informação no receptor, que o leva a construir a sua resposta cognitiva, que pode ser independente da mensagem recebida. As correntes sociodinâmicas, que dão bastante relevo à componente afectiva que leva o receptor a efectuar uma valoração positiva ou negativa eventualmente por factores periféricos que não estão relacionados com o conteúdo da mensagem em si. Estes modelos colocam a sua análise nas características do emissor, como a mensagem é construída e reconstruída, que canais são utilizados e quais as suas características, quais as características do receptor e como ele constrói a sua mensagem cognitiva e qual a mudança que se pretende e se consegue. Esta análise leva-nos aos modelos de comunicação de massas.

Comunicação de massas

Os estudos nesta área foram marcados por H.Lasswell (1948) com o seu quadro de referência, inspirado na teoria da informação, para captar os componentes estruturais mais básicos de qualquer acto de comunicação: quem, diz o quê, em que canal, para quem e com que

efeito. Assim a comunicação de massas ocorre num contexto mais vasto e recorre a técnicas diferentes. Os modelos de comunicação sofrem algumas alterações com a introdução dos media e as várias influências e retornos da informação por cada uma das variáveis em jogo. Aparecem os conceitos de difusão com os trabalhos de P.Lazarsfeld (1948) e da propaganda e da publicidade.

Para concluir esta parte pode dizer-se que os estudos de psicologia cognitiva, mostram que a comunicação se faz mais facilmente a partir da comunhão de fundamentos das opiniões do que a partir da identidade destas mesmas opiniões, o que está em acordo com o conceito de redundância definido por Shannon (1949). Passando este conceito para o âmbito da representação social, Flament (1994) afirma que relativamente a um objecto de comunicação social, esta se estabelece mais facilmente na base da identidade da representação social, definida ao nível do núcleo central, do que na base da identidade das consequências periféricas, que orientam para representações diferentes sobre o mesmo objecto social.

As Representações Sociais

Quando Moscovici começou a introduzir o conceito de representação social, iniciou-se uma nova abordagem da Psicologia Social, onde o ponto de partida dos estudos começa a ser outro, o da Sociedade que envolve, pressiona e condiciona o Indivíduo. Aparece o conceito de Sistema e Metasistema a condicionar o conceito de representação social.

Assim Moscovici afirma que

" O estudo das representações sociais, é o estudo da análise das regulações efectuadas pelo metasistema social sobre o sistema cognitivo, através das ligações com as posições específicas no conjunto das relações sociais explicitadas "

Para ele, o pensamento é condicionado pela intervenção de dois sistemas cognitivos

- um que procede às associações, inclusões, discriminações e deduções que se chama - sistema operatório

- outro que trabalha, controlando, verificando e seleccionando com a ajuda de regras lógicas ou não, a matéria produzida pelo primeiro, como se fosse um - metasistema

Neste contexto Moscovici (1986) e Doise (1989) afirmam que o funcionamento cognitivo é regido por regulações sociais diferentes e por relações normativas, que controlam, verificam e dirigem as operações cognitivas.

Para resumir estas citações dir-se-á que uma função da psicologia social, será a de determinar, as regulações sociais que actualizam um determinado funcionamento cognitivo, num determinado contexto específico.

Moscovici (1961), no seu trabalho sobre a representação social da psicanálise, mostrou que a representação social, não é um conceito uno, isto é, que a um objecto social único pode corresponder uma

multiplicidade e uma disparidade de representações independentes do objecto original, e que existem diferenças quanto ao conteúdo e quanto às atitudes dos sujeitos face ao objecto. Mostrou ainda que estas diferentes representações de um mesmo objecto estavam ligadas a valores e pressupostos normativos próprios de cada grupo social.

Ainda segundo o seu trabalho, os elementos que compõem o objecto original são avaliados, seleccionados e novamente reestruturados segundo critérios sociais e culturais inerentes a cada grupo social, o que leva a que uma vez formadas as representações sociais, estas tornam-se independentes do objecto que representam.

DiGiacomo (1980) no seu trabalho sobre um movimento estudantil de protesto, mostrou que as representações sociais podem influenciar de forma muito clara e explicita o desencadeamento de comportamentos colectivos e que elas traduzem as escolhas e os valores da colectividade. Assim as representações sociais tornam esta realidade compreensível ao sujeito e ordenam as relações sociais e os comportamentos de cada um face aos outros de modo a que cada um se possa localizar a si e aos outros no seio da comunidade.

Estes trabalhos tentam mostrar que as representações sociais são entendidas como uma forma de conhecimento de uma realidade própria de cada grupo social, que é constituída por categorias de pessoas, objectos e acontecimentos que estão mais ligadas aos critérios desses grupos do que às suas propriedades originais. É assim que a realidade representada é que orienta os comportamentos dos sujeitos em relação à realidade objectiva. É neste contexto que Rodrigues, Sousa e Marques (1986) afirmam que a dinâmica das representações sociais é extrínseca e reflecte um sistema de relações sociais.

Por outro lado Doise e Palmonari (1986), procuram mostrar que as representações sociais se tornaram um objecto de estudo onde todas as interacções humanas (entre dois indivíduos ou grupos) pressupõem uma representação. Isto levou-os a considerar a questão de a psicologia social ser uma ciência que se dedica somente à interacção. Para eles a representação social não possui nada na sua retaguarda que a apoie e a sustente, é um mundo disperso, instável e sempre em mudança sem uma estrutura sistemática e é constituída por diversos blocos conceptuais ligados entre si por diferentes formas. Isto para eles não

significa que as representações sociais não possuem uma existência real e permanente nos sujeitos com uma consistência que lhes é própria e que leva a orientar os seus comportamentos e a sua comunicação.

Como diz M.Mauss (1950) as representações são comuns e comunicáveis e constituem uma parte do universo individual de cada sujeito. São estas representações colectivas sob a forma de, ideias, conceitos, categorias e motivos que jogam um papel muito forte na consciência individual para se atingirem as práticas tradicionais como os sentimentos colectivos e as expressões socialmente fixadas das emoções. Estas representações sofreram uma evolução muito significativa desde que Durkeim as postulou como categorias puramente lógicas e invariantes do espirito de forma estática, até Moscovici (1976) que as considerou um modo específico e particular de conhecer e de comunicar o que se conhece através do conceito (abstracto) e da Imagem (reprodução do real de forma concreta) numa perspectiva dinâmica sempre em adaptação. Na actualidade elas são marcadas por duas faces, uma a da imagem, outra a da significação que em reciprocidade constituem uma componente do pensamento simbólico.

Definição de Representação Social

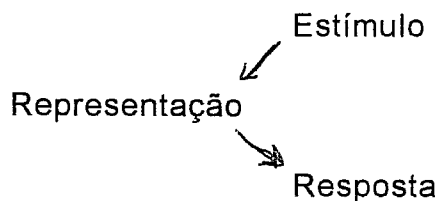
A definição de representação social apesar de no seu enquadramento global receber um largo consenso, nos seus aspectos particulares é objecto de diversas abordagens. Assim para Vala (1992), o conceito de representação ao pretender atingir dois domínios simultaneos, um no particular e outro no universal, torna a sua operacionalização corrente problemática. Para Eljabiarreta, a representação é um reflexo e registo de algo que vem do exterior, que se torna numa cópia e reprodução psicológica de um exterior real. Para Moscovici a representação não é uma reprodução de algo exterior, mas uma construção dinâmica cuja função é a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos.

O conceito segundo Vala (1992) situa-se na fronteira do psicológico com o social, onde o indivíduo interpreta e pensa a sua realidade quotidiana, numa acepção universal, que envolve elementos de particularização enquanto fenómeno que procura produzir sentido na realidade de cada sujeito.

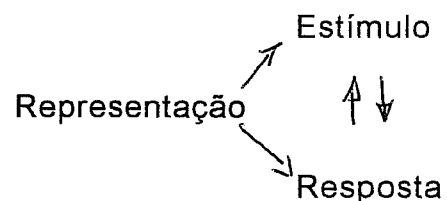
Segundo os trabalhos de Markus e Zajonc (1985) citado por Vala (1992) , as representações não são somente mediações, mas também factores constituintes do estímulo e modeladores da resposta, na medida em que dominam todo o processo. Esta nova concepção de Representação Social introduz assim uma alteração significativa ao anteriormente exposto, em virtude de ela se assumir desta forma como variável independente.

Descrevendo o esquema de Moscovici (1984) citado por Vala (1992),podem ver-se as diferenças entre a concepção corrente e a proposta

concepção corrente



concepção proposta



Ainda citando Vala (1992, p.356) " as representações são produtoras de realidade, com repercussões na forma como interpretamos o que nos acontece e acontece à nossa volta, bem como sobre as respostas que encontramos para fazer face ao que julgamos ter acontecido ". Assim uma vez constituída uma representação, os indivíduos procurarão criar uma realidade que valide as previsões e explicações decorrentes dessa representação (Moscovici e Hewstone 1984). Como diz Piaget, a representação é a expressão de um sujeito, pelo que, ela exprime a sua relação com o objecto, de tal forma que ela envolve uma actividade de construção, de modelização e de simbolização. Finalmente e ainda na linha deste modelo representacional da actividade cognitiva Abric (1987), afirma que a representação não é um reflexo do objecto, mas um

produto do confronto da actividade mental de um sujeito e das relações complexas que mantém com o objecto.

Como se viu aparecem neste campo dois grandes modelos da representação social, o representacional e o constructivista. Embora o último seja o de maior aceitação, o primeiro ainda possui muitos seguidores. Para clarificar o conceito aqui expresso, torna-se necessário efectuar uma análise aos critérios que são utilizados na construção dos diferentes tipos de estruturas cognitivas. Segundo Vala (1992) os critérios utilizados são os seguintes :

- Quantitativos - A representação social é construída a partir da procura do que é comum e partilhado por um conjunto de indivíduos. Esta análise meramente quantitativa não fornece explicação sobre a forma como ela é construída.

- Genéticos - A representação social é construída com base no que é colectivamente produzido, a partir das interacções e dos fenómenos de comunicação no interior de um grupo social, que faz reflectir os seus projectos, problemas e estratégias. Aparece com este critério a construção das representações com base na actividade cognitiva e simbólica de um grupo social.

- Funcionais - A representação segundo este critério reveste uma funcionalidade específica que orienta os comportamentos e as comunicações em relação aos objectos que constituem interrogações num determinado grupo. Este critério permite a diferenciação das representações sociais, na medida em que possuem funcionalidade que se adapta às realidades de cada grupo social.

Neste campo da definição do conceito, Moscovici (1985) afirma que é difícil encontrar um conceito conceptualmente claro, na medida em que as definições operacionais deste conceito podem bloquear a sua capacidade heurística. No entanto os inconvenientes desta falta de uma definição clara conduzem a uma multiplicidade de definições polissémicas.

Para concluir e reportando-nos a Jodelet (1984 p.365 a 367) para efectuar uma síntese das representações sociais podem-se descrever seis grandes perspectivas sobre as representações sociais que

efectuam um ponto de situação de todos os trabalhos efectuados e onde o denominador comum é a procura da clarificação de como o social intervém na construção das estruturas cognitivas e como estas intervêm no social através do seu componente de funcionalidade.

1. Uma representação social é o resultado de uma actividade puramente cognitiva, que envolve uma dimensão de contexto, onde o sujeito está em situação de interacção social e uma dimensão de pertença que reflecte a sua ligação ao grupo social onde está inserido. Os autores desta perspectiva são Abric, (1971, 1972, 1982a e b); Apfebaum, (1967) ; Flament, (1971, 1979), entre outros.

2. Uma representação social é a expressão de uma sociedade, onde o sujeito é considerado um produtor de sentidos que os exprime na sua representação através da forma como vê a sua experiência no mundo social. Este ponto de vista coloca a tónica sobre os aspectos significantes da actividade representativa, através da utilização que o indivíduo faz do sistema de códigos e de interpretação que a sociedade fornece. Os autores desta perspectiva são: Herzlich, (1969) ; R.Kaes, (1968, 1979) .

3. A representação social é vista como uma forma de discurso, onde as suas propriedades sociais derivam da situação de comunicação e de pertença dos sujeitos emissores bem como da finalidade do seu discurso. Os autores desta perspectiva são : Lipiansky, (1979) ; Windisch, (1978, 1982) .

4. A representação social é vista como um reflexo das normas institucionais e das ideologias que estão ligadas à posição social que o sujeito ocupa. O sujeito é um actor social que ocupa uma posição no seu grupo social que lhe dá uma prática social que vai influenciar as suas representações. Os autores desta perspectiva são : M.Gilly, (1980) ; M. Plon, (1972) .

5. A representação social é vista como o reflexo do jogo das relações intergrupos, onde as interacções mobilizam uma actividade representativa que se destina a regular, antecipar e justificar as relações sociais estabelecidas. Os autores desta perspectiva são entre outros : Doise, (1973)e Di Giacomo, (1980) .

6. A representação social é vista como uma actividade representativa sobre a produção de esquemas de pensamento social estabelecido, de visões estruturadas pelas ideologias dominantes ou sobre a repetição analógica de relações sociais. É uma perspectiva mais socializante onde o sujeito é visto como um portador de determinações sociais que determinam a sua representação. Os autores desta perspectiva são : L. Boltanski, (1971) e Bourdieu, (1980), entre outros .

A Formação das Representações Sociais

Na base da formação das representações, como anteriormente se disse, estão factores de duas ordens, uns relacionados com os processos sociocognitivos, outros com os processos sociais.

Como anteriormente se disse, Moscovici (1961) ao reformular o conceito de representação colectiva de Durkheim procurou criar um instrumento que pudesse responder à pluralidade das representações que organizam as relações simbólicas nas sociedades modernas. Assim o seu objectivo foi o de procurar mostrar o valor heurístico de representação social no domínio da psicologia social e os seus suportes cognitivos. Assim para Moscovici (1961) as regulações relativamente estáveis que caracterizam as relações simbólicas entre os indivíduos são consideradas um metasistema que intervem continuamente no sistema das organizações sociais.

É aqui que aparece a necessidade de reflectir sobre a forma como se estabelecem os laços entre regulações sociais e representações sociais. Doise (1990) afirma que estes laços são estabelecidos por processos que ao nível da psicologia social se chamam, **ancoragem** e ao nível da sociologia se identificam como **objectivação**.

Assim para ele uma representação social consiste sempre, em

" ancorar os novos conhecimentos, num mundo de valores sociais hierarquizados resultantes de posições assimétricas ocupadas por grupos e indivíduos num campo social "

Os princípios organizadores situam-se assim sobre a articulação entre as dinâmicas sociais e as dinâmicas cognitivas individuais e manifestam-se através da forma como os conteúdos representacionais que sub-entendem as dinâmicas simbólicas das relações sociais estão organizados. Assim segundo Doise (1990) a representação social deve restringir-se ao estabelecimento de um laço entre organização cognitiva e relações sociais simbólicas. Isto leva deste modo à existência de uma grande variedade de expressões individuais de uma representação social, como o próprio Moscovici (1961) afirmava

" o consenso, não é uma característica essencial ao funcionamento ou ao produto de uma representação social "

Neste contexto como anteriormente se disse os dois processos básicos que contribuem para a formação e manutenção das representações sociais e que estão intrinsecamente ligados são, como diz Billig (1988) concomitantes e interrelacionados são, a objectivação e a ancoragem.

Ancoragem

Como Doise (1990) afirma , a ancoragem consiste numa incorporação de novos elementos de saber numa rede de categorias mais familiares. Procura segundo Vela (1992) marcar pontos de referência a partir dos quais a informação irá ser tratada. Assim podemos dizer que a informação ao ser processada cognitivamente, ela não entra num vazio , mas sempre a partir do património que cada indivíduo possui e da forma como a sua informação está organizada em esquemas e experiências passadas. Como Moscovici (1961) constatou

no seu trabalho sobre a psicanálise, esta era classificada e dominada em função das categorias de pertença dos indivíduos, que aparentemente possuíam uma forma semelhante de organização da sua informação mental.

Aparecem assim efeitos de assimilação e contraste na formação das representações sociais, na medida em que eles intervêm também nos julgamentos que os indivíduos emitem sobre as diferentes opiniões e atitudes. Estes trabalhos apareceram na sequência dos efectuados por Hovland e Sherif (1952) sobre os factores que influenciam as percepções dos desvios entre opiniões diferentes e acentuam a similitude entre a própria opinião do indivíduo e aquelas que lhe são próximas, ao mesmo tempo que acentuam a diferença entre a sua própria opinião e as que lhe estão longe. É este efeito que ocorre na ancoragem. Aqui Doise (1990) transcrevendo Moscovici coloca a questão, se o que está em causa são as relações que se levantam do metassistema das relações intergrupos ou as do sistema dos julgamentos individuais.

Face a este problema para clarificar os julgamentos sociais torna-se necessário analisar como o processo de categorização neles intervêm, através da função social da ancoragem. Assim transcrevendo uma citação de Vala (1992)

" as teorias sobre o processo da categorização, entre as quais a teoria de Rosch (1978) partem de um pressuposto comum - a gestão do fluxo de informação que atravessa o nosso quotidiano faz-se através da mobilização de uma estrutura semântica organizada em categorias. Logo conhecer é então classificar e dar um nome. Assim rótulos e conjuntos de classes é o que oferece um sistema de categorias"

As representações sociais são assim o quadro no interior do qual adquirem sentido os sistemas de categorização para funcionarem como estabilizador do meio e permitir que a ancoragem seja simultaneamente esse estabilizador e o redutor de novas aprendizagens. Na ancoragem aparece segundo Doise (1990) a categorização protótipa, com bastante influência, logo que se considera que determinados membros de uma categoria a representam melhor. Para ele categorias e protótipos são definidos como segue:

" Existe uma categoria quando as diferenças no interior de um dado conjunto são menos importantes que as diferenças entre conjuntos. Os protótipos propriamente ditos são os membros de uma categoria que a representam melhor do que os outros membros "

As representações sociais são assim marcadas pelas diferenciações categoriais devido à dinâmica das divisões sociais inflectirem os julgamentos emitidos pelos indivíduos.

Zeegers (1988) citado por Doise (1990), analisa também a relação existente entre categorização protótipa e ancoragem, afirmando que estas categorizações abrir-se-iam mais facilmente à inclusão de novos elementos os quais por sua vez poderiam mudar a significação dominante dos protótipos.

Assim a ancoragem leva à produção de transformações nas representações já constituídas. Citando Vala (1992)

" o processo de ancoragem é, a um tempo, processo de redução do novo ao velho e reelaboração do velho tornando-o novo "

Este processo foi já analisado por Piaget (1976) quando ele através dos processos de assimilação e acomodação, nos mostra que o indivíduo ao processar informação numa primeira fase aparece o processo de assimilação tendente a incorporar o objecto novo no sistema de categorização já existente e numa segunda aparece o processo de acomodação nesse mesmo sistema de categorização.

Para concluir, as categorizações protótipas, citando Doise (1990),

" a comunicação e fundamentalmente a propaganda que impregna a nossa sociedade faz intervir processos de categorização através da implicação de categorias nítidas e a difusão como processo de comunicação vai criar modelos mais suaves como os baseados na protótipia. "

Na ancoragem, os níveis de inclusão são função dos níveis hierárquicos das estruturas de classificação. Assim citando novamente Doise através de um seu exemplo, os indivíduos utilizam categorias mais finas ou mais subordinadas para designar as pessoas que lhe estão próximas e categorias mais vastas num nível hierárquico superior

para classificar as pessoas com as quais elas mantêm menos relações (Park e Hastie 1987)

Em conclusão pode-se afirmar que a representação é determinada por uma pluralidade de ancoragens que determinam o seu conteúdo a partir das relações sociais actualizadas numa determinada situação. Segundo Poescht (1989) os processos de ancoragem modulam continuamente determinados aspectos das representações, em função da inserção do indivíduo em relações sociais específicas. É assim a ancoragem que nos mostra o laço entre as representações sociais e as pertenças sociais e como as atitudes e as cognições se inserem nas particularidades do campo social que as gera.

Objectivação

É o conceito que na representação social mostra como ela se materializa, quais são os sintagmas que a constituem. Torna concreto o que é abstracto, isto é, mostra como os elementos da representação se organizam e ao mesmo tempo como adquirem a imagem de algo que é visto como natural, muda o relacional do saber científico na imagem de algo, Doise (1990).

Ainda segundo Doise (1990), a objectivação é à primeira vista uma característica do pensamento psicológico natural que aparentemente se produz independentemente das dinâmicas sociológicas, onde os sociólogos mostram que ela permite aos indivíduos participar na produção ou na reprodução da sociedade.

A forma como se formam as expressões de uma realidade vista como natural, envolve segundo Vala (1992), um percurso com três momentos:

1º- As informações, crenças e ideias acerca do objecto da representação sofrem um processo de selecção e descontextualização. Aqui procura-se formar um todo relativamente coerente, que pode levar a que apenas uma parte da informação disponível acerca do objecto da representação seja utilizada. As representações exprimem e servem

interesses e valores grupais segundo o pensamento socio-cêntrico de Piaget (1951). Citando Vala (1992) pode apontar-se como exemplo o estudo dos rumores de Allport que nos mostra que os elementos de uma mensagem são objecto de redução para aparentemente a tornar mais breve e mais precisa afim de ser fácilmente comunicável e simultâneamente uma acentuação para dar ênfase ao que se pretende comunicar. Nesta fase da objectivação aparecem os processos de selecção com critérios próprios que como Jodelet (1984) afirma é a construção selectiva, através da extracção de informações relevantes.

2º- Nesta fase os elementos são organizados através de uma esquematização estruturante Moscovici (1961). Aparecem assim as noções chave, através do esquema ou nó figurativo, que constituem a representação, onde os elementos se encontram organizados por forma a constituírem um padrão de relações estruturadas. Nesta fase Jodelet (1984) também afirma que aparece uma estrutura imaginária que reproduz de forma visível uma estrutura conceptual. É uma esquematização estruturante através da ordenação das informações recolhidas que formam uma organização coerente.

3º- A última etapa da objectivação corresponde à fase em que ela adquire naturalização. Aqui os conceitos retidos no esquema figurativo e as respectivas relações constituem-se em categorias naturais e adquirem materialidade. O abstracto torna-se concreto, através da sua expressão em imagens e metáforas

Os resultados da objectivação, são assim as noções de atitude e de cognição que ficam inscritas no indivíduo.

A construção da objetivação recorre bastante ao trabalho dos sociólogos, onde Doise (1990) faz recurso às investigações de Touraine (1978a) através da sua teoria dos Movimentos Sociais que afirma que eles são regidos por três princípios:

- Identidade - Onde o actor se define a si mesmo. É o conflito que constitui e organiza o actor.

- Oposição - O conflito faz surgir o adversário. Um movimento não se organiza sem identificar o adversário.

- Totalidade - É o sistema de acção histórica onde os adversários se situam numa dupla dialéctica das classes sociais e disputam a dominação.

As intervenções sociológicas nesta perspectiva de confrontação da teoria dos movimentos sociais mostra que ela é importante para compreender ao mesmo tempo toda a análise relacional que deve necessariamente efectuar-se para compreender as representações sociais e todo o trabalho relacional que é preciso efectuar para as transformar. Aparecem assim os laços entre actividades científicas e ideológicas.

Segundo Doise (1990) a objectivação tem uma forte função social, que a leva a facilitar a comunicação, através da dissociação do conceito. E é tanto mais real quanto mais distante o objecto pedido está do indivíduo.

Para concluir o processo da formação das representações sociais convém dizer que a ancoragem e a objectivação são aparentemente opostas, onde:

- A **objectivação** visa criar verdades para todos independentemente de todo o determinismo social e psicológico

- A **ancoragem** visa ao contrário a intervenção de tais determinismos na sua génese e transformação.

Assim o estudo das representações sociais passa por analisar as modulações em função da sua imbricação específica num sistema de regulações simbólicas. Consiste assim em recolher, opiniões, atitudes e juízos prévios individuais tentando reconstituir os princípios organizadores comuns aos conjuntos de indivíduos. A objectivação passa então pela constituição das cartas mentais que mostram a existência quase material e própria de uma dada população, através da agregação de elementos que se constituem em factores. Como se disse e citando Vala (1984)

"a objectivação não é mais do que o processo através do qual os conhecimentos referentes ao objecto adoptam uma formação particular,

estabelecendo-se uma correspondência entre conceitos e imagens, entre palavras e coisas"

A ancoragem é a classificação e designação dos objectos desconhecidos ou estímulos sociais através da comparação destes com categorias similares de objectos ou estímulos sociais já existentes no sistema cognitivo do sujeito (Augoustinos, Innes 1990). E fornece no limite um sistema de interpretação que se estende a outros sistemas conceptuais, formando sistemas de classificação e de tipologias de pessoas e de acontecimentos, onde o conteúdo do esquema figurativo servirá de fundamento a tudo (Doise, 1986)

Na formação da representação, aparece segundo Moscovici (1961) um processo de categorização que é a base da sua elaboração e que leva os sujeitos ao mesmo tempo a efectuarem um reajustamento no seu sistema de categorias fornecendo-lhes novas categorias, para melhor se ajustarem ao meio que os rodeia.

Assim objectivação, ancoragem e categorização são processos que podem ser inseridos na dinâmica da estrutura social para além da sua dimensão psicológica.

Para concluir e citando Doise (1986), os conteúdos das representações são os laços que se estabelecem entre as relações sociais geradoras e transformadoras das representações, onde a objectivação isola as representações da sua ancoragem no real social para lhes dar uma significação mais geral dentro de um sistema coerente.

Funções das Representações Sociais

As representações sociais possuem uma componente de saber funcional, onde se pode analisar a forma como o ser individual vai utilizar este constructo e para quê. Assim para Jodelet (1984) as

funções das representações sociais com características de instrumentalidade e significação são basicamente as seguintes:

1. uma função cognitiva que permite a integração da novidade
2. uma função de interpretação da realidade, que permite ao indivíduo tornar a sua realidade social compreensível, ordenando as suas relações sociais e os comportamentos de cada um.
3. uma função de orientação das condutas e das relações sociais que permite ao indivíduo dividir o mundo em categorias de modo a categorizar as pessoas e os comportamentos, servindo de guia para o seu comportamento sobre a vida colectiva.

onde se mostra como se integram os novos saberes e como eles são interpretados pelo indivíduo, para depois poderem ser utilizados como orientadores das suas condutas e das relações sociais.

Para Moscovici (1961) as funções das representações sociais são as seguintes:

1. de desejabilidade que pretende construir uma realidade social orientada pelo indivíduo
2. de desequilíbrio que pretende repor o equilíbrio no indivíduo dos novos saberes adquiridos através de uma compensação imaginária
3. de controlo que pretende filtrar a informação que vem do exterior de modo a poder controlar o comportamento individual.

Estas funções são a base da expressão de Jodelet, a que se podem acrescentar outras produto de trabalhos mais recentes Vala (1984)

4. de diferenciação que pretende dotar o indivíduo de capacidade diferenciar os grupos para responder a uma identidade positiva.

As representações sociais, permitem deste modo, regular, antecipar e justificar as relações sociais que se estabelecem entre os indivíduos.

Para Vala (1992) as representações possuem funções nos domínios seguintes, de :

1. organização significativa do real , onde a função é a mesma que a atribuída às atitudes e à categorização. Esta função representa uma dimensão avaliativa e simultaneamente uma significação no qual uma estrutura de categorias ganha sentido. É aqui que a representação adquire a função interpretativa através da qual o meio envolvente deixa de ser estranho ganhando coerência, através de uma incorporação e uma objectivação na própria estrutura social.

2. comunicação, onde a representação se torna o suporte básico dos actos comunicativos (Rimé, 1984, citado por Vala 1992). Como a existência de um sistema de categorização e de interpretação, são as condições básicas para que a comunicação se possa processar, facilmente se pode verificar que as representações estão neste contexto. O modo de funcionamento da representação social é caracterizado pela transformação da avaliação em descrição e da descrição em explicação (Moscovici e Hewstone 1984 citados por Vala 1992) dando assim ênfase às actividades avaliativas e explicativas. Como comunicar é partilhar, aqui se partilham representações que podem ser as mesmas e o processo torna-se fluido ou não e emissor e receptor, vão ter que argumentar para descrever e explicar cada um a sua, de modo a poderem exercer a sua influência.

3. comportamentos, onde a sua função é a de os orientar. Esta função não está ainda suficientemente clarificada, na medida em que a explicação dos comportamentos é um dos grandes temas da psicologia e para o qual, não se encontrou ainda uma causa efeito. Os comportamentos podem estar dentro do controlo volitivo ou não e podem ser explicados através da sua correspondência às nossas representações sociais ou serem contingenciais. Ao nível das representações, elas podem : 1- incluir modos desejáveis de acção, 2- proporcionar a constituição do significado do objecto estímulo e da situação no seu conjunto, 3- permitir dar um sentido próprio ao comportamento, facultar a leitura à luz de uma representação escondendo muitas vezes a possibilidade de leitura da acção enquanto acção situacional, para a tornar um reflexo ou manifestação de uma representação.

Neste contexto a acção envolve um sistema representacional, uma rede de representações que ligam o objecto e o seu contexto.

Não pode deixar de ser referido aqui a teoria do comportamento planeado de Ajzen (1991) que nos diz que o comportamento pode ser precedido ou não de uma intenção de acção e tem na sua origem um processo complexo que envolve um factor pessoal, marcado pela atitude que orienta para a intenção de acção, um factor social que reporta à norma subjectiva em que a pressão social da envolvente condiciona a intenção de acção e o parâmetro mais forte que é a capacidade de controlo que o indivíduo possui da situação e que pode determinar logo a acção independentemente dos dois factores anteriores.

4. diferenciação social, onde aparece a identidade social a ela ligada. São as relações intergrupais que modelam as representações (1992). Assim as representações imprimem direcção às relações intergrupais, na medida em que cada um dispõe já de um sistema de representação que lhe permite antecipar os comportamentos do outro e programar a sua própria estratégia de acção

Para Doise (1983) a diferenciação categorial distingue três níveis nas relações entre os grupos, o comportamental, o avaliativo e o das representações, o que leva a poder inferir-se que as representações se estruturam de acordo com as estratégias grupais e que ao nível da funcionalidade as representações servem e justificam comportamentos e avaliações.

A Psicologia Social e as Representações Sociais

O conceito de representação social na psicologia social como afirma Vala (1992) é ainda um conceito minoritário e dominado. No entanto a sua evolução recente pode vir a mostrar uma maior inserção neste domínio da ciência. A sua origem, como anteriormente se referiu, reporta ao conceito de representação colectiva de Durkheim. Apesar de se terem efectuado durante o início deste século muitos estudos sobre a importância do social nas estruturas cognitivas, como o demonstram, a psicologia dos povos de Wundt, o "espírito de grupo" descrito por Allport (1954), o estudo das convenções sociais nos trabalhos sobre a

memória de Bartlett (1932), onde se articulam estruturas cognitivas e quadros sociais e os estudos de Piaget com a sua contribuição sobre o desenvolvimento das estruturas cognitivas onde ele começou por analisar a pressão social no desenvolvimento das estruturas cognitivas, só em 1961 com Moscovici aparece o conceito de representação social através da sua célebre obra sobre a representação da psicanálise. Aqui ele procurou retirar da Sociologia os conceitos sobre como se efectua a construção social da realidade. Posteriormente Luckman e Berger (1966), mostram que a realidade é socialmente construída e a sociologia do conhecimento tem de analisar não só os processos através dos quais ocorre a construção da realidade social como também os processos através dos quais o conhecimento se objectiva, institucionaliza e legitima. Mostram também como a realidade se internaliza através da socialização primária e secundária o que os leva a colocar a questão de como a realidade internalizada na socialização primária é mantida na consciência e quantas internalizações têm lugar na vida das pessoas para que elas possam construir a sua realidade subjectiva. Colocam assim o problema de como se mantém e transforma a realidade subjectiva e como a realidade apreendida na consciência individual aparece antes da realidade como institucionalmente definida. Aparece neste contexto a internalização da estrutura social e é colocada a questão da identidade como o elemento chave da realidade subjectiva, considerando que todas as realidades subjectivas estão em constante dialéctica com a sociedade. Como conclusão afirmam que as análises da objectivação, institucionalização e legitimação são directamente aplicáveis aos problemas da sociologia da linguagem da teoria da acção social e instituições e da sociologia da religião. Esta obra posterior aos trabalhos de Moscovici, mostra como os estudos da representação social se entroncam na psicologia social como Eljebarrieta (1990) citado por Vala (1992) mostra afirmando: -1. o conhecimento quotidiano tem um carácter generativo e construtivo; -2. o conhecimento, tem uma natureza social construtiva que passa pela análise dos actos de comunicação e da interacção entre indivíduos, grupos e instituições; -3. a realidade transmite-se, cria-se e objectiva-se com uma forte componente da linguagem e da comunicação.

Tendo como base estas origens, as representações sociais passam a ser enquadradas na psicologia social, o que leva a que tenha

de se efectuar uma pequena análise com várias componentes desta. Uma delas passa pela sua relação com o conceito de atitude.

Representações Sociais e Atitudes

As atitudes em psicologia social possuem uma história antiga e uma investigação bastante exaustiva. O conceito de atitude foi operacionalizado por Thomas e Znaniecki (1918) em psicologia social, onde eles afirmavam que a atitude era um mecanismo psicológico em relação com o mundo social associado aos valores sociais (citação de Doise 1990 pag. 221). Assim a sua história passou por várias fases:

1º . período - dos anos 20 a 30, consagrado essencialmente à medição das atitudes

2º . período - dos anos 50 a 60, consagrado basicamente aos processos de mudança das atitude

3º . período - o da actualidade, procura efectuar uma análise estrutural e sitémica das atitudes e do seu desenvolvimento

O grande problema que sempre se colocou no conceito de atitude foi a sua operacionalização para poder ser medida. Esta medição introduziu então um grande reducionismo no conceito de atitude McGuire (1986), o que veio colocar em segundo plano toda a sua dimensão social. No entanto o conceito de atitude mantém-se como uma posição específica que o indivíduo ocupa sobre uma ou várias dimensões pertinentes para a avaliação de uma entidade social, fazendo referência aos grupos. Aparece a relação entre objectos de atitudes e grupos sociais em espaços multidimensionais, o que leva a atitude a inserir-se nos sistemas de natureza societal. Os trabalhos recentes procuram construir uma estrutura interna das atitudes mais complexa no contexto da cognição social. É o retorno à primeira fase do conceito de atitude. No entanto os problemas da sua operacionalização neste contexto mais vasto mantem-se o que leva a que, questionada a

capacidade preditiva da atitude para determinar comportamentos e a falta de relação entre elas e a memorização de mensagens persuasivas e ainda a dificuldade que aparece entre elas e a selecção de " itens " de informação controversa. Neste campo ainda aparecem criticas de Billig (1991a, 1993) e DeGrada (1992) em que referem que não existe consistência para a atitude ser uma organização estável de traços disposicionais, opiniões avaliativas e planos de acção. E segundo Doise (1989) não se conseguem libertar das preocupações de natureza diferencialista, mesmo quando as investigações mostram que não existem só diferenças individuais, mas também entre grupos sociais e culturas. Para Jaspers e Frases citados por A.S.De Rosa (1993) as atitudes são respostas individuais baseadas em representações colectivas. Para Moscovici (1967, 1976), as atitudes e as opiniões são aspectos sub-dimensionais das representações sociais, onde estas com estereótipos e generalizações, imagens, polarizações, condutas simbólicas e planos de acção constituem um conjunto com o qual se formam as representações sociais. Para Palmonari (1989), as opiniões, as atitudes e os estereótipos são caminhos através dos quais as representações sociais podem ser expressas. Outro dos problemas que se coloca no conceito de atitude é que ele não é uniforme nas várias correntes teóricas. Para Doise (1989) as atitudes são concebidas como expressões de sistemas de relações sociais, cujas modificações explicariam as mudanças de atitudes. Para ele o estudo das atitudes confina-se ao estudo dos seus processos de ancoragem, mostrando deste modo que elas e as opiniões são partilhadas pelo indivíduo com o seu grupo de referência. Cada indivíduo possui vários grupos de referência onde cada um deles serve de pontos de ancoragem das sua opiniões e crenças dos outros.

As representações sociais por sua vez mostram uma via de integrar os estudos dos sistemas de atitudes apoiados sobre um sistema de relações sociais. Como Doise (1989) afirma,

" as representações sociais integram, na noção de atitude o de opinião e de estereótipo ".

As representações sociais são sempre tomadas de posição simbólicas organizadas de formas diferentes, de acordo com as suas imbricações nas diferentes relações sociais. São assim princípios

organizadores das relações simbólicas entre actores sociais, o que leva a que os princípios relacionais que estruturam as relações simbólicas entre indivíduos ou grupos constituam ao mesmo tempo, um campo de troca simbólica e uma representação deste campo. Pode-se assim afirmar que as representações sociais se elaboram nas relações de comunicação.

O estudo das representações sociais permite uma integração num sistema mais vasto de dinâmicas atitudinais mais específicas, onde as atitudes oferecem descrições detalhadas de processos que se situam em locais precisos da articulação entre relações simbólicas e representações sociais.

Em conclusão, para A. Rosa (1993) a representação social é um caminho para conhecer a peculiaridade da realidade social que se levanta na vida diária no decurso da comunicação interpessoal e possui no espírito a compreensão e controlo do meio envolvente físico e social. É uma perspectiva constructivista e interaccionista da génese, funções e processos orientados para o conhecimento social. O que não significa que também neste campo das representações sociais não existam inconsistências entre a definição paradigmática de representação social e a sua operacionalização através dos processos de investigação. Os estudos de investigação neste campo têm limitado a análise pelo que não se tem conseguido obter as variações de opiniões, informação e avaliações efectuadas pelos diversos grupos, o que leva a parecer que as representações sociais não sejam mais do que uma alternativa às atitudes.

Representações e Cognição Social

A psicologia social nos anos 80 foi objecto de grandes alterações devido à revolução cognitiva efectuada a partir das análises estruturais das propriedades das cognições Vala (1992). Assim o aparecimento da cognição social nos EUA é coincidente com o aparecimento das

representações sociais na Europa. Deste modo as diferenças entre uma e a outra podem sistematizar-se como sugere Vala (1992):

1. Nas representações sociais o problema nuclear reside sobre os conteúdos e a sua articulação com os contextos históricos e configurações culturais ou ideológicas. Nas cognições sociais procura-se encontrar processos universais independentes dos conteúdos.

2. Nas representações sociais, o relevo é dado para os processos de interacção e influência que estão na origem da sua constituição, na sua dinâmica e plasticidade do senso comum. Nas cognições sociais, o relevo vai os processos internos através dos quais o conhecimento se forma e se transforma.

3. Nas representações sociais o plano cognitivo é articulado com o avaliativo e o emocional. Na cognição social as emoções são prescindíveis, embora as correntes actuais já coloquem o sub-sistema de motivação como um outro nos sistemas cognitivos.

4. As representações sociais concebem o pensamento social como molar, articulado e envolvendo configurações de conhecimentos. A cognição social é orientada pela tradição molecular onde compreender o conhecimento equivale a descrever sucessivos processos e estruturas simples.

Assim a representação social permitiu uma nova abordagem dos fenómenos do equilíbrio cognitivo (Flament 1982), das teorias implícitas da personalidade e da percepção das pessoas (Leyens, 1985, 1987), dos fenómenos de atribuição causal (Hewstone 1989) e da autopercepção (Doise 1990) citados por Vala (92).

Para concluir cito de A. Rosa (1993 pag.182)

1. As representações sociais mostram uma integração entre as perspectivas constructivistas e interaccionistas e não sómente uma perspectiva constructivista como as efectuadas pela cognição social

2. A concepção interaccionista é baseada nas dinâmicas interpessoais e trocas sociais numa perspectiva oposta à individualista que explica o comportamento social através dos processos individuais.
3. A metáfora do objecto como " actor " da vida quotidiana, como oposta à metáfora do " cientista naive " e " economizador " dos recursos cognitivos, como abordados na perspectiva da cognição social
4. As representações sociais procuram uma concepção da sociedade organizada e estratificada em classes, grupos e sub-grupos, onde os indivíduos se localizam socialmente de forma alternativa a uma concepção da sociedade simplificada e não histórica onde os indivíduos aparecem como uma colecção de átomos sociais ligados sómente por relações interpessoais.
5. As representações sociais tratam o mundo social na base dos seus conteúdos e nas suas implicações através das normas, ideologias e valores, efectuando a integração entre a forma e o conteúdo, de forma oposta à perspectiva cognitivista que trata o mundo natural como um objecto de operações cognitivas e categorizações com ênfase na superioridade da invariância da forma sobre a variação dos conteúdos.
6. As representações dão uma forte importância à ordem simbólica da própria cultura através da importância que dão aos conceitos sociais que são social e historicamente transmitidos como conjuntos de informação reelaborada através da interacção entre os indivíduos e grupos e reconstruída pelos actores sociais na base da experiência. Esta perspectiva é uma alternativa àquelas que só reconhecem a influência como facilitando as operações lógicas dentro de estratégias de resolução de problemas disponíveis dentro do seu próprio contexto cultural onde consideram os conceitos sociais como adquiridos dentro de uma sequência universal de estágios, não socialmente determinados.
7. As representações focam-se na procura de identificar o tipo de representação e donde provém, e não sómente no como e o porquê do conhecimento como efectuado na perspectiva cognitivista.
8. As representações são constituídas por um conjunto de componentes, racionais / não racionais, lógicos / emocionais, normativos / avaliativos com acção de orientar os valores e não sómente como na perspectiva cognitivista uma cognição de estruturas lógicas e formais.

Para o presente trabalho depois da análise que se efectuou sobre as representações sociais em que se mostraram os seus vários aspectos e a sua inserção e relação com os diferentes domínios da psicologia social, foi efectuada uma opção de trabalho. Esta opção tenta efectuar uma integração de todos os conceitos expostos utilizando uma metodologia multidimensional. Procura-se assim analisar os metasistemas que condicionam a representação do leite, os seus componentes que nos podem mostrar a sua estrutura e como esta estrutura vai condicionar os nossos processos de comunicação, através da forma como o sistema central e o sistema periférico são utilizados para que ela seja eficiente e eficaz. Procura-se ainda analisar os processos que são utilizados na relação entre os sistemas centrais e periféricos que podem conduzir aos processos de transformação da representação social.

CAPÍTULO - 2

MÉTODO

O estudo das representações sociais está numa fase de construção da sua teoria pelo que os métodos de investigação utilizados ainda variam muito de autor para autor. Neste trabalho procurou seguir-se os trabalhos de investigação efectuados por P. Vérges (1993), onde ele utiliza uma metodologia específica cruzando dados de natureza qualitativa e quantitativa para identificar a representação social, nos seus aspectos referentes à objectivação e à ancoragem. Parte de uma questão de evocação sobre o tema em questão, que permite depois de uma análise de conteúdo determinar a objectivação e o seu núcleo central, a partir da frequência dos sintagmas evocados e da respectiva ordem de evocação em que eles aparecem. Em seguida efectuando uma categorização em torno dos sintagmas mais frequentes procura a partir de uma análise prototípica agrupar a maioria das evocações. Na sequência desta categorização efectua uma análise gráfica de correspondências utilizando os trabalhos de Flament (1962), para determinar as relações que se estabelecem entre as categorias, procurando confirmação do núcleo central e da ancoragem que é materializada pelas relações que se estabelecem entre as categorias para cada grupo social. A partir de sintagmas identificados num quadro conceptual que envolve o estudo em questão, ele procura efectuar uma análise mais fina da representação social, a partir de uma questão onde é pedido aos sujeitos para identificarem semelhanças entre os sintagmas. Utilizando as matrizes de semelhanças ele efectua análises gráficas de correspondências, de modo a identificar agrupamentos específicos para cada grupo que permita encontrar significações não detectadas nas evocações. Para toda esta análise é utilizado um suporte informático e estatístico desenvolvido pelo próprio P. Vérges

que permite identificar as frequências, as ordens de evocação e as matrizes de semelhanças, para análise posterior.

Neste caso específico das representações sociais existem algumas limitações no campo da investigação onde os instrumentos utilizados não pesquisam as diferentes dimensões implicadas na construção da representação. Limitam-se a instrumentos verbais, com análises de conteúdo e análises estatísticas de correspondências, e excluem observações de condutas simbólicas ou técnicas projectivas, não baseadas sómente em códigos verbais de comunicação, A.Rosa (1993). Sobre os elementos constituintes da representação social, as investigações têm estudado, os níveis de imagem, opiniões e atitudes, pouco sobre a sua génese, transmissão e mudança dos seus componentes e nada sobre os aspectos históricos e dinâmicas emocionais. A ancoragem e a objectivação que têm sido apresentados como elementos constitutivos do paradigma das representações são aqueles que têm sido largamente identificados, mas sem se estudar a relação que existe entre os sistemas de crenças dos objectos em estudo. Outra limitação centra-se sobre as análises serem efectuadas com sujeitos individuais que se assumem serem representativos das categorias a que pertencem e dos estudos até ao presente só terem sido efectuados com populações adultas ignorando o desenvolvimento do conhecimento social na criança A.Rosa (1993)

Moscovici (1986) citado por Rosa (1993) apresenta em questões de método três classes de representações que podem ser identificadas e que são susceptíveis de desenvolver as suas metodologias próprias:

1. representações sociais fechadas cujos elementos podem ser encontrados de forma uniforme e similar numa população inteira
2. representações críticas cujos elementos são mais ou menos os mesmos no conjunto da população, mas cuja significância é determinada por valores diferentes e contrastantes
3. representações sociais abertas cujos elementos são distribuídos entre as várias categorias da população, de tal forma que é necessário colocá-los em conjunto para encontrar a sua coerência.

Neste trabalho como anteriormente se afirmou, foi utilizada uma metodologia baseada no descrito, onde se acrescentou ao instrumento de trabalho questões que pudessem identificar as origens da representação social, na óptica do que A.Rosa descreveu.

Assim para o presente trabalho foi definido efectuar-se um trabalho de campo utilizando um estudo descritivo para encontrar relações já conhecidas entre variáveis. Pretende estudar-se a representação social que determinados grupos efectuam do leite em Portugal. Depois desta introdução ao método de trabalho utilizado e da formulação do problema e das respectivas hipóteses vai descrever-se a operacionalização do método de trabalho usado começando pelos sujeitos utilizados na investigação.

Sujeitos

Para a definição da amostra procurou-se para este trabalho em primeiro lugar caracterizar a população a estudar e de onde ela seria recolhida. Assim interessava estudar a população Portuguesa que consumia leite e por motivos económicos restringir o estudo à população da Grande Lisboa. A partir destas premissas foi analisada alguma da informação secundária existente sobre a realidade Portuguesa. Foram consultadas bases de dados como as do Instituto Nacional de Estatística, para conhecer qual seria a população da Grande Lisboa, e as de empresas de investigação em Marketing para identificar a população que nesta região consumia leite. Verificou-se que a população da Grande Lisboa como região para estudos de marketing, era de 1.690.000 e que os consumidores de leite eram 1.408.212. Uma vez caracterizado o universo, consumidores de leite, pretendeu-se definir a dimensão da amostra para um nível de confiança superior a $p < .05$. Para tal recorreu-se a uma tabela de amostragem elaborada por Christensen (1985) para calcular os quantitativos de questionários a preencher por cada um dos grupos identificados neste estudo, e de

acordo com a fórmula fornecida por Shuman & Kalton (1985), foram os quantitativos aumentados para se conseguir o grau de confiança desejado. Os seus cálculos indicaram que para esta população, com estas condições uma amostra de 380 pessoas satisfazia os requisitos definidos.

A identificação real dos membros da amostra devido aos custos em causa e face à natureza do estudo, identificar a representação social que possui na sua génese características específicas, decidiu-se efectuar um trabalho para seleccionar a amostra que seria um misto de amostra probabilística e não probabilística. Depois de definir o erro da amostra pretendeu-se constituir uma amostra estratificada e por quotas distribuindo a amostra pelos vários concelhos da Grande Lisboa. Assim foi definido constituir grupos por sexo e por idades, considerando estas as operacionalizadas pelas empresas que efectuam os estudos de Marketing na área do consumo em Portugal e que definem sete grupos de faixas etárias, com início nos 13 anos.

Como a amostra não permitia que fossem recolhidos dados em todas as freguesias, estas foram sorteadas em cada um dos concelhos em estudo conforme os casos. Assim a amostra ficou estratificada como segue nos seguintes concelhos

- Lisboa	137
- Amadora	35
- Cascais	30
- Loures	65
- Oeiras	30
- Sintra	53
- Almada	30
Total	380

A amostra foi constituída pelas seguintes faixas etárias

- 13 a 17 anos	44
- 18 a 24	55
- 25 a 34	68
- 35 a 44	64
- 45 a 54	57
- 55 a 64	50
- > de 64	48
Total	380

A amostra foi estratificada por sexo da seguinte forma

- masculino	185
- feminino	195

A amostra ficou estratificada por freguesia da seguinte forma

- Lisboa		- Amadora	
- Graça	19	- Amadora	18
- Lumiar	21	- Queluz	17
- Alcantara	20		
- Alvalade	19	- Cascais	
- Benfica	20	- Cascais	15
- Moscavide	19	- Estoril	15
- Estrela	19		
- Loures		- Sintra	
- Loures	22	- Sintra	20
- Odivelas	21	- Rio de Mouro	18
- Portela	21	- Colares	15
- Oeiras		- Almada	
- Oeiras	15	- Almada	15
- Queijas	15	- Feijó	15

Esta descrição tentou de uma forma sucinta descrever os procedimentos que se utilizaram para constituir a amostra minimizando na medida do possível os erros referentes à amostra.

Procedimento

Para o trabalho em questão foi definido efectuar-se um trabalho de campo baseado num questionário que foi aplicado por entrevistadores treinados, inquirindo os sujeitos referidos sobre o objecto de estudo e a partir daí tirar as conclusões do estudo tendo em atenção a metodologia que ainda se vai descrever. Foi definido realizar para a área da representação social técnicas qualitativas e para a do comportamento do consumidor quantitativas. As técnicas qualitativas possuem algumas grandes limitações onde as principais são as de em comportamento do consumidor não conseguirem grau adequado de discriminação e de os estudos com amostras pequenas não serem representativos, o que inibe de efectuar generalizações, o que não é o caso presente.

O trabalho de campo decorreu durante o mês de Fevereiro de 1994, foi efectuado por seis entrevistadoras nas áreas referidas à amostra definida. Foram dadas instruções específicas para a aplicação do questionário. As instruções incidiram essencialmente no seguinte:

- Procurar que as pessoas respondessem às questões da primeira página sem abrir o questionário, para evitar contaminações da segunda página e responder à questão da terceira página sem abrir a quarta.

- Nas questões de evocação procurar evitar respostas lacónicas, dando indutores neutros tais como

" não lhe ocorre mais nada sobre o consumo do leite? "

" o leite não lhe recorda mais nada? "

- Procurar que fossem dadas respostas a todas as questões principalmente nas de semelhanças pedindo em caso de dificuldade aos sujeitos que imaginassem com seriam.

Instrumento de medida

Para o trabalho de campo foi definido recolher-se a informação através de um questionário que se construiu a partir de um conjunto de requisitos que pretendem minimizar os erros referentes à recolha de informação e prepara-la para as análises posteriores.

A elaboração do questionário teve por base trabalhos de investigação anteriormente efectuados na área da representação social por P.Vérges (1992) e do marketing na área do comportamento do consumidor. Como se disse anteriormente a sua estrutura para a representação era de natureza essencialmente qualitativa e a do marketing de natureza quantitativa. O questionário procura assim identificar o núcleo central da representação social, mostrando então a sua objectivação e a ancoragem, no que é e donde provém. Para tal foram construídas questões de evocação sobre o tema em análise de forma que se permita identificar a informação inicial constituída pelos sintagmas enunciados e pelo número de ordem em que aparecem. Os

dados são então trabalhados de forma a permitir uma dupla aproximação através de, uma análise prototípica e de uma categorização sob constrangimentos.

Antes de se começar a elaborar um questionário tem de se repensar o problema e as hipóteses para os poder tornar objectivos de forma a darem uma orientação precisa para a sua concepção. Nesta parte do estudo o investigação começou por:

1º- Identificar o conceito que interessava para a sua investigação. Como um conceito é uma categoria de pensamento, para este trabalho começou por se definir o conceito subjacente à representação social. Assim esta para este estudo pode ser a definida por Bordieu

" um conjunto de objectos sociais que possuem entre eles relações de hierarquia e de oposição que estruturam a repartição entre eles um capital específico de valor social "

2º- Desenvolver o constructo que vai servir de orientação ao seu estudo. Como os constructos são conceitos inventados a um nível mais elevado de abstracção para utilização teórica, eles devem ser válidos para explicar, predizer e controlar os fenómenos que se pretendem estudar, embora possam não ser directamente observáveis. Para o presente trabalho o construto já estava operacionalizado ao nível das representações sociais.

3º- Definir o conceito de forma constitutiva e operacional. Nesta fase a partir do conceito e do constructo tem de se delimitar o seu campo para se definirem as características observáveis a serem medidas e definir o processo a seguir para se poder atribuir um valor. Isto não é mais do que atribuir um significado ao construto para ser possível definir as operações necessárias à sua medição numa situação concreta. É a chamada definição operacional. Para o presente estudo como o constructo estava definido em torno da objectivação, ancoragem e estrutura da representação social, foi a partir daqui que se efectuou a sua operacionalização. Estes estudos para operacionalizar o conceito têm de partir de análises sobre material da linguagem, neste caso obtido através de questionário para se poderem obter indicadores sobre componentes semânticos e se possível estruturas sintáticas. Aparecem as questões abertas sobre o tema em questão para se poderem efectuar

associações de palavras e análises de proximidade semântica para se poder determinar os núcleos centrais e o mapa perceptual mostrando as relações entre os objectos sociais. Como o trabalho tem uma componente de comportamento do consumidor aparece uma parte do estudo com questões fechadas para operacionalizar os conceitos referentes às marcas, embora recorrendo aos mesmos princípios teóricos.

4º- Definir a escala de medida que orienta directamente a operacionalização da medição que vai ser efectuada. Nesta fase do estudo tem que se definir qual a forma como vão ser efectuadas as medidas. Nas questões abertas serão efectuadas análises de conteúdo. Nas questões fechadas aparecem as escalas de diferencial semântico e as escalas de ordenação para se poder determinar o mapa perceptual das marcas.

5º- Finalmente acabar por determinar como vai medir a validade e a fiabilidade deste questionário para conseguir saber se ele está a medir o que se pretende e como. Assim pretende-se identificar qual é o erro de medição que se está a ter. Para tal, o questionário deve possuir fiabilidade, isto é, fornecer resultados consistentes ao longo do tempo, mostrando ser igual em todas as aplicações e ao longo do tempo e simultaneamente validade, isto é, medir o que se propõe medir, mostrando que está isento de erros. Para este trabalho é bastante difícil determinar estas duas medidas para um questionário com questões abertas desta natureza. No entanto algo foi efectuado quer no domínio da fiabilidade com teste reteste em que o questionário foi passado duas vezes a um conjunto de pessoas espaçado no tempo e verificou-se que as diferenças no domínio do leite não eram significativas, o que não quer dizer que não o seja para outras temáticas dependendo do momento em que é aplicado às pessoas. A validade não foi possível operacionalizar em termos quantitativos, mas para a determinação do campo perceptual, as palavras só foram obtidas a partir de um inquérito preliminar efectuado e depois validado no pré-teste para poder ser abrangente em termos das categorias das pessoas e das veiculadas pelas estratégias de comunicação.

Uma vez definidos estes parametros teóricos que devem enquadrar o questionário passou-se à sua elaboração. Considerando

um questionário como conjunto de questões construídas para gerar os dados necessários para atingir os objectivos de investigação de um dado projecto, a sua elaboração implica logicamente uma determinada metodologia que passa por um conjunto de passos que a seguir se descrevem:

1. Determinar os objectivos que se pretendem obter com o questionário, tendo em atenção os recursos e os constrangimentos que se colocam no processo da investigação. Como já se afirmou anteriormente existiam escassos recursos financeiros, o que eliminou logo o recurso a entrevistas semi-estruturadas que foi um dos métodos inicialmente pensados bem como o de trabalho de grupos. Não fugindo aos objectivos do projecto restaram as questões abertas seguindo modelos já testados noutras investigações efectuadas por P.Vérges.

2. Determinar o método de recolha dos dados. Depois da aplicação do pré-teste definiu-se que o questionário seria aplicado à amostra em causa com assistência. As questões abertas necessitam que alguém entre com questões indutoras para não levar os respondentes a ficar muito limitados no seu universo linguístico. Estas questões de indução por quem assiste o questionário devem ser neutras para não interferir com o inquirido.

3. Determinar o formato das questões a colocar no questionário. Como se afirmou são predominantemente questões abertas, para a representação social e questões fechadas para o comportamento do consumidor.

4. Analisar e decidir as palavras que devem ser colocadas no questionário em cada uma das questões bem como na introdução. Esta fase é muito importante pois é através dela que o inquirido vai interpretar o que se pretende que ele responda. As palavras devem ser claras e simples para evitar interpretações duvidosas, adequando-as ao público que vai responder ao questionário. Deve ser ainda considerada a disponibilidade da população em causa para responder ao questionário.

5. Definir o fluxo e sequência lógica das questões no questionário. A elaboração do questionário para este trabalho obedeceu a algumas orientações como as seguintes:

- Foram utilizadas questões para identificar a qualificação do inquirido para verificar se estava dentro do universo da amostra.

- Foram utilizadas questões iniciais de aquecimento que focavam elementos gerais.

- As questões que exigiam trabalho foram colocadas no interior do questionário

- As questões sensíveis e demográficas foram colocadas no final do questionário

6. Efectuar uma avaliação prévia ao questionário para tentar por em causa a sua construção. Assim foram colocadas as seguintes questões, ao nível do pensamento crítico, por quem elaborou este questionário:

- O questionário não seria muito longo

- A cada uma das questões foi colocada a sua utilidade. O que cada uma delas contribuía para o objectivo final. Foram assim eliminadas algumas questões, duas de aquecimento e uma do campo perceptual.

- As questões fornecem a informação necessária para o objectivo da investigação. Foi a partir desta questão que foram colocadas as questões referentes às marcas no comportamento do consumidor e a questão sobre a publicidade.

- Analisar a aparência do questionário para verificar se ele é atractivo. Esta questão foi ponderada, mas com a escassez de recursos financeiros e como existe a presunção de que a população portuguesa é receptiva a trabalhos de investigação no campo académico e como o questionário na sua introdução fazia referência a isso e era assistido por técnicos devidamente treinados optou-se por uma aparência simples.

- Procurou evitar-se um questionário muito denso com muitas questões na mesma página e dar os espaços necessários para as pessoas responderem às questões abertas. Dar realce às instruções e clarificar a introdução que seria efectuada por quem estava a assistir a aplicação do questionário.

7. Efectuar o pré-teste ao questionário e a sua revisão. Foi efectuado um pré-teste ao questionário como mostra o anexo A, que obrigou a uma grande revisão não nas questões existentes, mas verificando que teriam de se colocar mais questões para se atingirem os objectivos da investigação. Face a esta situação foi necessário efectuar um novo pré-teste que determinou ainda algumas alterações de pequena monta para facilitar as pessoas como mostram os anexos B e C.

8. Só a partir desta fase é que se preparou a cópia final e preparou as instruções para os entrevistadores e para os supervisores do projecto de investigação.

Os dados recolhidos orientavam para a construção de matrizes de dados de onde se poderiam retirar matrizes de semelhanças, análises de frequências e outras análises que consubstanciavam o trabalho.

Para o presente trabalho a construção das matrizes foi objecto de uma codificação bastante cuidada em especial a que se referia às questões abertas onde foi efectuada uma análise de conteúdo. A análise de conteúdo implica tentar objectivar o que à partida parece subjectivo para que se possa construir a matriz dos dados a partir de presenças ou ausências. Entrando um pouco por conceitos teóricos a análise de conteúdo permite tornar um texto ou um discurso algo estático em dinâmico através da identificação de categorias e de inferências utilizando processos lógicos para dar resposta a questões como: - porque aparece este conceito, verbo adjectivo, etc., - que efeito pretende obter.

Ela pode fazer recurso a grelhas fechadas para tentar verificar se o texto ou o discurso se enquadram num determinado constructo teórico de partida ou não. O presente trabalho não recorreu a grelhas fechadas, mas a análises livres que permitiam construir dicionários por grupos pré-determinados que permitam uma vez analisados determinar o núcleo da representação social, a sua objectivação, categorização ou ancoragem. Os procedimentos a seguir deverão ser os seguintes:

1º - Construir os dicionários de palavras para cada grupo de estudo a partir das associações livres

2º - Efectuar a codificação das palavras de cada um dos dicionários utilizando as regras que a seguir se descrevem:

- as palavras em forma de verbos devem ser transformadas em adjectivos ou substantivos para cada um dos estímulos seleccionados

- os adjectivos e os substantivos em causa devem ser mudados para o masculino ou feminino conforme o caso e o singular

- os sinónimos devem ser mudados para a forma mais frequente que for utilizada no conjunto de todos os dicionários construídos. Esta fase deve requerer cuidados especiais para evitar fugir ao pensamento dos inquiridos, para tal devem ser utilizados um conjunto de juizes para individualmente classificarem a sinonímia ou não de cada uma das palavras e só devem ser consideradas sinónimas as palavras em relação às quais se obtenha dos juizes um acordo de pelo menos de 80 %

- as palavras seleccionadas devem aparecer sempre na sua forma mais simples retirando-lhe os sufixos, prefixos, etc e as formas negativas

- abreviar todas as frases em palavras código

- eliminar todas as palavras que aparecem uma única vez no interior de cada dicionário e definir regras para determinar o número mínimo de vezes em que cada palavra deve aparecer em cada dicionário

- se necessário reunir as mesmas palavras referentes ao mesmo tema, numa palavra chave ou padrão facilmente identificável

Após a análise de conteúdo e partindo da noção de prototypicalidade baseada numa forma de análise lexográfica, a partir da frequência de aparição dos termos e análise dos números de ordem de aparição dos termos, procura-se construir um quadro de frequências e número de ordem de aparecimento das palavras que permita determinar o sistema central da representação constituído pelos termos de maior frequência e de menor ordem de aparecimento dos termos e os sistemas periféricos constituídos pelos termos de menor frequência e maior ordem de evocação.

Em seguida é analisada a relação entre estes termos com o objecto de estudo a ser efectuado de modo a permitir efectuar uma categorização sob constrangimentos, a partir dos termos de maior frequência em torno dos quais todos os termos do estudo se possam agrupar, de modo a respeitar o princípio semântico organizado em torno da noção prototípica.

Finalmente estas categorias são analisadas através dos gráficos de semelhanças de modo a poder determinar as relações entre as várias categorias.

Para além de se identificar a representação social do leite, procurou verificar-se em que medida ela poderia ser influenciada pelas estratégias de comunicação das marcas de leite. Para tal foram construídas questões que pudessem determinar a representação das marcas na mente dos sujeitos de modo a poder ser identificado o seu mapa perceptual. Foi colocada a questão de evocação

" que marcas de leite conhece e quais são as suas preferidas "

foi elaborada a questão número quatro da segunda parte a partir da análise de conteúdo da publicidade efectuada pelas marcas de leite nos dois últimos anos. A partir de uma tabela com duas entradas em que uma nos dá as marcas de leite que pretendiam para o estudo, as mais preferidas e as menos preferidas retiradas dos pré-testes efectuados e outra com os termos utilizados pela publicidade era pedido aos sujeitos

" que assinalassem com uma cruz os termos que no seu entender identificavam as marcas de leite "

Estas questões procuravam identificar parte da proveniência da representação social.

Neste trabalho a tarefa de análise de conteúdo ficou bastante simplificada, na medida em que o suporte informático e estatístico utilizado e construído por P.Vérges (1992) permite a introdução de todo o texto, corta as palavras de duas letras e mostra todas as palavras iguais no seu contexto para que se possa efectuar uma análise detalhada e construir logo os dicionários.

Duas outras matrizes de dados foram construídas uma de semelhanças para identificar como as pessoas agrupam determinado conjunto de palavras que pertencem ao universo conceptual da representação social e outra também de semelhanças mas para as marcas e que já não exige trabalho prévio para construir os índices de semelhança, uma vez que eles já estão dados directamente pelas pessoas inquiridas através do diferencial semântico aplicado ao conjunto de pares seleccionados para as marcas. Na construção da primeira matriz de semelhanças foram identificadas para cada par de palavras as vezes em que elas apareceram em conjunto, ficou assim uma matriz de co-ocorrências. Na construção da segunda matriz também foi utilizado o mesmo programa já descrito e que permite construir uma matriz de co-ocorrências de palavras.

Após a construção destas matrizes procedeu-se à sua análise quantitativa, afim de se poder verificar a forma como os dados se agruparam entre si para confirmar ou não os constructos teóricos de partida. Assim para as primeiras matrizes construídas a partir dos dicionários de palavras de cada um dos grupos análises de correspondências para verificar como as palavras a partir das frequências e do nível da sua evocação se agruparam mostrando o que se chama a **objectivação** da representação social para cada um dos grupos. A partir daqui foi efectuada uma categorização das palavras que permitiu construir uma matriz de implicações entre as palavras de cada uma das categoria para determinar a **ancoragem** da representação social para cada um dos grupos. Esta matriz foi sujeita a análise da **escala multidimensional** (MDS) para confirmar os dados obtidos pela análise de correspondências

Para a matriz das semelhanças efectuou-se uma análise da escala multidimensional vulgarmente conhecida como **MDS**. Esta análise pretende contribuir para se determinar a **estrutura** da representação social através da identificação do mapa perceptual de cada um dos grupos. Esta técnica estatística tenta dizer-nos que o nosso mapa perceptual se constrói na base de um **campo euclidiano**, o que está ainda por provar em toda a sua dimensão, na medida em que a estrutura cognitiva é mais complexa do que uma simples classificação

de elementos. Parecem existir bastantes semelhanças o que leva a que se utilize esta técnica para este fim. Aqui se se encontrar um " stress " baixo, o mais próximo de zero possível (em geral admite-se que um stress inferior a .10, permite considerar o ajustamento como satisfatório) com um número reduzido de dimensões, não mais do que três, é possível tirarem-se conclusões bastantes úteis se encontrarmos significados para as dimensões analisando a forma como as palavras do campo perceptual se agrupam. Para esta interpretação é possível efectuar correlações entre as coordenadas dos elementos submetidos ao MDS com os julgamentos ou as avaliações destes mesmos elementos. Esta técnica tem subjacente a hipótese que os sujeitos respondem comparando os elementos (palavras) e agrupando-os em classes e que estes mesmos sujeitos no seu conjunto partilham o mesmo referente categorial, isto é, que existem visões consensuais da organização em classes dos referidos elementos do campo da representação social e que os sujeitos também partilham funções de tratamento de informação, onde estão implícitos diferentes critérios de corte, de ordenamento e de orientação dos elementos do campo representacional. Para as marcas também foi utilizada a escala multidimensional (MDS) para se verificar como os consumidores posicionam as marcas no seu mapa perceptual.

Para além destas análises multivariadas os dados ainda foram objecto de outras estatísticas mais simples, como as medidas de tendência central, as de dispersão, as percentagens, etc. , sempre que se justificou para melhor se poderem evidenciar os resultados que se pretendiam demonstrar. Aqui aparecem também as representações gráficas dos dados para todas as estatísticas como já se descreveu para as análises multivariadas.

CAPÍTULO - 3

RESULTADOS

Após o trabalho de campo realizado durante o período de um mês na zona da Grande Lisboa, começaram a analisar-se os dados. Como se disse a amostra foi constituída por 380 consumidores de leite distribuídos por concelhos, por idades e por sexos como indicado anteriormente nas quotas correspondentes à sua inserção nos respectivos grupos utilizando por base os dados secundários de empresas especializadas em marketing e do Instituto Nacional de Estatística.

Dos questionários recebidos, todos foram considerados válidos. A penas há a referir a não resposta de dez sujeitos à questão número sete da primeira parte, por incapacidade dos mesmos em identificarem as semelhanças entre as marcas e oito à questão número oito da segunda parte, por serem incapazes de recordar a publicidade das marcas. O trabalho de campo foi acompanhado e objecto de cuidados especiais para que não existissem contaminações nas questões de evocação, dar indutores e ultrapassar barreiras referentes a bloqueios de respostas a questões mais complexas. Assim parece ter acontecido, na medida que como no decorrer dos resultados se verificará os termos evocados não são um decalcamento dos indicados no questionário e as não respostas são irrelevantes para um estudo descritivo desta natureza e que não coloca em causa a representatividade do estudo como referido.

Ojectivação e Ancoragem da representação social na população total

Para análise da questão de evocação, a partir da pergunta

" Qual o motivo por que na sua opinião o consumo de leite é importante"

foi introduzido todo o texto evocado nos questionários pelos inquiridos, no programa informático já indicado e desenvolvido P. Vérge (1992). Em seguida o texto foi trabalhado para se poder efectuar uma aferição dos termos efectuando uma análise de conteúdo, o que levou a produzir a base de dados, que se encontra no anexo D, e que serviu de base para todas as análises.

O primeiro resultado é dado pelos termos classificados por frequências e por ordem média de evocação, o que segundo Vérge (1992) e Abric (1993), permite determinar o sistema central e o sistema periférico da representação social e simultaneamente a sua objectivação. Os resultados encontram-se no anexo E e resumem-se no quadro seguinte na matriz de frequências e ordem média de evocação:

++ 1 < O < 2.28		+- O >= 2.28	
10.5% saudavel	- 1.77	4.8% alimentação	-2.37
8.0% alim.compl	- 1.96	4.7% desintoxicação	-2.54
6.5% crescer	- 2.20	3.4% energias	-2.28
6.4% cálcio	- 1.86	3.4% crianças	-2.39
5.5% vitaminas	- 2.02	2.6% agradável	-2.85
4.6% ossos	- 1.99	2.2% bebida	-2.49
3.5% alim.essenc.	- 2.15	1.9% saboroso	-2.66
f>1.4 2.8% proteínas	- 1.98	1.7% calmante	-2.81
		1.5% complemento	-2.52
		--	
		1.2% frescura	-2.63
		1.0% minerais	-2.35
		1.0% tabaco	-2.35
		0.8% fácil-utilizar	-2.91
		0.5% barato	-4.38
		0.5% fortificante	-3.38
		0.5% gorduras	-2.38
f<1.3 0.4% idosos	- 2.14	0.4% primeiro alim.	-2.86

Legenda: ++ - significa o núcleo da representação - 1º nível

Como se verifica, os elementos mais importantes confirmam na sua essência o núcleo da representação determinado directamente pelas evocações, de onde só saiu o termo bebida que passou para uma zona mais periférica.

A partir destes resultados e baseado nos elementos evocados efectuou-se uma análise prototípica. Para tal procedeu-se a uma categorização dos termos sob constrangimentos, tentando agrupá-los por categorias homogéneas de significados, para de seguida se poder analisar a relação que se estabelece entre as várias categorias, a partir de uma análise de correspondências gráfica baseada no índice de implicação em que os termos aparecem em conjunto nos vários sujeitos. No final essa matriz de semelhanças construída com os índices de implicação foi sujeita a uma análise de escala multidimensional (MDS)

Assim as categorias constituídas em torno dos termos evocados de maior frequência, foram os que constam no quadro seguinte:

categorias	%na categoria	termos pp.s incluídos	
1. saudavel	11.4% (176)	saudável ulcera estômago curar	163(92.6%) 7 5
2. alimento completo	8.4% (130)	alimento completo alimento crianças alimento doentes	123(94.6%) 4 3
3. crescer	7.7% (119)	crescer desenvolvimento	101(84.9%) 18
4. calcio	12.0%(185)	calcio ossos dentes raquitismo osteoporose	100(54.0%) 71 10 2 2
5. vitaminas	11.1% (171)	vitaminas proteinas minerais elementos essenc. gorduras ferro fósforo	85(49.7%) 44 17 8 8 4 3

6. alimentação	8.2% (126)	alimentação complemento primeiro alimento cereais pequeno almoço alimento manhã	75(59.5%) 23 7 5 4 4
7. alimento essencial	3.5% (54)	alimento essencial	54(100%)
8. crianças	4.3% (67)	crianças escola juventude infância bebê	54(80.6%) 3 3 2 2
9. energias	6.4% (99)	energias nutritivo fortificante calorias revigorante	53(53.5%) 21 8 6 2
10. bebida	4.1% (64)	bebida frescura bebida não alcoólica líquido	35(54.7%) 19 6 3
11. desintoxicação	6.0% (93)	desintoxicação tabaco	74(79.6%) 17
12. agradável	5.5% (85)	agradável saboroso gostar bem estar	41(48.2%) 29 11 4
13. calmante	2.1% (33)	calmante reconfortante deitar	27(81.8%) 3 2
14. natural	1.2% (18)	natural pureza	14(77.8%) 4
15. fácil utilização	1.0% (15)	fácil utilização multiusos	11(73.3%) 4
16. barato	0.5% (8)	barato	8 (100%)
17. idosos	0.5% (7)	idosos	7 (100%)

Os termos evocados foram de 1546, pelo que as percentagens de cada uma das categorias representa a quantidade em relação ao total. Nos termos incluídos em cada uma das categorias foi indicada a percentagem do termo principal em relação ao total dos termos da categoria, para se poder mostrar que o reagrupamento pretende respeitar o princípio semântico organizado em torno da noção prototípica. Dos 1546 termos foram agrupados 1450 o que representa um aproveitamento de 93.8%. Anexo F.

As categorias que se identificaram, podem ser justificadas da seguinte forma :

1. Saudável

Dentro desta categoria, o leite foi considerado como um alimento que uma vez ingerido proporciona saúde e serve para curar determinadas doenças, com especial incidência para a úlcera do estômago.

2. Alimento Completo

O leite é considerado um alimento importante por conter todos os ingredientes necessários para uma alimentação completa, adequada a todas as idades, com especial incidência nos jovens e nos idosos.

3. Crescer

O leite é considerado um alimento que permite o crescimento do organismo nas fases mais precoces da existência humana e também o desenvolvimento na fase adulta.

4. Cálcio

O leite pelas suas características específicas é considerado um alimento rico em cálcio que permite nas fases mais precoces um crescimento da estrutura óssea, na fase adulta a sua manutenção e na terceira idade evita e cura as doenças ósseas.

5. Vitaminas

O leite é considerado um alimento que contém todos os elementos essenciais ao organismo, pelo que foram agregados nesta categoria todos os elementos vitais ao organismo.

6. Alimentação

O leite nesta categoria é considerado um alimento que pode substituir uma refeição, serve como complemento alimentar simples ou associado a outros, onde é dado relevo à sua utilização no pequeno almoço.

7. Alimento Essencial

Nesta categoria o leite é considerado um alimento que o ser humano não o pode dispensar. É vital para o organismo a sua ingestão.

8. Crianças

O leite é um alimento que está associado aos jovens devido, a permitir o seu crescimento e o seu desenvolvimento e a fornecer energias físicas e mentais que os ajuda nas suas actividades escolares.

9. Energias

Nesta categoria o leite é um alimento que fornece energias para qualquer actividade e foram agregados a ela conceitos como fortificar e revigorar o organismo.

10. Bebida

O leite é considerado nesta categoria um alimento que possui características de líquido devido à qual se pode ingerir com facilidade e pode ser bebido fresco no verão e quente no inverno. Pode substituir as bebidas alcoólicas com vantagens.

11. Desintoxicação

O leite nesta categoria é um alimento que permite eliminar as toxinas do organismo, em especial as provocadas pelos fumos dos incêndios e do tabaco para quem fuma.

12. Agradável

Nesta categoria o leite é um alimento que se ingere com prazer, que proporciona bem estar e que as pessoas gostam do seu sabor.

13. Calmante

O leite é considerado como um alimento que relaxa e que permite ser um indutor do sono quando tomado à noite antes de deitar. É um alimento reconfortante

14. Natural

O leite é considerado um alimento puro que vem directamente da natureza o qual não é produzido artificialmente.

15. Fácil Utilização

O leite é considerado um alimento que devido às suas características pode ser utilizado rapidamente e serve para usos múltiplos.

16. Barato

O leite é um alimento considerado acessível a qualquer bolsa.

17. Idosos

O leite é um alimento adequado aos idosos.

Com estas categorias foi constituída uma matriz de semelhanças a partir de um índice de implicações que pretende mostrar a forma como estas categorias estão implicadas umas com as outras, isto é, o grau que uma categoria aparece em simultâneo com outra nos diversos sujeitos.

$$\text{Imp (I,J)} = C (I,J) / \min. (n(I), n(J))$$

C (I,J) - número de vezes em que existe um 1 na coluna I e um 1 na coluna J

n (I) - número de vezes que um 1 aparece na coluna I

n (J) - número de vezes que um 1 aparece na coluna J

como se pode verificar este índice é sempre inferior a um, na medida em que o número de vezes que I e J aparecem em simultâneo é sempre inferior ao número de vezes que I ou J aparecem sózinhos, mesmo sendo pelo mínimo de cada um. Para melhor operacionalização este índice foi multiplicado por 100.

A matriz construída foi a que se indica na figura 1 e no anexo G.A partir desta matriz de semelhanças foi efectuada uma análise de

correspondências em modo gráfico que permite visualizar as implicações entre as categorias, materializadas nos termos evocados. Apesar de Flament (1962) afirmar que o núcleo central de uma representação social não é assimilável à noção de centralidade nos gráficos de similitude (citação de Vergés 1993), esta informação pode ser cruzada com a anteriormente efectuada pelas frequências e números de ordem de evocação. Assim como a figura 2 nos mostra, uma disposição gráfica construída manualmente onde foram retiradas as implicações mais frágeis construídas a partir de um filtro de 62 no índice de implicação.

```

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi agra calm natu facibara idos
*****
*
saud*      0
*
alim*     71   0
*
cres*     70  60   0
*
calc*     66  62  61   0
*
vita*     63  59  50  65   0
*
alim*     72  55  52  46  51   0
*
alim*     68  48  53  62  60  48   0
*
cria*     75  58  73  57  48  58  37   0
*
ener*     74  48  55  44  51  55  33  44   0
*
bebi*     80  63  41  51  56  56  19  19  36   0
*
desi*     67  58  43  59  62  52  22  35  40  56   0
*
agra*     74  56  41  54  48  59  28  28  30  51  38   0
*
calm*     72  64  40  68  52  64  32  16  28  16  52  36   0
*
natu*     80  80  60  46  46  40  13  33  46  26  20  20  13   0
*
faci*     46  61  15  30  38  53  23   7  30  15  38  69  15   7   0
*
bara*     57  85  28  14  42  71  28  28  28   0  28  57  14   0  42  0
*
idos*     85  42  28  85  42  42  71  71  14  14   0  28  14   0   0  0  0

```

fig. 1 matriz de semelhanças

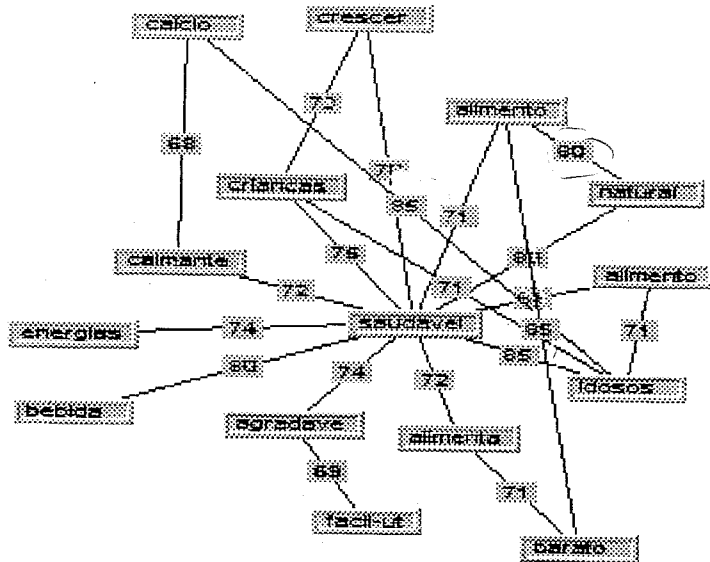


fig. 2 gráfico das correspondências da população total

aparece-nos a categoria saudável num pólo central com implicações com quase todas as outras categorias, excepto com, barato, fácil utilização e vitaminas. As categorias de idosos e calmante aparecem com outros dois núcleos. Se aumentarmos o filtro para 81, aparece-nos o leite como um alimento centrado em dois núcleos, um onde o leite é considerado um alimento saudável e rico em cálcio para os idosos e no outro um alimento completo barato e que é agradável, onde calmante e agradável fazem a ponte com os dois núcleos. Ao barato está ainda associado a fácil utilização e a desintoxicação como se pode verificar na figura 3

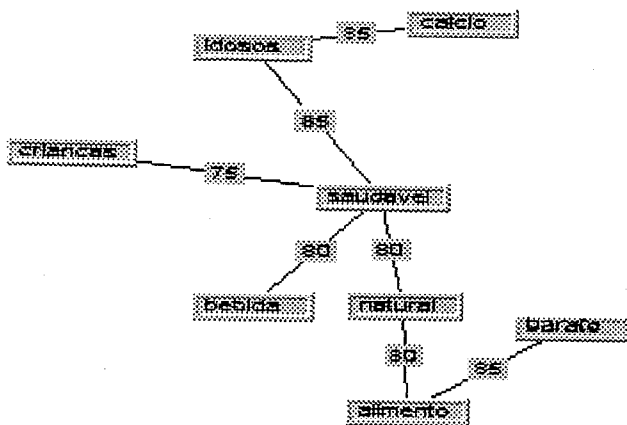


fig. 3 gráfico com filtro de 80

Finalmente procurou efectuar-se uma análise confirmatória através de outra técnica estatística, a escala multidimensional (MDS), para verificar se o noção de núcleo central se confirmava e se as relações encontradas também. A análise MDS efectuada utilizou a técnica de Kruskal (1964) e aparece-nos no gráfico da figura 4, onde o stress se encontra com .21 ligeiramente acima dos .10. Apesar de o stress ser ligeiramente elevado este corresponde a que este gráfico a duas dimensões tem uma variância explicada de 70%, pelo que algumas análises podem ser efectuadas em especial aquelas onde as categorias estão colocadas junto à origem dos eixos.

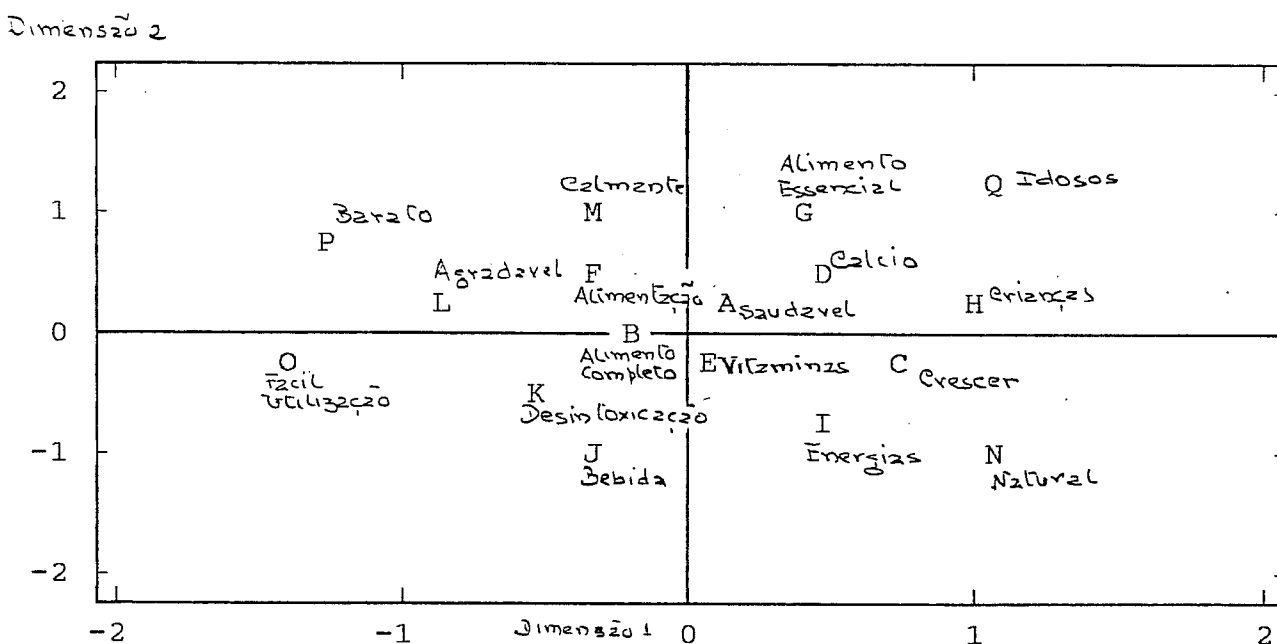


fig. 4 gráfico multidimensional da população total

Assim podemos verificar que estão no núcleo central as categorias de saudável, alimento completo, alimentação e vitaminas, o que vem confirmar as análises anteriores.

Podemos assim afirmar que no núcleo central da representação social do leite para esta população da Grande Lisboa se centra nas categorias de saudável, alimento completo, alimentação e vitaminas e encontram-se também no mesmo campo semântico agradável, barato e fácil utilização. A objectivação é a indicada no quadro das frequências e ordem de evocação e a ancoragem é a que nos mostra o gráfico da análise de correspondências onde estão explicitadas a forma como as categorias se relacionam umas com as outras e como mais adiante se verá é neste ponto que os grupos diferem na representação social e não na objectivação.

Agrupamentos de base

A partir da 3ª questão da segunda parte do questionário em que é pedido às pessoas para agrupar os termos por conjuntos homogêneos, foi efectuada uma análise de semelhanças, a partir de uma matriz de co-ocorrências, que se encontra em anexo H, que resultou no gráfico de correspondências que se encontra na fig. 5 e do qual se podem tirar as seguintes ilações:

- aparecem três agrupamentos distintos

- um onde se agrupam os termos de natureza, pureza, leveza, frescura e natural

- outro com crianças idosos, juventude, infância, família, maternidade e crescer

- outro, ligado ao anterior por crescer, em que aparecem associados os conceitos de saúde, vitaminas, alimento completo, energia, cálcio e fortificante entre si e pontualmente aparecem neste núcleo desintoxicação ligado a saúde e complemento alimentar a alimento completo e agradável a fortificante.

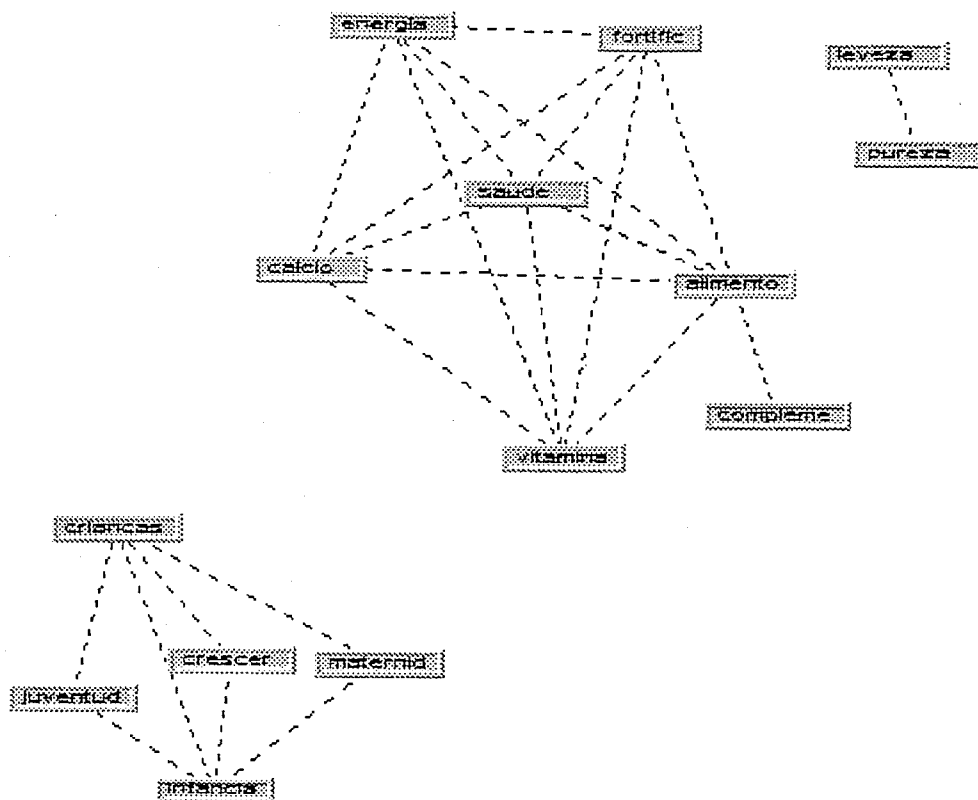


fig. 5 gráfico dos agrupamentos de base

Efectuada uma análise de MDS à matriz de coocorrências a três dimensões, verificou-se que com um stress de .14 e uma variância explicada de 82%, os termos de alimento completo e saúde estão no núcleo central, como se pode verificar no anexo I.

Esta análise de uma forma racional efectuada pelas pessoas vem confirmar em parte as relações estabelecidas de forma espontânea, que se podem resumir no seguinte, o leite é visto como

- um alimento com todos os componentes que faz bem à saúde e que contribui para o crescimento
- um alimento da família, associado aos jovens às grávidas e aos idosos, que proporciona crescimento
- um alimento que provém directamente da natureza que é leve puro e fresco

Análise das marcas

A partir da questão,

" quais são as marcas que conhece e quais são as suas preferidas "

foi efectuada uma análise igual à referida no ponto anterior. Aqui procurava analisar-se qual era o mapa perceptual das marcas e como elas se posicionavam na mente das pessoas.

Construindo uma matriz como no ponto anterior a partir das frequências em que as marcas de leite foram evocadas e da ordem média de evocação em que elas apareceram, pode verificar-se que as marcas se encontram posicionadas da seguinte forma

	++	1 < O < 2.56		+ -	O >= 2.56	
	22.8%	Marca A1	-1.79	9.4%	Marca A6	-3.04
	15.1	Marca A2	-2.54	9.2%	Marca A4	-2.59
	13.5	Marca A3	-2.51	4.8	Marca A7	-3.76
f > 1.5%	8.4	Marca A5	-2.46	3.8	Marca A8	-3.16
				1.7	Marca A9	-3.05
				1.6	Marca A10	-3.58
	- +			--		
	1.0	Dia	-2.25	1.5	Marca A11	-3.72
f <= 1.5%				1.3	Marca A13	-3.00
				1.3	Marca A12	-3.19
				1.3	Branco	-3.60
				0.9	UHT	-2.64

O número de termos evocados foram de 1200, pelo que as percentagens são em relação a este total. O nível médio de ordem de evocações foi de 2.56.

Para as marcas também foram solicitadas as preferidas pelas pessoas, pelo que a sua representação veio confirmar a análise anterior com percentagens diferentes como é natural. Assim pode verificar-se a representação relativa às preferências

++ 1 < O < 2.56

+ - O >= 2.56

10.5% Marca A1 -1.03

3.0 Marca A4 -1.03

2.6 Marca A5 -1.00

2.3 Marca A3 -1.07

1.8 Marca A2 -1.05

-+

--

0.6 Marca A8 -1.00

0.6 Marca A6 -1.00

0.4 Dia -1.00

0.3 Marca A7 -1.00

como se pode verificar as preferências confirmam na sua essência o núcleo da representação das marcas, com pequenas alterações entre elas. Fica assim determinado o posicionamento das marcas quer através da evocação espontânea, quer através da análise racional.

Em seguida considerando cada uma das marcas uma categoria, foram definidas treze categorias que corresponderam, às que apareceram com um nível de frequência superior a 1.5%, de onde se excluiu o leite branco, por não ser uma marca em si mas um produto indiferenciado que não servia os interesses do estudo. O passo seguinte foi, o de se efectuar a análise gráfica de correspondências para

determinar o grau de implicação que cada marca tem entre si, como se pode observar na fig. 6

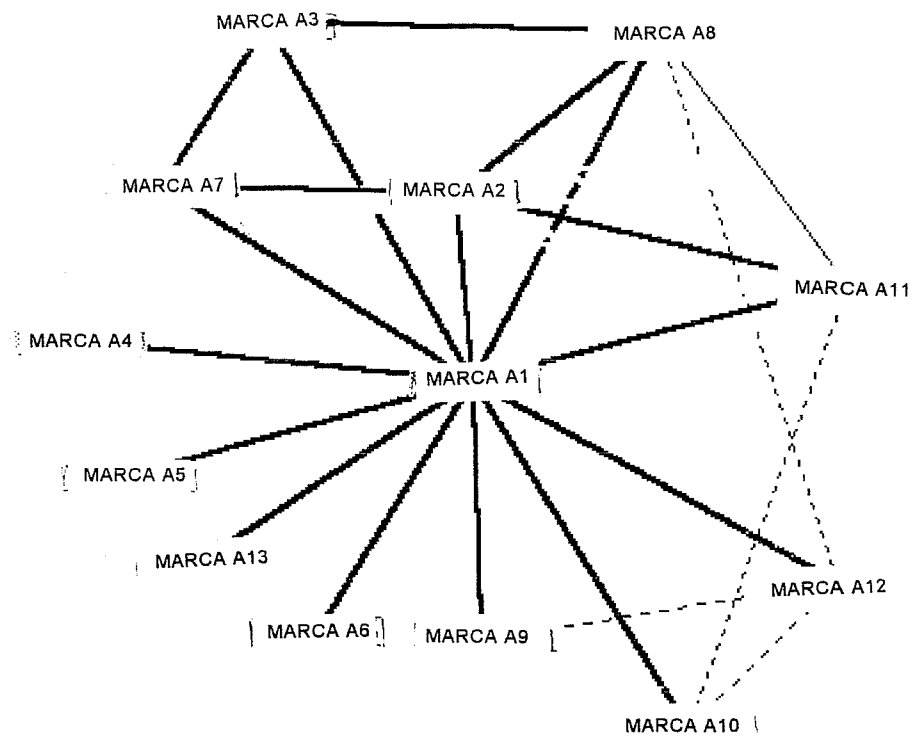


fig. 6 gráfico de correspondências das marcas

verifica-se assim que as marcas do núcleo central são as que possuem mais implicações com todas as restantes. Assim a marca A1 é a que recebe mais implicações e é a que se encontra no núcleo central, como se pode verificar no gráfico das correspondências exibido na fig. 7, onde foi colocado o filtro mais elevado de 85

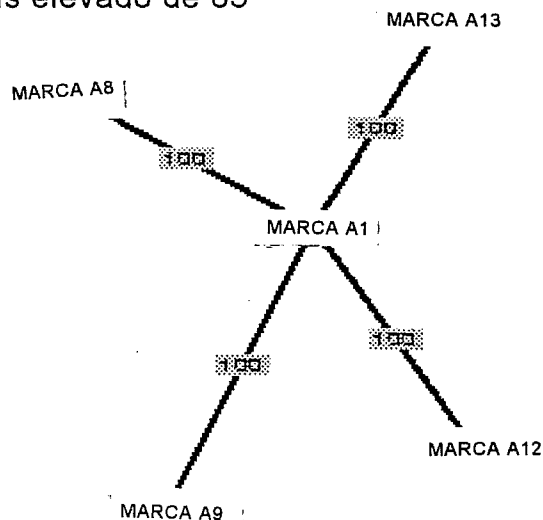


fig. 7 gráfico de correspondências filtro 85

Efectuada uma análise de MDS, verificou-se que para duas dimensões, o "stress" estava em .22 com uma variância explicada para o fenómeno de 65% um pouco acima dos .10 exigíveis para o explicar correctamente, verificou-se no entanto como se pode analisar na fig. 8, que as marcas A1, A2 e A3, estavam no núcleo central da representação, confirmando assim as análises anteriores. Para confirmar esta análise aumentaram-se as dimensões para três, o que como se sabe ainda possui uma interpretação adequada, verificou-se que as marcas continuavam no núcleo central e que a fiabilidade da análise estava a aumentar melhorando o stress para .15 e a variância explicada para 73%, ver anexo J.

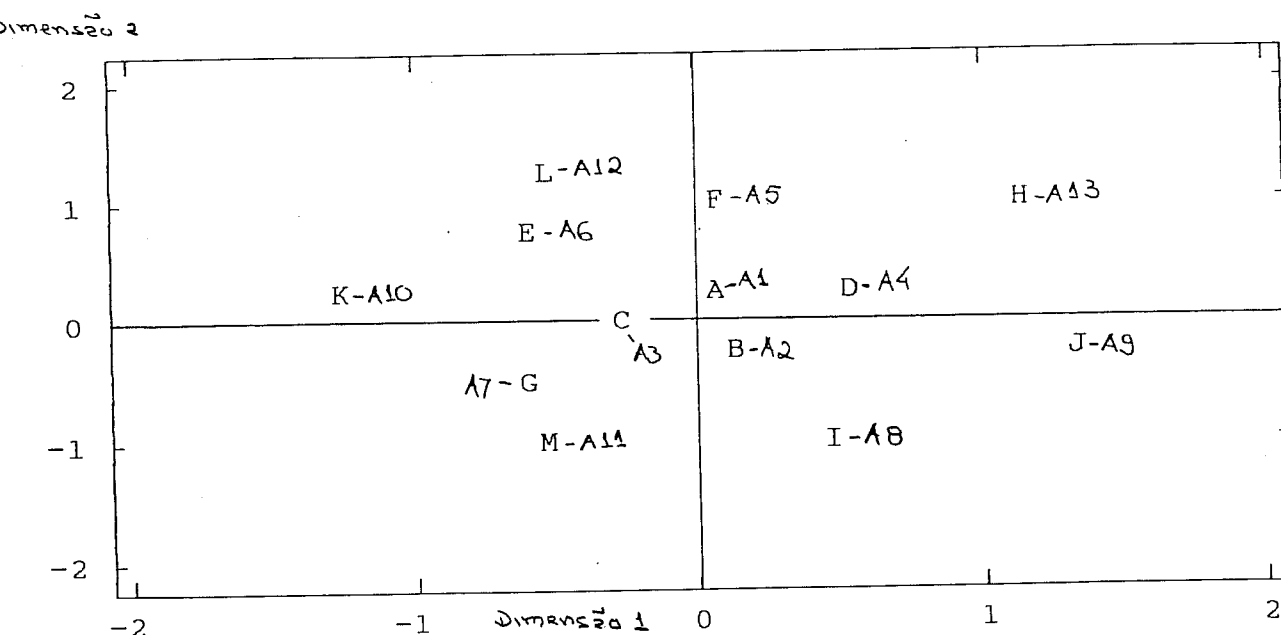


fig. 8 gráfico multidimensional das marcas

Estratégias de comunicação das Marcas de leite

A partir da quarta questão da segunda parte do questionário, que como se disse foi elaborada a partir da análise de conteúdo efectuada à publicidade das marcas de leite dos dois últimos anos, as pessoas responderam identificando cada uma das marcas (recordando o afirmado anteriormente, as marcas assinaladas foram as de maior preferência e uma de menor , a A7).

As respostas por Marcas, foram as seguintes:

palavra	MarcaA1	MarcaA2	MarcaA3	MarcaA4	MarcaA7	MarcaA8
saboroso	44%	14%	18%	16%	12%	14%
viver	16%	14%	18%	10%	22%	0%
animais	40%	14%	0%	10%	0%	0%
beleza	12%	10%	0%	26%	10%	14%
cálcio	28%	22%	24%	18%	18%	20%
idosos	18%	14%	8%	14%	12%	16%
descanso	16%	0%	12%	14%	0%	8%
campo	28%	0%	14%	10%	10%	0%
natural	24%	10%	16%	20%	10%	12%
desintoxi.	28%	20%	22%	14%	22%	24%
maternid.	20%	8%	6%	16%	12%	16%
juventud.	16%	8%	14%	14%	26%	10%
alim.com	34%	20%	18%	14%	22%	26%
mãe	26%	2%	6%	10%	6%	6%
corpo	6%	6%	4%	20%	14%	10%
alegria	20%	8%	6%	8%	20%	10%
bemestar	34%	14%	16%	22%	16%	20%
qualidade	34%	18%	20%	22%	12%	20%
pureza	24%	10%	14%	24%	6%	10%
infância	18%	12%	16%	12%	20%	16%
vida	34%	8%	10%	12%	8%	10%
vitamina.	34%	12%	16%	22%	30%	16%
vitalidade	24%	12%	4%	6%	14%	12%
crescer	26%	10%	8%	6%	22%	14%
forma	12%	2%	4%	18%	10%	6%
calorias	24%	14%	16%	16%	14%	16%

proteínas	22%	18%	16%	10%	10%	12%
linha	6%	6%	8%	28%	8%	24%
família	24%	8%	16%	8%	14%	14%

Dos dados recolhidos, verifica-se que o leite da marca A1, tem uma imagem forte na mente dos consumidores de leite, pelo que é recordada com muito mais termos em percentagens mais elevadas.

A **publicidade** para esta marca tem como linhas de força

-alimento completo, animais, natural, energia, nutritivo, forma, frescura, calcio, saboroso, prático, crescer, minerais, apetitoso, família, indispensável, dietético, confiança, linha e beleza.

É a marca que leite que mais publicidade efectua, com um orçamento muito próximo de um milhão de contos, onde as restantes não ultrapassam os trezentos mil contos.

Procurou então comparar-se esta marca com aquelas que mais publicidade efectuam, marcas A4 e A7 e que são marcas de leites especiais, onde A4 é uma das mais preferidas e A7 é uma das menos preferidas.

- Para a marca A4 a imagem é dada a partir dos seguintes termos

- beleza	26%
- corpo	20%
- bem estar	22%
- qualidade	22%
- pureza	24%
- vitaminado	22%
- linha	28%

A **publicidade** tem como linhas de força para esta marca, o seguinte:

- saúde, bem estar físico, bem estar mental, natureza, natural, a saúde não tem preço, corpo, linha, mulher, forma

- Para a marca A7, a imagem que os consumidores possuem é a seguinte:

- viver	22%
- desintoxicação	22%
- juventude	26%
- alimento completo	22%
- alegria	20%
- infância	20%
- vitaminado	30%
- crescer	22%

A **publicidade** tem como linhas de força para esta marca, o seguinte:

- vitaminado, vitalidade, força, energia, juventude, alimento essencial, crianças, activador, adolescentes, proteínas, sais minerais, alegria, desintoxicação

Dos dados expostos, verifica-se que as marcas A1 e A4 estão no núcleo da representação das marcas e que a marca A7 não está, encontra-se no anel seguinte. Quanto às preferências verifica-se que as marcas A1 e A4 mantêm a sua centralidade, mas a A7 já não, foi a marca de menores preferências o que a levou racionalmente para o nível mais periférico. Da publicidade verifica-se que a imagem que as pessoas possuem das marcas está altamente correlacionada com as estratégias que cada uma das marcas desenvolve.

De dados secundários recolhidos, em empresas de estudos de marketing em Portugal, sobre as marcas verifica-se que a marca A1, possui na região da grande Lisboa, uma quota de mercado de 34%, a marca A4 12% e a marca A7 menos de 1%, o que está de acordo com as preferências que os consumidores indicaram.

Efectuando uma análise sobre estes dados, verifica-se que as estratégias de comunicação das marcas A1 e A4, passam pelo núcleo central da representação social e a A7, não passa.

- Marca A1- centra-se no alimento completo, no corpo, ligeiramente na saúde

- Marca A4 - centra-se no saudavel, como um elixir para o corpo, dirigido especialmente às mulheres.

- Marca A7 - centra-se em vitaminas, energia, força, alegria de viver e juventude

Análises dos subgrupos por sexo e idades

Masculino

Para este subgrupo a representação social manteve-se, na objectivação, só se alterando ao nível da ancoragem.

A **objectivação** manteve-se no seu essencial, tendo sofrido pequenas alterações nos conceitos marginais da representação como cozinhar que entrou e idosos que saiu. As preferências não confirmam a representação de forma espontânea, ao incluírem a desintoxicação e o tabaco no núcleo central. A análise de MDS, com um stress de .20, o que corresponde a uma variância explicada de 74%, confirma os elementos centrais de saudavel e alimento completo. Ver anexo K.

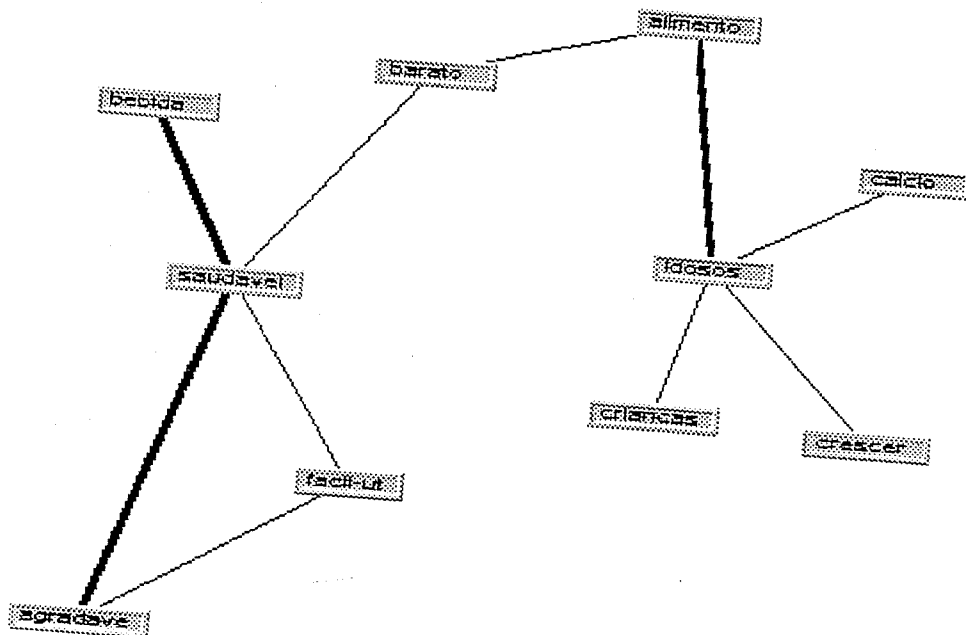


fig. 10 gráfico população feminina

Idades dos 13 aos 24 anos

A **objectivação** nesta faixa etária, no seu global manteve-se, apenas se alteraram alguns termos que estavam no núcleo central, como bebida, crianças, e alimento essencial que passaram para níveis mais periféricos da representação. O alimento completo foi superado em frequência pelo crescer. Já quanto às preferências o alimento completo voltou à segunda posição. Efectuada uma análise confirmatória com a escala multidimensional (MDS), para um stress de .19 a duas dimensões e com uma variância explicada de 75%, verificou-se que os termos do núcleo central se confirmavam. Ver anexo M

A **ancoragem**, como era previsível alterou-se e as categorias passaram a relacionar-se de forma diferente, aparecendo, com o filtro mais elevado dois agrupamentos estáveis onde um relaciona alimento completo, a crescer e calmante e este associado a alimentação e vitaminas e o outro relaciona saudável a alimento essencial, natural e facilidade de utilização e este com saboroso, como se pode ver no gráfico seguinte

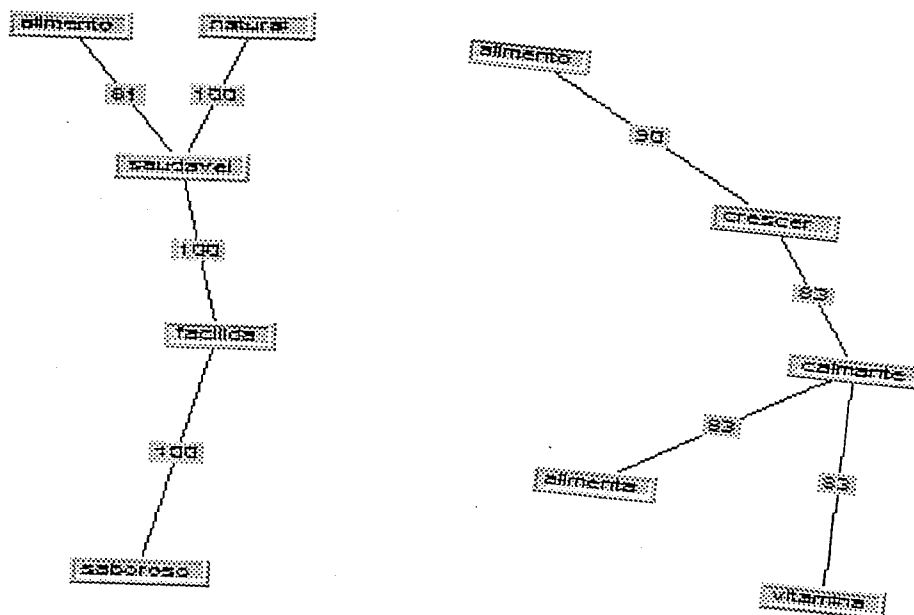


fig.11 gráfico das idades dos 13 aos 24 anos

Idades dos 25 aos 54 anos

Esta faixa etária foi considerada aquela que efectua a compra do leite, razão porque foi agregada desta forma.

A **objectivação**, no essencial não se altera em relação à população geral e a análise confirmatória da escala multidimensional, vem confirmar o núcleo central com uma variância explicada de 71% e um stress de .20, a duas dimensões . Ver anexos N

A **ancoragem** como nos grupos anteriores também varia e aparecem com o máximo filtro dois agrupamentos onde um associa vitaminas a desintoxicação e calmante e outro a alimento completo a natural e barato, como se pode verificar no gráfico das correspondências,

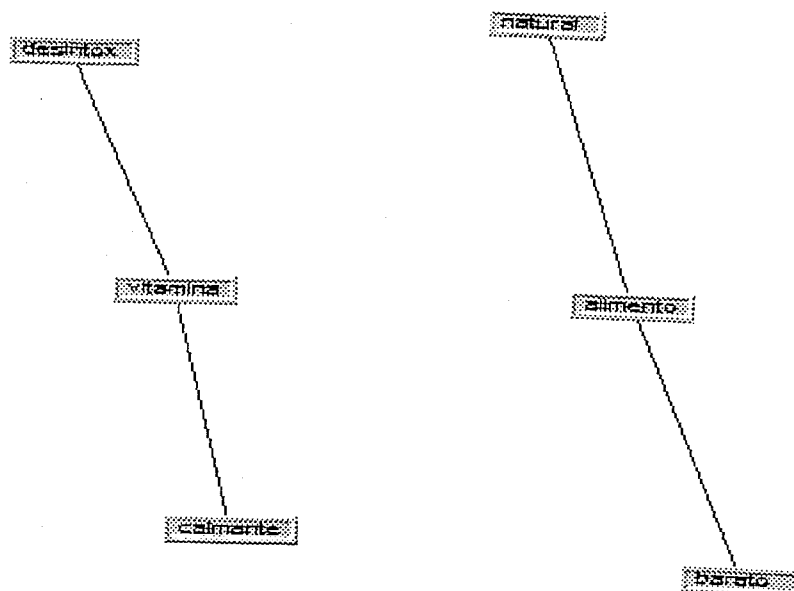


fig. 12 gráfico das idades 25 aos 54 anos

Idades superiores aos 54 anos

Esta faixa etária foi a mais pobre em vocabulário.

A **objectivação** não se alterou em relação à população total. O núcleo central manteve-se igual e a análise confirmatória da escala multidimensional, a duas dimensões com um stress de 68% e uma variância explicada de 68%, veio confirmar o núcleo central. Ver anexo O.

A **ancoragem** como era de prever também se alterou e com o máximo filtro não foi possível obter agrupamentos pequenos e homogêneos. Assim aparece um onde se relaciona a alimentação com energias e outro mais complexo, onde não é possível encontrar pequenas relações estáveis. Esta faixa etária considera que o saudável é determinante e relacionado com todas as outras categorias, como se pode observar no gráfico da fig.12

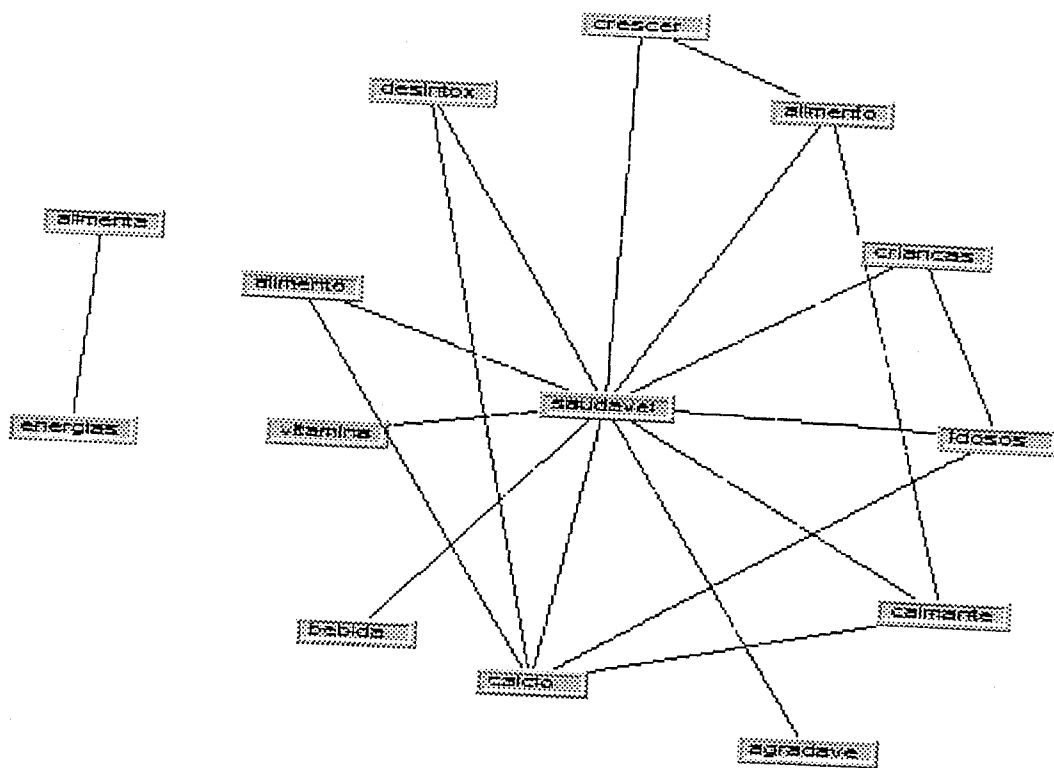


fig.13 gráfico das idades superiores aos 54 anos

CAPÍTULO - 4

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Objectivação, ancoragem, sistema central e periférico

Dos resultados obtidos ressalta que aparece uma consistência muito clara em termos do núcleo da representação social do leite. Determinado a partir do cruzamento das frequências e ordens de evocação, tendo como referente a ordem média de evocação, foi possível confirmá-lo quer pela análise de correspondências a partir das categorias criadas, quer através da escala multidimensional (MDS). Foi ainda possível encontrar uma objectivação clara para a representação do leite que se manteve estável em quase todos os grupos analisados.

Ficou também claro que na perspectiva de Abric (1993a) encontrava-se um sistema central com as características por ele definidas, com um núcleo central marcado fortemente pela memória colectiva e pelo sistema de normas ao qual se refere. Assim podemos verificar que o núcleo central é fortemente marcado pelos conceitos de saudável e alimento completo o que também já se verificava no estudo efectuado em França em 1980. A sua função é consensual no grupo o que se pode verificar neste estudo dado que aparece estável e consensual em todos os grupos analisados. É estável e permanente resistindo à mudança, o que se pode verificar pelo insucesso da comunicação efectuada pela marca A7 que não passa pelo núcleo central, mas apenas pelos periféricos uma vez que as pessoas não associam esta marca de leite a leite, mas a uma bebida energética. Como afirma Abric podemos dizer neste estudo que o núcleo central é estável, coerente, consensual e historicamente marcado.

O sistema periférico constitui para Abric (1994) o complemento indispensável do sistema central de que depende. Este sistema tem uma

natureza essencialment funcional. Para Abric a sua primeira função é a concretização do sistema central em termos de tomada de posição ou de comportamentos. Neste estudo podemos verificar que as comunicações que passavam pelo sistema central utilizando os sistemas periféricos levavam a comportamentos de compra e de preferências em relação às marcas de leite. É este sistema que mantém os contactos com a realidade concreta como se pode ver muito claramente no grupo de idades superiores aos 54 anos em que a saúde é a sua primeira preocupação e associam-na fortemente a todas as outras categorias o que já não acontece nos outros grupos que se limitam a relações mais reduzidas. O que leva como Abric afirma, a uma regulação e adaptação do sistema central e se pode verificar nas diversas modulações em cada um dos grupos.

É este sistema periférico que vai modular a ancoragem da representação através dos vários grupos sociais pela forma como eles relacionam as várias categorias entre si permitindo mostrar a integração das experiências e histórias individuais.

Verifica-se que a representação social do leite é na perspectiva de Moscovici uma representação fechada na medida em que mantém a sua objectivação e o núcleo central em todo o grupo estudado só variando na sua ancoragem e no sistema periférico, o que conduz a que tenham que se desenhar estratégias de comunicação diferentes para cada um dos grupos em estudo. Como, o sistema periférico é que permite a adaptação à realidade concreta, efectuando a diferenciação do conteúdo e protegendo o núcleo central, a comunicação tem de passar pelo núcleo central utilizando os conceitos do sistema periférico que como se verificou variam de grupo para grupo.

Na análise fina da representação a partir das evocações verifica-se que na população total, fig. 2, a categoria saudável aparece com uma grande centralidade e que se podem encontrar alguns agrupamentos significativos

- saudável, crianças, crescer e idosos
- saudável, calmante, cálcio, vitaminas e idosos
- saudável, alimento essencial e idosos

- saudável, alimento completo, alimentação, calmante e barato

Para estes agrupamentos podemos concluir que o saudável está no núcleo central e que os restantes conceitos formam agrupamentos com ele. Isto significa que se desejarmos efectuar uma estratégia de comunicação para além da referência ao núcleo central temos que lhe associar sempre elementos do sistema periférico que lhe dão a ligação à realidade concreta e que permitem a diferenciação do conteúdo.

Através das associações forçadas podemos verificar que os agrupamentos de base formados alguns confirmam para a população total, fig. 5, os atrás referidos como

- saudável, crescer, crianças e idosos

e forma outros três, onde um se forma em torno das crianças outro em torno da saúde e outro em torno da pureza do leite.

A diferença entre homens e mulheres é significativa, não no núcleo central, mas como as categorias do sistema periférico estão ancoradas no central. Assim o consumo do leite para as mulheres é

- o leite é por uma perspectiva uma bebida saudável, agradável de fácil utilização e barata e por outra um alimento completo bom para os idosos e crianças que fornece cálcio e que faz crescer.

para os homens podemos já inferir uma outra análise a partir das relações que eles estabelecem

- o leite é por uma perspectiva um alimento saudável com vitaminas, barato, que desintoxica e apropriado para o crescimento das crianças e por outro lado um alimento completo, ingerido como uma bebida que é barata, de fácil utilização, natural que possui cálcio e um alimento essencial para os idosos.

Como se verifica existe estabilidade no núcleo central formado por alimento completo e saudável, mas existe alguma variabilidade nas restantes categorias que a eles se associam e que levam a interpretações da realidade de forma diferente. Assim a bebida para as mulheres está implicada com saudável e para os homens a alimento completo. Os homens aparecem com um léxico mais vasto onde incluem

a desintoxicação, face à necessidade que sentem de ingerir leite devido aos excessos de tabaco como foi várias vezes foi referido nas respostas, e vitaminas. Nos homens, os idosos estão associados alimento completo e essencial e nas mulheres a saudável, o que está em consonância com a representação dos sujeitos maiores de 54 anos em que o saudável é a sua grande preocupação. As mulheres estão mais preocupadas com a saúde na terceira idade do que os homens.

Marcas de leite

Para as marcas de leite verificou-se que a sua representação possuía um núcleo central onde estavam instaladas três, as A1, A2, e A3, que correspondem às três grandes marcas de leite existentes em Portugal e que estão associadas a três produtores. Destas três só a A1, mostrou estar num núcleo estável em todas as situações e para todos os grupos. Quanto às preferências a situação já se alterou significativamente e as marcas A4 e A5 aparecem numa hierarquia mais elevada ultrapassando as A2 e A3. A A7 que estava no sistema central, passou para a hierarquia mais baixa para o sistema periférico da representação.

Estratégias de comunicação das marcas

Dos dados obtidos interessou somente analisar comparativamente três marcas, as A1, A4 e A7. Esta escolha foi determinada pelo seguinte, a marca A1 era a que estava no núcleo central de uma forma estável, tem a maior quota de mercado (34%) e é a que investe mais em publicidade - cerca de um milhão de escudos anualmente. A A4, que correspondia a uma marca de leite especial e que na hierarquia das preferências estava em segundo lugar, tem uma quota de mercado de valores médios na região da Grande Lisboa (14%) e investe em publicidade cerca de quatrocentos mil contos. A A7, que correspondia também a uma marca de leite especial, que estava no sistema central e

que nas preferências passou para o sistema periférico e que possui uma quota de mercado bastante baixa (1%) e que efectua investimentos publicitários anuais significativos de cerca de duzentos mil contos. Verificou-se dos resultados obtidos que as marcas A1 e A4 tinham uma estratégia de comunicação que passa pelo sistema central onde cada uma de sua forma utiliza o sistema periférico. Enquanto a **A1** utiliza o conceito de **alimento completo** do sistema central e explora quase todo o sistema periférico para dar significado ao leite como crescer, energia, natural, prático (fácil-utilização), minerais, saboroso, entre outros com uma comunicação muito rica, a **A4** utiliza o conceito **saudável** do sistema central e explora uma determinada parte do sistema periférico que é o bem estar físico e mental, as vitaminas, a pureza, a beleza que lhe dá uma significação restrita como a desejada para um leite especial que pretende um determinado segmento do mercado que está disposto por uma questão de saúde a pagar mais por este leite.

A marca de leite **A7**, por sua vez não utiliza nenhum conceito do sistema central como o alimento completo ou saudável, mas centra-se num conceito do sistema periférico como as **vitaminas** e desenvolve toda a sua estratégia de comunicação no sistema periférico da representação onde inclui força, energia, juventude, alimento essencial, proteínas, minerais entre outros para procurar entrar num segmento de mercado específico onde o consumidor compre o leite como um alimento cheio de energias e vitaminas.

Dos resultados obtidos verifica-se que estas estratégias de comunicação são as identificadas pelos consumidores de leite. Eles identificam as marcas de acordo com as suas estratégias de comunicação. No entanto verifica-se que só as duas primeiras se traduzem em compras efectivas e a terceira apesar de os consumidores de leite identificarem a sua mensagem ela não leva à aquisição desta marca.

Da análise dos dados pode inferir-se que as estratégias de comunicação das marcas que passam pelo núcleo central utilizando o periférico para lhe dar significado traduzem-se em alterações comportamentais que levam a compras das marcas de leite e que as marcas que não baseiam as estratégias de comunicação no núcleo

central não induzem alterações nos receptores das mensagens embora eles a recebam como ela foi concebida.

Conclusões

Do que ficou analisado neste trabalho parece verificar-se a confirmação da primeira hipótese de que a representação social possui um núcleo central, tem um campo de objectivação e possui uma ancoragem bem determinada. Quanto à segunda hipótese parece verificar-se que a representação do leite é marcada por raízes muito profundas que passam de geração em geração e que mostram o que Doise afirma, ser o metasistema a condicionar o seu núcleo central e que o sistema periférico é marcado pelas estratégias de comunicação publicitárias a que o indivíduo está sujeito. Quanto à terceira hipótese ela não se verifica, isto é, a representação mantém o seu núcleo central quase inalterado em todos os grupos, mas varia no sistema periférico e na respectiva ancoragem em todos os grupos estudados. É o que Moscovici chama, uma representação social fechada.

BIBLIOGRAFIA

- ABRIC, J.C. ; FAUCHEUX, C. , MOSCOVICI, S. ; PLON, M. (1967). Rôle de l'image du partenaire sur la coopération en situation de jeu. *Psychologie Française*, 12, 267-275.
- ABRIC, J.C. (1971). experimental study of group creativity: task representation, group structure and performance. *European Journal of Social Psychology*, 1, 3.
- ABRIC, J.C. ; KAHAN, J. (1972). The effects of representations and behaviour in experimental games. *European Journal of Social Psychology*, 2,(2), 129-144.
- ABRIC, J.C. ; VAUCHEROT, G. (1975/1976). Méthodologie et étude expérimental des représentations sociales. *Bulletin de Psychologie*, 323 XXXIX: 14-15.
- ABRIC, J.C. (1982). Cognitive processes underlying cooperation: the theory of social representation. In: A. Derlega ; J. Grzelack (Eds), *Cooperation and helping behavior*. Academic Press. New York.
- ABRIC, J.C. (1984). A theoretical and experimental approach to the study of social representation in a situation of interaction. In: R.M. Farr, S. Moscovici, *Social representation*. Cambridge. Cambridge University Press, 169-183.
- ABRIC, J.C. (1987). *Coopération, compétition et représentations sociales*. Cousset, DelVal.
- ABRIC, J.C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Presses Universitaires de France. Paris.
- ABRIC, J.C. (1994). L'organisation interne des représentations sociales: système central et système périphérique. In: *Structures et transformations des représentations sociales*. Sous la direction de C. Guimelli. Delachaux et Niestlé. Paris.
- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

- ALLPORT, G.W. (1954/1968/1985). The historical background of modern psychology. In: G. Lindzey e E. Aronson (Eds). The Handbook of Social Psychology, VOLL, Random House, New York.
- American Psychological Association (1990). Publication manual of the American Psychological Association. Pennsylvania: Lancaster Press, Inc.
- ARISTÓTELES. (1959). Arte retórica. Tradução de António Pinto Carvalho .Difusão Europeia do Livro. São Paulo.
- APFELBAUM, E. (1967). Représentations du partenaire et interactions à propos d'un dilemme du prisonnier. Psychologie Française. 12.
- AUGOUSTINOS, M. (1990). The mediating role of representations on causal attribution and social world. Social Behavior, 5, 49-62
- AUGOUSTINOS, M. ; INNES, J.M. (1990). Towards an integration of social representation and social schema theory. British Journal of Social Psychology, 29, 213-231.
- BANDURA, A. (1986). Social foundations of Thought and action- a social cognitive theory. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- BARTELLET, F.C. (1932). Remembering: a study in experimental and social psychology. Cambridge University Press. Cambridge.
- BENZÉCRI J. P. e outros (1980). L'analyse des donnés (vol I e II) (3ªEd). Dunod. Bordas Paris.
- BERGER P.L. ; LUCKMAN, T. (1966). The social construction of reality. Penguin Books. New York.
- BILLIG, M. (1988). Social representation, objectivation and anchoring : a rhetorical anaalisy. Social Behavior, vol. 3, 1-16.
- BILLIG, M. (1991a). Talking about the royal family. Routledge. London.
- BILLIG, M. (1993). Studying the thinking society : social representations rhetoric and attitudes. In: G. Breakwell& D. Canter (Eds) Empirical approaches to social representations. Oxford University press. Oxford.

- BITTA,A.D. & LOUDON,D.L. (1993). Consumer Behavior (4^a Ed.). McGraw-Hill. New York.
- BOLTANSKI,L. (1971). Consonnation médicale et rapport au corps. CSE. Paris.
- BOURDIEU,P. (1980). Le sens pratique. Editions de Minuit. Paris.
- BOYD ; WESTFALL ; STACH (1989). Marketing research. 7^a Ed. Irwin.
- CHRISTENSEN, L.B.(1985). Experimental methodology (3^a Ed.). Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- CONE J.D.; FOSTER S.L. (1993). Dissertation and thesis from start to finish. American Psychology Association. Washington. Dc.
- CONSUMIDOR 93 (1994). Marketest. Portugal. Lisboa
- CENSOS 91 (1993). Instituto Nacional de Estatistica. Lisboa.
- DE GRADA,E. (1992). L'approcio conversazionale in psicologia sociale. Paper presented at VI Congress of Division of Social Psychology, SIP.s Pisa sept.
- DIAZ,M.C. (1992). Psicologia social- métodos y técnicas de investigación. Eudema Universidad. Barcelona.
- DI GIACOMO,J.P. (1980). Intergroup alliances and rejections within a protest movement (analysis of social representations). European Journal of social Psychology, 10, 329-344.
- DI GIACOMO,J.P. (1981). Aspectes methodologiques de l'analyse des représentations sociales. Chaiers de Psychologie Cognitive.
- DOISE,W. (1973). Relations e représentations inter-groupes. In: S.Moscovici (Ed), Introduction à la psychologie social, vol.2. Larousse. Paris.
- DOISE,W. ; DESCHAMPS,J.C. ; MUGNY,G. (1980). Psicologia social experimental. Moraes. Lisboa.
- DOISE,W. & PALMONARI,A. (Ed). (1986). L'Étude des représentations sociales. Delachaux et Niestlé. Paris.

- DOISE, W. (1990). Les représentations sociales. In: Ghiglione, R. ; Bonnet, C. ; Richard, J.F. . *Traité de Psychologie cognitive*. Dunod. Bordas. Paris.
- DOISE, W. (1989). Attitudes et représentations sociales. In: D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales*, Presses Universitaires de France. Paris.
- DOISE, W. ; CLEMENCE, A. ; LORENZI, C. (1992). *Représentations sociales et analyses de données*. Presses Universitaires de Grenoble. Grenoble.
- DURKEIM, E. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphique et de Morale*, 6, 274-302.
- ELJABIARRETA, F. (1992). Las representaciones sociales. In: A. Echebarria (Ed.). *Psicologia social*.
- FARR, R.M. & MOSCOVICI, S. (Eds.). (1984). Cambridge University Press. Cambridge.
- FLAMENT, C. (1967). Représentation dans une situation conflictuelle. *Psychologie Française*, 12 (4) : 63-97.
- FLAMENT, C. (1971). Images des relations amicales dans les groupes hiérarchisés. *Année Psychologique*, 71.
- FLAMENT, C. ; BULLINGER, A. (1976/1977). Représentation de l'amitié et équivalence formelle. *Bulletin de Psychologie*, 327, tome XXX, 3-9 : 198-205.
- FLAMENT, C. (1979). Du biais de l'équilibre structural à la représentation du groupe. Communication au Colloque sur les représentations sociales. Paris, MSH.
- FLAMENT, C. (1985). L'analyse de similitude: une technique pour les recherches sur les représentations sociales. *Informatique et sciences Humaines*, N° 6, 41-57.
- FLAMENT, C. (1986). L'analyse de similitude: une technique pour les recherches sur les représentations sociales. Delachaux et Niestlé. Paris.

- FLAMENT,C. (1994). Aspects périphériques des représentations sociales. In: C. Guimelli (Ed), structures et transformations des représentations sociales. Delachaux et Niestlé. Paris.
- FLAMENT,C. (1994). Structure , dynamique et transformation des représentations sociales. In: J.C.Abric (Ed), Pratiques sociales e représentations.Presses Universitaires de France. Paris.
- GILLY,M. (1980). Maitre-élève. Rôles institutionnels et représntations. Presses Universitaires de france. Paris.
- GRIZE,J.B. ; VERGES,P. ; SILEM,A. (1987). Salariés face aux nouvelles technologies. Vers une approche socio-logique des représentations sociales. éditions du CNRS. Paris.
- JODELET,D. (Ed). (1989). Les représentations sociales. Presses Universitaires de France. Paris.
- JOSEPH F.H. ; ANDERSON E. R. ; TATHAM R.L. ; BLACK W.C. (1992) Multivariate data analysis. Macmillan Publishing Company. New York.
- HENRY,G.T. (1990). Pratical sampling. London: Sage.
- HERZLICH,C. (1969). Santé et maladie. Analyse d'une représentation sociale. Hage Mouton.
- HEWESTONE,M. (1989). Causal attribution- from cognitive processs to collective beliefs. Basil Blackwell. Oxford.
- HOVLAND,C. ; SHERIF,M. (1952). Judgmental phenomena and scales of attitude measurement: Itens displacement in Thurstone scales. Journal of abnormal and social psychology n. 47, 822-832.
- HOVLAND,C. (1959). Personality and persuability. Yale University Press. New Haven.
- JODELET,D. (1984). Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie. In: S.Moscovici (Ed), Psychologie Sociale. Presses Universitaires de France. Paris.
- KAES,R. (1968). Images de la culture chez les ouvriers françaises. Cujas. Paris.

- KAES,R. (1974). représentations sociales et processus psychanalytiques sur les groupes de formation. Bulletin de Psychologie, 318 Tome XXVIII: 888-891.
- KAPFERER,J.N. (1992). Les marques capital de l'entreprise. Les Éditions D'Organization.Paris.
- KATONA,G. (1951). Psychological analyses of economic behavior. McGraw-Hill. New York.
- LASSWELL H. (1948). The structure of communication in society . In Lyman Bryson - The Communication of Ideas. Institute for Religious and Social Studies. New York.
- LAZARSELD, P. ; BERELSON B. ; GANDET H. (1948). The people's choice. Columbia University Press. New York.
- LIPIANSKY,E. (1979). L'âne française ou le national libéralisme. Anthropos. Paris.
- LITTLEJOHN, S.W. (1978). Theories of human communication. Bell & Howell Company.
- LYENS,J.P. (1983/1985). Sommes nous tous des psychologues?. (tradução portuguesa, As teorias da personalidade na dinâmica social. Verbo. Lisboa).
- LYENS,J.P. ;ASPEEL,S. ; MARQUES, J. (1987). Cognitions sociales et conduites psychologiques. In: J.L. Beauvois ; R. Joule ; J.M. Monteil. (Eds), Perspectives cognitives et conduites sociales, Vol I . Cousset. Deval.
- MARKUS,H. ; ZAJONC,R.B. (1985). The cognitive perspective in social psychology. In: G.Lindzey e E.Aronson (Eds) Handbook of Social Psychology. (3ªEd). Random House. New York.
- MARQUES,J. ; SOUSA,E. ;RODRIGUES,A. (1986). A representação social da justiça em Portugal. Análise Psicológica, 4 (3), 377-460.
- MAUSS,M. (1936/1978). Les techniques du corps. In: M.Mauss (Eds), Sociologie et Anthropologie. Presses Universitaires de France. Paris.

- MORRIS, C.W.(1939). Foundation of the theory of signs. In: O.Newrath, R.Carnap, C.W.Morris, International Encyclopedia of unified Science Vol I . University of Chicago Press. Chicago.
- McGUIRE, W.J. (1985). Attitudes and attitudes change. In G.Lindzey e E.Aronson (eds.) The Handbook of social psychology (vol II). Newbert Award Records: New York.
- MOSCOVICI, S. (1961). La psychanalyse, son image e son public. Presses universitaires de France (2^a Ed. 1976). Paris.
- MOSCOVICI,S. ; LAGE,E. (1976). Majority versus minority influence in a group. European Journal of Social Psychology, 6, 149-174.
- MOSCOVICI,S. ; HEWSTONE,M. (1984). Dela science au sens commun. In: S.Moscovici Psychologie socile, Presses Universitaires de France. Paris.
- MOSCOVICI,S. (1985). Comment on Potter and Litton. British Journal of Social Psychology, 24,91-92.
- MOSCOVICI, S. (1986). L'ère des representations sociales. In: W.Doise, A. Palmonori (Eds), L'étude des représentetions sociales. Neuchâtel, Delachaux et Niestlé. Paris.
- MOWEN,J.C. (1993). Consumer Behavior. Macmillan Publishing Company. New York.
- PALMONARI,A. ; POMBENI,M.L. ; ZANI,B. (1987). Social representation of psychologists, W.Doise e S. Moscovici (Ed), Current Issues in European Social Psychology, Vo II, Cambridge University Press. Cambridge.
- PARK,B ; HASTIE,R. (1987). Perception of varability in category development : instance-versus abstaction- based stereotypes. Journal of Personality and social *sychology, 53, 621-635.
- PIAGET,J. (1976). Seis estudos de psicologia. Dom Quixote. Lisboa.
- PIAGET,J. (1951). Pensée égocentrique et pensée sociocentrique. Chaiers Internatinaux de Sociologie, 10, 34-39.

- PEREIRA, O.G. (1981). *Psicologia económica: Disciplina do futuro*. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa.
- PLON, M. (1972). *Jeux et conflits*. In: S. Moscovici (Ed) *Introduction à la psychologie social*. Larousse. Paris.
- POESCHL, G. (1989). *L'intelligence: un concept à la recherche d'un sens*. Université de Genève.
- RIMÉ, B. (1984). *langage et communication*. In: S. Moscovici (Ed), *Psychologie Sociale*. Presses Universitaires de France. Paris.
- ROSA, A.S. (1993). *Social representations and attitudes: problems of coherence between the theoretical definition and procedure of research*. *Papers on Social representations*, vol 2 (3), 178-192.
- SCHIFFMAN, L.G. ; KANUK, L.L. (1991). *Consumer behavior*. Prentice-hall, Inc. New Jersey.
- SHANNON C. ; WEAVER W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press. Urbana.
- SYSTAT, Inc. (1990). *Systat*. Evanston. Illinois.
- THOMAS, W.I. ; ZNANIECKI, F. (1918). *The polish peasant in Europe and America*. Mass Badger. Boston.
- TOURAINE, A. (1978a). *La voix et le regard*. Éditions du Seuil. Paris.
- VALA, J. (1984). *La production sociale de la violence- représentations et comportements*. Université Catholique de Lovaina. (tese de doutoramento).
- VALA, J. (1992). *Representações sociais- para uma psicologia social do pensamento social*. In: J.Vala ; M.B.Monteiro (Eds) *Psicologia social*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.
- VERGES, P. (1985). *Interprétation au premier degré. L'analyse au plus près des propriétés mathématique*. *Informatique e Sciences Humaines* N°6, 27-40.

- VERGES,P. (1993). L'evocation de l'argent: une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. Bulletin de psychologie tome XLV N° 45, 203-209.

- VERGES,P. (1993). Suporte informático para analisar osistema central e periférico de uma representação. CNRS. Aix-en-Provence.

- VERGES,P. (1994). Approche du noyau central: propriétés quantitatives et structurales. In: Ch. Guimelli, Structures et transformations des représentations sociales. Delachaux et Niestlé. Paris.

- WINDISCH,V. ; JAEGGI,J.M. ; DERMAN,G. (1978). Xénophobie logique de la pensée populaire. L'Âge d' Homme. Lausanne.

- WINDISCH,V. (1982). Pensée sociale language en usage et logiques. L'Âge d'homme. Lausanne.

- ZEEGERS,W. (1988). Andere tijden, andere mensen. De sociale representatie van identiteit. UBB. Amesterdam.

ANEXO A

QUESTIONÁRIO

OS PORTUGUESES E O LEITE

No âmbito de um trabalho científico de Mestrado a decorrer no Instituto Superior de Psicologia Aplicada, pretendemos efectuar uma investigação sobre o processo como os Portugueses vêm o leite e o seu consumo.

Nas questões que se seguem, determinadas palavras podem parecer um pouco abstractas. O que lhe pedimos è que responda de forma mais espontânea escrevendo o que lhe ocorrer e não se preocupando com o que pode parecer certo ou errado.

Os dados são rigorosamente confidenciais e destinam-se exclusivamente a esta investigação.

Os nossos agradecimentos pelo vosso trabalho.

1ª PARTE

1. Consome leite?

sim ____

não ____

Se respondeu não passe para a questão nº4

2. Quantas vezes bebe leite?

várias vezes por dia ____

uma vez por dia ____

duas vezes por semana ____

uma vez por semana ____

3. Quando consome o leite?

pequeno almoço ____

refeições ____

lanche ____

deitar ____

4. Possui alguma marca preferida de leite? Qual/Quais?

5. Quais as marcas que conhece?

6. Quais as razões que o levam a escolher a marca de leite que consome?

2ª PARTE

1ª QUESTÃO

a. Qual o motivo porque, na sua opinião, o consumo do leite é importante?

Pode dar no mínimo 3 respostas e no máximo 8

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

b. Da lista anterior destaque as duas que são para si as mais importantes

2ª QUESTÃO

Complete as seguintes frases que lhe são dadas. Faça-o de forma espontânea.

a. O leite para mim significa _____

b. Quando vejo leite lembro-me _____

c. Bebo leite porque _____

d. Compro leite para _____

e. O leite transmite-me _____

3ª QUESTÃO

Tem aqui nesta questão dez palavras que estão relacionadas com o leite. Faça um traço de ligação entre as palavras que na sua opinião estão em relação. Uma palavra pode estar ligada a várias outras.

SAÚDE

VIGOR

ALEGRIA

VITAMINAS

JUVENTUDE

ENERGIA

DESINTOXICAR

BEBIDA

FRESCURA

VIDA

3ª QUESTÃO

Tem aqui uma lista de palavras que podem estar relacionadas com o consumo do leite. Pode neste contexto efectuar grupos de palavras que lhe pareçam estar relacionadas umas com as outras.

Pode construir vários grupos de palavras na página seguinte de acordo com a sua semelhança. Uma mesma palavra pode estar colocada só num ou em vários grupos. Algumas palavras podem não ser utilizadas.

Pede-se que dê um título a cada um dos agrupamentos que efectuou e que faça no mínimo dois e no máximo quatro.

LISTA DE PALAVRAS

- | | |
|---------------|---------------------|
| 1. bem estar | 16. maternidade |
| 2. alegria | 17. leveza |
| 3. vida | 18. pureza |
| 4. frescura | 19. brancura |
| 5. comida | 20. praia |
| 6. refresco | 21. sexo |
| 7. bebida | 22. juventude |
| 8. energia | 23. dexintoxicação |
| 9. natural | 24. descanso |
| 10. vigor | 25. campo |
| 11. vitaminas | 26. crianças |
| 12. infância | 27. idosos |
| 13. barato | 28. universal |
| 14. pobreza | 29. riqueza |
| 15. caro | 30. poder de compra |

a. agrupamentos

1º grupo

título do 1º grupo

2º grupo

título do 2º grupo

3º grupo

título do 3º grupo

4º grupo

título do 4º grupo

b. agora reúna os grupos que formou em dois

A. números _____

Título _____

B. números _____

Título _____

4ª PARTE

Agora serão abordadas algumas questões de natureza individual. Estas respostas também serão importantes para a nossa investigação. Elas serão sempre analisadas respeitando o anonimato total.

a. Qual o seu sexo?

feminino ____

masculino ____

b. Qual a sua idade?

idade ____

c. Qual a sua profissão?

d. Qual o seu grau de escolaridade? Indique em número de anos.

ANEXO B

QUESTIONÁRIO

OS PORTUGUESES E O LEITE

No âmbito de um trabalho científico de Mestrado a decorrer no Instituto Superior de Psicologia Aplicada, pretendemos efectuar uma investigação sobre o processo como os Portugueses vêm o leite e o seu consumo.

Nas questões que se seguem, determinadas palavras podem parecer um pouco abstractas. O que lhe pedimos è que responda de forma mais espontânea escrevendo o que lhe ocorrer e não se preocupando com o que pode parecer certo ou errado.

Os dados são rigorosamente confidenciais e destinam-se exclusivamente a esta investigação.

Os nossos agradecimentos pelo vosso trabalho.

1ª PARTE

1. Consome leite? sim ____ não ____

(Se respondeu não terminou aqui a sua colaboração - obrigado)

2. Quantas vezes bebe leite?

várias vezes por dia ____

uma vez por dia ____

duas vezes por semana ____

uma vez por semana ____

3. Quando consome o leite?

pequeno almoço ____

refeições ____

lanche ____

deitar ____

4. Possui alguma marca preferida de leite? Qual/Quais?

5. Quais as marcas que conhece?

6. Quais as razões que o levam a escolher as marcas de leite que consome?

7. Dos seguintes pares de marcas de leite que lhe indicamos assinale numa escala de 1 a 9 o grau em que lhe parece que elas são semelhantes.

Considere 1 não existem semelhanças - e 9 são muito iguais. Procure responder a todas as hipóteses.

AGROS __ GRESSO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

AGROS __ PLENO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

AGROS __ MIMOSA 1__2__3__4__5__6__7__8__9

AGROS __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

GRESSO __ PLENO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

GRESSO __ MIMOSA 1__2__3__4__5__6__7__8__9

GRESSO __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

PLENO __ MIMOSA 1__2__3__4__5__6__7__8__9

PLENO __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

MIMOSA __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

8. Para as marcas de leite anteriormente referidas pede-se que as ordene segundo as suas preferências nas seguintes situações, para beber, para cozinhar. Para cada uma das situações indicadas, beber e cozinhar comece por colocar 1 na sua marca preferida 2 para a seguinte e assim sucessivamente até 5.

beber

cozinhar

AGROS ____

GRESSO ____

PLENO ____

MIMOSA ____

SELECÇÃO ____

2ª PARTE

1ª QUESTÃO

a. Qual o motivo porque, na sua opinião, o consumo do leite é importante?

Pode dar no mínimo 3 respostas e no máximo 8

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

b. Da lista anterior destaque as duas que são para si as mais importantes

2ª QUESTÃO

Complete as seguintes frases que lhe são dadas. Faça-o de forma espontânea.

a. O leite para mim significa _____

b. Quando vejo leite lembro-me _____

c. Bebo leite porque _____

d. Compro leite para _____

e. O leite transmite-me _____

3ª QUESTÃO

Tem aqui uma lista de palavras que podem estar relacionadas com o consumo de leite. Pode neste contexto construir grupos de palavras que lhe pareçam estar relacionadas umas com as outras.

Pode construir vários grupos de palavras na página seguinte de acordo com a sua semelhança. Uma mesma palavra pode estar colocada só num ou em vários grupos. Algumas palavras podem não ser utilizadas.

Pede-se que dê um título a cada um dos agrupamentos que efectuou e que faça no mínimo dois e no máximo quatro.

LISTA DE PALAVRAS

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. Alimento completo | 15. Vacas |
| 2. Frescura | 17. Reconfortado |
| 3. Barato | 18. Família |
| 4. Energia | 19. Desintoxicação |
| 5. Bebida | 20. Crescer |
| 6. Complemento alimentar | 21. Leveza |
| 7. Natural | 22. Idosos |
| 8. Vitaminas | 23. Pureza |
| 9. Vida | 24. Pequeno almoço |
| 10. Natureza | 25. Calcio |
| 11. Deitar | 26. Saúde |
| 12. Maternidade | 27. Agradável |
| 13. Caro | 28. Crianças |
| 14. Juventude | 29. Fortificante |
| 15. Sexo | 30. Infância |

a. agrupamentos

1º grupo

título do 1º grupo

2º grupo

título do 2º grupo

3º grupo

título do 3º grupo

4º grupo

título do 4º grupo

b. agora reúna os grupos que formou em dois

A. números _____

Título _____

B. números _____

Título _____

4ª QUESTÃO

Tem aqui uma lista de palavras que normalmente aparecem associadas a marcas de leite. O seu trabalho consiste em procurar identificar quais são as palavras que no seu entender melhor descrevem cada uma das marcas. Para tal coloque uma cruz nas palavras com que melhor descreve cada uma das marcas.

palavra	Mimosa	Agros	Grosso	Matinal	Pleno	Seleccção
saboroso						
viver						
animais						
beleza						
cálcio						
idosos						
descanso						
campo						
natural						
desintoxica						
maternidade						
juventude						
alm.complet						
mãe						
corpo						
alegria						
bem estar						
qualidade						
pureza						
infância						
vida						
vitaminado						
vitalidade						
crescer						
forma						
calorias						
proteinas						
linha						
familia						

4ª PARTE

Agora serão abordadas algumas questões de natureza individual. Estas respostas também serão importantes para a nossa investigação. Elas serão sempre analisadas respeitando o anonimato total.

a. Sexo Feminino____ Masculino____

b. Idade_____

c. Profissão_____

d. Escolaridade? Indique em número de anos_____

e. Concelho _____

Nota: Se aparecesse uma marca de leite para grávidas como gostaria que lhe chamassem?

ANEXO C

QUESTIONÁRIO

OS PORTUGUESES E O LEITE

No âmbito de um trabalho científico de Mestrado a decorrer no Instituto Superior de Psicologia Aplicada, pretendemos efectuar uma investigação sobre o processo como os Portugueses vêm o leite e o seu consumo.

Nas questões que se seguem, determinadas palavras podem parecer um pouco abstractas. O que lhe pedimos è que responda de forma mais espontânea escrevendo o que lhe ocorrer e não se preocupando com o que pode parecer certo ou errado.

Os dados são rigorosamente confidenciais e destinam-se exclusivamente a esta investigação.

Os nossos agradecimentos pelo vosso trabalho.

1ª PARTE

1. Consome leite? sim ____ não ____

(Se respondeu não terminou aqui a sua colaboração - obrigado)

2. Quantas vezes bebe leite?

várias vezes por dia ____

uma vez por dia ____

duas vezes por semana ____

uma vez por semana ____

3. Quando consome o leite?

pequeno almoço ____

refeições ____

lanche ____

deitar ____

4. Possui alguma marca preferida de leite? Qual/Quais?

5. Quais as marcas que conhece?

6. Quais as razões que o levam a escolher as marcas de leite que consome?

7. Dos seguintes pares de marcas de leite que lhe indicamos assinale numa escala de 1 a 9 o grau em que lhe parece que elas são semelhantes. Considere 1 não existem semelhanças - e 9 são muito iguais. Procure responder a todas as hipóteses.

AGROS __ GRESSO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

AGROS __ PLENO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

AGROS __ MIMOSA 1__2__3__4__5__6__7__8__9

AGROS __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

GRESSO __ PLENO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

GRESSO __ MIMOSA 1__2__3__4__5__6__7__8__9

GRESSO __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

PLENO __ MIMOSA 1__2__3__4__5__6__7__8__9

PLENO __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

MIMOSA __ SELECÇÃO 1__2__3__4__5__6__7__8__9

8. Para as marcas de leite anteriormente referidas pede-se que as ordene segundo as suas preferências nas seguintes situações, para beber, para cozinhar. Para cada uma das situações indicadas, beber e cozinhar comece por colocar 1 na sua marca preferida 2 para a seguinte e assim sucessivamente até 5.

	beber	cozinhar
AGROS	___	___
GRESSO	___	___
PLENO	___	___
MIMOSA	___	___
SELECÇÃO	___	___

2ªPARTE

1ª QUESTÃO

a. Qual o motivo porque, na sua opinião, o consumo do leite é importante?

Pode dar no mínimo 3 respostas e no máximo 8

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

b. Da lista anterior destaque as duas que são para si as mais importantes

2ª QUESTÃO

Complete as seguintes frases que lhe são dadas. Faça-o de forma espontânea.

a. O leite para mim significa _____

b. Quando vejo leite lembro-me _____

c. Bebo leite porque _____

d. Compro leite para _____

e. O leite transmite-me _____

3ª QUESTÃO

Tem aqui uma lista de palavras que podem estar relacionadas com o consumo de leite. Pode neste contexto construir grupos de palavras que lhe pareçam estar relacionadas umas com as outras.

Pode construir vários grupos de palavras na página seguinte de acordo com a sua semelhança. Uma mesma palavra pode estar colocada só num ou em vários grupos. Algumas palavras podem não ser utilizadas.

Pede-se que dê um título a cada um dos agrupamentos que efectuou e que faça no mínimo dois e no máximo quatro.

LISTA DE PALAVRAS

- | | |
|-----------------|---------------------------|
| 1. Vacas | 16. Vida |
| 2. Vitaminas | 17. Pequeno almoço |
| 3. Pureza | 18. Natural |
| 4. Leveza | 19. Juventude |
| 5. Idosos | 20. Infância |
| 6. Fortificante | 21. Alimento completo |
| 7. Bebida | 22. Agradável |
| 8. Maternidade | 23. Natureza |
| 9. Família | 24. Frescura |
| 10. Energia | 25. Desintoxicação |
| 11. Deitar | 26. Saúde |
| 12. Cálcio | 27. Complemento alimentar |
| 13. Crescer | 28. Crianças |
| 14. Sexo | 29. Caro |
| 15. Barato | 30. Reconfortado |

a. agrupamentos

1º grupo

título do 1º grupo

2º grupo

título do 2º grupo

3º grupo

título do 3º grupo

4º grupo

título do 4º grupo

b. agora reúna os grupos que formou em dois

A. números _____

Título _____

B. números _____

Título _____

4ª QUESTÃO

Tem aqui uma lista de palavras que normalmente aparecem associadas a marcas de leite. O seu trabalho consiste em procurar identificar quais são as palavras que no seu entender melhor descrevem cada uma das marcas. Para tal coloque uma cruz nas palavras com que melhor descreve cada uma das marcas.

palavra	Mimosa	Agros	Grosso	Matinal	Pleno	Seleção
saboroso						
viver						
animais						
beleza						
cálcio						
idosos						
descanso						
campo						
natural						
desintoxica						
maternidade						
juventude						
alim.complet						
mãe						
corpo						
alegria						
bem estar						
qualidade						
pureza						
infância						
vida						
vitaminado						
vitalidade						
crescer						
forma						
calorias						
proteinas						
linha						
familia						

5ª QUESTÃO

Ainda relativo ao leite, indique os seus derivados que se recorda de uma forma espontânea

Para cada um desses derivados indique as palavras que lhe ocorrem. Escreva novamente o derivado com as palavras que lhe associa.

4ª PARTE

Agora serão abordadas algumas questões de natureza individual. Estas respostas também serão importantes para a nossa investigação. Elas serão sempre analisadas respeitando o anonimato total.

a. Sexo Feminino___ Masculino___

b. Idade_____

c. Profissão_____

d. Escolaridade? Indique em número de anos_____

e. Concelho _____

Nota: Se aparecesse uma marca de leite para grávidas como gostaria que lhe chamassem?

ANEXO D

MOT :

0110 1* bebida agua 2 alimentacao 3* nutrientes organi
smo
0108 1* saude
crescer 2* calcio 3 agradavel
4 complemento 5 desintoxicacao 6 tem vitaminas
0106 1* ca
lmante 2 bom alimento completo 3* tem calcio 4 desintoxicacao
0441 1* alimentacao 2 alimento essencial doentes 3* crescer saudavel b
ebe crianas
0109 1* vita
minas 2 crescimento 3 proteina
s vida 4* calcio dentes 5 energia forcas
0125
1* natural 2 puro 3* aliment
o-completo organismo 4 compativel alimentos
0106 1* calmante 2 bom alimento completo 3* tem calcio 4 desintoxicacao
0258 1* saude ulcera-
estomago 2* crescer crianas s
audavel 3 ossos calcio 4 alimento completo
0106 1* calmante 2 bom alimento completo 3* tem calcio 4 d
esintoxicacao
0101
1 alimento-essencial organismo
2 energia 3* alimento-completo 4 ajuda crescimento

MOT : adolescentes

0326 1* alimentacao 2* crianas adolescentes desenvolvimento 3 saude id
osos 4 calmante

MOT : adormecer

0107 1* crescimento 2* alime
nto-completo proteinas 3 calmante adormecer

MOT : agradavel

0135 1* desintoxica
cao tabaco 2 crescer 3* energia 4 satisfacao
0112
1* alimento-completo 2* ali
mento-essencial desenvolvimento 3 satisfacao 4 bebida reconfortante
0328
1* alimento-essencial 2 gostar prazer 3* crianas
0388 1* saudavel agrad
avel 2* calcio vitaminas 3 bebida prazer
0423 1* calcio vi
taminas ferro 2* infancia cres
cer alimento-essencial 3 saboroso agradavel
0419 1* alime
ntacao saudavel 2* ossos calcio 3 agradavel
0407 1* cresce
r 2* alimento-completo 3 fresco 4 agradavel 5 cereais 6 alimentacao
0436 1* alimentacao nutritiv
o 2 alimento-essencial crianas 3 agradavel saboroso
0399
1* calcio 2* alimento-completo 3 agradavel 4 facil-utilizacao 5 saude 6
barato
0398

0386 1* saudavel 2* vitaminas 3 bebida agradavel
 1 bebida agradavel cafe cacau 2* vitaminas 3* de
 rivados queijo 4 sobremesas 5 primeiro-alimento
 6 desintoxicacao
 0388 1* saudavel agradavel 2* calcio vitaminas 3 bebida
 prazer
 0379 1 alimento-
 completo 2 crescer 3* saudavel 4* agradavel
 0356 1 calcio vitaminas 2* agradavel 3* alimenta
 0342 1* desintoxi
 cacao vitaminas 2 calcio 3 bebida agradavel
 0336 1* alimento-completo 2* agradavel bebida 3 facil-utilizacao 4 fa
 cil-digestao
 0335 1* alimento-completo 2 vitam
 inas minerais 3* desintoxicacao 4 agradavel bebida
 0316 1* complemento 2 bebida agradavel 3* saudavel curar
 0329 1* alimento-completo 2* saboroso agradavel 3 alimentacao
 0321 1* agradavel 2 saude 3* refresco bebida
 0239 1* saude 2 agradavel 3* alimentacao
 0286 1 saude 2 agradavel
 0298 1* calcio 2 agradavel 3* preparacao-simples 4 compl
 emento-alimentar cereais
 0246 1 crescer crianas 2* o
 ssos 3 vitaminas 4 esteoporose 5* agradavel
 0253 1* a
 limento-completo 2 alimento-manha agradavel 3* crescer
 0243 1 desintoxicacao
 2 analgesico cura 3* saudavel 4* agradavel
 0170 1*
 energetico 2* alimento-completo 3 agradavel digestao-facil 4 barato
 0211 1 alimento-completo
 2* vitaminas 3* desintoxicacao 4 agradavel
 0217 1* saudavel 2 alimento-essencial agradavel 3* base-alimentos
 0169 1* habito 2* ulcera-estomago 3 agradavel
 0153 1 cres
 cer crianas 2* vitaminas 3* c
 alcio ossos 4 calmante 5 desin
 toxicacao 6 frescura verao bebida agradavel
 0157 1* alimento-completo 2 bebida agradavel natural 3* primeiro-alimento
 infancia
 0103 1* alimento-
 completo 2* ossos 3 crescimento 4 agradavel bebida inverno
 0113 1* alimento-completo 2 agradavel bebida proteinas 3* materno c
 riancas doencas 4 desintoxicacao fumos incendio
 0120 1* nutritivo 2* agradavel 3 multiplicidade combinacoes
 0102 1* alimento saudavel
 2* vitaminas proteinas aliment
 o-essencial crescimento 3 ossos 4 agradavel calmante deitar
 0116 1* agradavel saude 2* proteinas calcio 3 l
 iquido
 0108 1* saude crescer 2* calcio 3 agradavel 4 complemento 5 desintoxicaca
 o 6 tem vitaminas
 0126 1 frescu
 ra 2* energia 3* saude 4 desin
 toxicacao 5 vitaminas 6 crescer 7 agradavel 8 fortificante
 0376 1* agradavel 2* nutritivo 3* facil-utiliza
 cao

0447 1* elementos
-essenciais 2* crescer 3 saboroso agradável

MOT : alimentacao

0267 *
1* alimento-toda-idade 2 crianças crescer
3 crianças-estudo 4* alimento-doentes

0374 1* saúde 2 alimento-essencial 3 alimento-todas-idades
0373 1* saúde 2 alimento-todas-idades 3* vitaminas
0290 1* alimento-completo 2
* calcio 3 bebida-nao-alcoolica 4 alimento-todas-idades 5 maternidade 6 v
ida vitaminas 7 desintoxicacao tabaco
0299 1 nutritivo alimento-todas-idades 2 crescer 3* osso
s 4 pele 5* fortificante
0297 1* alimento-completo 2 alimento-todas-idades 3* alimentacao
0236 1* alimento-completo 2 alimento-leve 3* crianças ossos dentes
0378 1 facil-utilizacao 2* saboroso 3* alimenta
0356 1
calcio vitaminas 2* agradável 3* alimenta
0322 1* desintoxicacao 2* saúde 3 alimenta
0446 1* saudável 2 energias 3 alimentacao crianças
0441 1* alimentacao 2 alimento essencial doente
s 3* crescer saudável bebe crianças
0421 1* desintoxicaca
o saúde-colon 2 pequeno-almoco 3* alimentacao nutritivo
0414 1 energias 2* saudável 3* alimentacao
0419 1* alimentacao saudável 2* ossos calcio 3
agradável
0407 1
* crescer 2* alimento-completo
3 fresco 4 agradável 5 cereais 6 alimentacao
0427 1* saúde 2* alimentacao
0413 1* nutritivo 2* alimentacao 3 desintoxicacao tabaco 4 s
audável
0425 1* ossos ulcera-estomago 2 alimentacao 3 gostar saboroso
0422 1* saúde 2* desintoxicacao 3 alimentacao
0420 1* alimentacao elementos-essenciais vitami
nas 2* dieta 3 calmante
0418 1 saúde 2* alimentacao 3 estimulante calmante
0417 1* desintoxicacao 2 refrescante 3 alimentacao crescer
0436 1* alimentacao nutritivo 2 alimento-essenc
ial crianças 3 agradável saboroso
0410 1* desintoxicacao tabaco 2* alimentacao crescer crianças 3 alimento
-completo saudável
0395 1 saúde 2 alimentacao 3* desintoxicacao tabaco 4*
vitaminas
0384 1* alimentacao alimento-essencial 2* calci
o ossos
0350 1 alimentacao 2* alimento-completo minera
is proteínas vitaminas
0348 1* saúde 2* alimento-completo 3 alimentacao saudável
0351 1* saudável 2 rico 3*
refrescante 4 alimento-completo 5 alimentacao
0311 1* alimentacao saudável 2* proteínas 3 beb
ida-regrada
0326 1* alimentacao 2* crianças adolescentes de
senvolvimento 3 saúde idosos 4 calmante
0334 1* fortalece 2 calmante 3 alimentacao

0329 1* alimento
 -completo 2* saboroso agradavel 3 alimentacao
 0325 1* saude 2* alimentacao 3 saboroso
 0330 1* alimentacao 2* saude 3 alimento-complet
 o
 0313 1* desintoxicacao
 2 saboroso 3 alimento-completo 4 alimentacao 5 branco 6 calmante
 0291 1* calcio 2* ali
 mento-essencial desenvolvimento 3 alimentacao saudavel
 0287 1* alimento-compl
 eto crescer 2* proteinas 3 bebida alimentacao
 0273 1* ossos cres
 cer desenvolvimento 2 saudavel 3* alimentacao
 0297 1* alimento-co
 mpleto 2 alimento-todas-idades 3* alimentacao
 0295 1* saude alimentacao 2 bebida-nao-alcoolica 3* a
 limentacao-leve
 0272 1* minerais 2* alimentacao 3 alimento-manha
 0276 1* vitaminas 2* alimentacao 3 bebida-rapida
 0277 1 minera
 is 2* alimento-completo nutritivo alimentacao bebida 3 saboroso-frio 4 de
 sintoxicacao tabaco
 0281 1* saude 2 alimentacao 3* ossos
 0239 1* saude 2 agradavel 3* alimentacao
 0234 1* ener
 gias 2* vitaminas saude crescer 3 alimentacao 4 ossos
 0261 1* alimentacao vitaminas proteinas 2* desi
 ntoxicacao 3 saude
 0200 1* elementos-essenciais alimentacao proteinas gorduras 2 calman
 te 3 desintoxicacao 4 imunizante 5 calcio 6* be
 bida alimento-completo.essencial-bebe essencial
 -idosos
 0162 1* alimento-comple
 to 2 desintoxicacao 3* saudavel 4 alimentacao
 0164 1* saude 2 energias 3* alimentacao saudavel
 0179 1* crescer 2 calcio 3 saude 4* alimentacao
 0171 1* alimentacao 2* ossos 3 cozinhar
 0185 1* alimentacao 2* nutritivo crianas 3 cal
 cio
 0177 1* saude ulcera
 -estomago 2 energias 3* crescer 4 alimentacao
 0186 1* alimentacao organismo 2* desintoxicacao
 0134 1* alimento-completo 2* alimentacao 3.verao refresco
 0146 1* alimentacao saude 2* crescer crianas 3
 vitaminas
 0154 1* alimento-c
 ompleto 2* tolerancia-organismo 3 alimentacao curar
 0140 1* alimento-completo 2 alimentacao saudavel desintoxicacao 3*
 primeiro-alimento crianas
 0124 1* calcio 2 gostar 3* alimentacao
 0110 1* bebida agua 2 alimentacao 3* nutrientes organismo
 0122 1* alimento-essencial des
 envolvimento saude corpo 2* pr
 oteinas complemento crescimento 3 alimentacao ossos dentes saudavel
 0105 1* minerais c
 alcio fosforo 2* desintoxicacao 3 alimentacao
 0111 1* alimento-completo bebida alimentacao 2* reconfortante 3 saudavel
 0114 1* calcio 2* alimentacao 3 vitaminas 4 proteinas
 0233 1*
 alimento-completo 2* crescer

desenvolvimento 3 proteínas 4
 musculos 5 calcio raquitismo 6
 sais-minerais enzimas gorduras 7 alimentacao-basica ferro fosforo
 0223 1 alimentacao-basica 2* calorias 3* prote
 inas
 0232 1* desintoxicacao 2 alimentacao-basica 3* nutritivo
 0251 1* os
 sos-criancas 2 calcio 3* energias alimentacao-desportistas
 0295 1* saude alim
 entacao 2 bebida-nao-alcoolica 3* alimentacao-leve
 0294 1* alimen
 to-completo alimento-essencial 2* alimentacao-racional 3 alimento-bebe
 0209 1* alimento-nutrientes 2* alimentacao-refeicao 3 bebida refresco
 4 crescer
 0292 1* calcio 2* minerais 3 crescer alimento-adultos alimento-idosos intest
 inos
 MOT : alimentacao-idosos
 *
 0225 1* alimento-com
 pleto 2 crescer 3* energias en
 ergia-mental 4 criancas crescer 5 alimento-idosos
 0292 1* calcio 2* mi
 nerais 3 crescer alimento-adultos alimento-idosos intestinos
 MOT : alimentacao-racional
 *
 0207 1* saude 2 alimento-magro 3* criancas bebes doente
 S
 MOT : alimento-bebe
 *
 0433 1 saude 2 elementos-essenciais 3* alimento-bebe
 0294 1*
 alimento-completo alimento-es
 sencial 2* alimentacao-racional 3 alimento-bebe
 0265 1* aliment
 o 2 energias 3 forca 4 crescer 5* alimento-bebe
 0216 1 vitaminas proteinas 2 alimento-bebe 3* alimento-completo 4 cr
 escer saudavel 5 barato
 MOT : alimento-completo
 *
 0193 1* ossos 2 vitaminas 3* valor-alimentar
 0190 1* saude 2 pureza 3* valor-alimentar
 0351 1* saudavel 2 rico 3* refrescante 4 alimento-completo
 5 alimentacao
 0293 1* p
 roteinas 2* minerais 3 alimen
 to-completo 4 gordura-controlada 5 alimento-qualidade 6 barato
 0209 1* alimento-nutrientes 2* alimentacao-refe
 icao 3 bebida refresco 4 crescer
 0338 1* ossos 2* alimento-completo 3 crescer
 0352 1* calcio 2 bebida vitaminas 3 alimento-completo elementos-essenciais
 vida
 0371 1* alimento-completo vitaminas minerais 2*
 ossos 3 calcio fosforo
 0307 1* alimento-completo 2* desintoxicacao 3 e
 mpresas-trabalho
 0336 1* alimento-completo 2* agradavel bebida 3
 facil-utilizacao 4 facil-digestao

0324 1 saude 2 calcio 3* alimento-completo 4* crianas crescer
0313
1* desintoxicacao 2 saboroso 3 alimento-completo 4 alimentacao 5 branco
o 6 calmante
0363
1 calmante 2* desintoxicacao 3 alimento-completo 4* ossos
0348 1* saude 2* alimento-completo 3 alimentacao saudave
l
0366 1 proteinas 2 natural 3 alimento-completo
0349 1 gostar 2* ossos 3* alimento-completo
0335 1* alimento-completo 2 vitaminas minerais
3* desintoxicacao 4 agradavel bebida
0337 1* crescer 2 alimento-completo 3 ossos alimento-esse
ncial
0304 1* alimento-completo 2 crescer 3 natural
0320
1 saude 2* desintoxicacao 3* alimento-completo
0315 1* alimento-completo alimento-essencial de
senvolvimento 2 facil-utilizacao 3 cozinhar
0312 1 natural 2 alimento-completo
0297 1* alimento-completo 2 alimento-todas-idad
es 3* alimentacao
0233 1* alimento-completo 2* crescer desenvolvi
mento 3 proteinas 4 musculos 5 calcio raquitism
o 6 sais-minerais enzimas gorduras 7 alimentaca
o-basica ferro fosforo
0290 1* alimento-completo 2* calcio 3 bebida-na
o-alcoolica 4 alimento-todas-idades 5 maternida
de 6 vida vitaminas 7 desintoxicacao tabaco
0279 1* alimento-completo 2* desintoxicacao tab
aco 3 coracao
0268 1* proteinas vitaminas 2 alimento-completo 3* alimento-doentes a
limento-criancas
0287 1* alimento-completo crescer 2* proteinas
3 bebida alimentacao
0283 1* calc
io ossos dentes 2* alimento-manha alimento-completo 3 gostar
0285 1 cre
scer 2* calcio vitaminas ferro 3* alimento-completo
0330 1* alimentacao 2* saude 3 alimento-completo
0329 1* alimento-completo 2* saboroso agradavel
3 alimentacao
0310 1* nutritivo 2 alimento-completo 3* alimento-essencial
crescer saudavel
0305 1* alimento-completo 2 multiusos 3 sabores
o 4 barato 5 facil-utilizacao 6 complemento 7 b
olos 8 cozinhar
0284 1 vitaminas 2 alimento-completo 3* saude
0296 1* juventude 2 ossos 3* alimento-completo alimento-essencial
0301 1* saude 2 crescer 3 alimento-completo
0293 1* proteinas 2* minerais 3 alimento-completo 4 gordura-controlada
5 alimento-qualidade 6 barato
0294 1* alimento-completo alimento-essencial 2*
alimentacao-racional 3 alimento-bebe
0262
1 energias 2* crianas crescer 3* alimento-completo
0253 1* alimento-completo 2 alimento-manha agra
davel 3* crescer
0236 1* alimento-completo 2 alimento-leve 3* cr
iancas ossos dentes
0263 1* alimento-completo bebida 2 saudavel 3*
natural 4 energias
0265 1* alimento-completo 2 energias 3 forca 4
crescer 5* alimento-bebe

0238 1* calcio 2* alimento-completo 3 desintoxicacao
 0235 1*
 vitaminas 1*
 0237 2 energias 3* alimento-completo 4 produtores-nacionais
 1 alimento-completo 2* calcio 3* vitamina
 0245 1* saude 2 natural 3* alimento-completo
 0259 1 crianças 2* alimento-completo 3* complemento-alimen
 tar
 0250 1* alimento-completo 2 vitaminas 3* equili
 brado
 0208 1* ali
 mento-crianças crescer 2* ossos 3 alimento-completo
 0231
 1* desintoxicacao tabaco 2* saude alimento-completo 3 habito
 0201 1* equilibrio
 -metabolico 2 energias 3 saude 4* alimento-completo
 0219 1 h
 abito saude 2* crianças escola 3* alimento-completo
 0211 1 alimento-completo 2* vitaminas 3* desin
 toxicacao 4 agradavel
 0216 1 vitam
 inas 1*
 0200 1* elementos-essencia
 is alimentacao 2*
 0225 1* alimento-completo 2 crescer 3* energias
 energia-mental 4 crianças crescer 5 alimento-i
 dosos
 0214 1 alimento-completo 2 crescer 3 saudavel
 4 energias
 0212 1* alimento-completo 2* crianças crescer 3
 primeiro-alimento 4 barato
 0227 1 vitaminas 2* alimento-completo 3* ossos 4 crescer
 0162 1* alimento-completo 2 desintoxicacao 3* s
 audavel 4 alimentacao
 0170 1* energetico 2* alimento-completo 3 agradavel digestao-
 facil 4 barato
 0199
 1 propriedades 2* saudavel 3* alimento-completo
 0167 1* ossos 2 alimento-completo 3 calmante 4* desinto
 xicacao
 0195 1* crescer 2* alimento-completo 3 calcio
 0165 1 alimento-completo 2* desintoxicacao tab
 aco 3 frescura refresca
 0269 1* alimento-completo 2* nutritivo 3 cresce
 r
 0275 1* alimento-completo 2* componente-doces 3
 natural
 0274 1 saude 2 alimento-completo 3 saboroso
 0277 1 minerais 2* alimento-completo nutritivo alimentacao
 bebida 3 saboroso-frio 4 desintoxicacao tabaco
 0157 1* alimento-completo 2 bebida agradavel na
 tural 3* primeiro-alimento infancia
 0154 1* alimento-completo 2* tolerancia-organis
 mo 3 alimentacao curar
 0129 1* alimento-completo 2 ossos 3* proteinas
 calcio
 0140 1* alimento-completo 2 alimentacao saudave
 1 desintoxicacao 3* primeiro-alimento crianças

0136 1* saude 2 crescer 3* alimento-completo
 0147 1* lactose 2* vi
 taminas proteinas sais-minerais 3 alimento-completo
 0403 1* calcio 2 proteinas 3* alimento-completo 4 desintoxicacao
 0133 1* sa
 udavel 2 nutritivo 3 vitaminas 4* alimento-completo 5 desintoxicacao
 0152 1* saude 2* alimento-completo 3 multi-usos
 0134 1* alimento-completo 2* alimentacao 3.vera
 o refresco
 0107 1* crescimento 2* alimento-completo proteinas 3 calmante
 adormecer
 0125 1* natural 2 puro 3* alimento-completo organismo 4 compative
 1 alimentos
 0103 1* alimento-completo 2* ossos 3 cresciment
 o 4 agradavel bebida inverno
 0101 1 alimento
 -essencial organismo 2 energia 3* alimento-completo 4 ajuda crescimento
 0117 1* alimento-completo 2* calcio ossos dente
 s 3 alimento-essencial organismo
 0118 1* alimento-completo 2 natural 3* puro
 0111 1* alimento-completo bebida alimentacao 2*
 reconfortante 3 saudavel
 0112 1* alimento-completo 2* alimento-essencial
 desenvolvimento 3 satisfacao 4 bebida reconfor
 tante
 0113 1* alimento-completo 2 agradavel bebida pr
 oteinas 3* materno crianas doencas 4 desintoxi
 cacao fumos incendio
 0228 1* alimento-completo 2* ossos-juventude 3
 ossos-idosos 4 calmante
 0156 1* desintoxicacao 2* alimento-completo
 0314
 1* complemento calcio proteinas 2 alimento-equilibrado 3 alimento-noturno
 4* cozinhar
 0180 1 natural alimento-completo 2* vitaminas sais-min
 erais 3 proteinas calorias energias 4* anticorp
 OS
 0141 1 saude 2* saboroso 3* alimento-completo
 0173 1* calcio 2 alimento-completo 3 fortificante
 0397 1* saudavel 2* alimento-completo 3 calcio
 0382 1* alimento-completo 2 crescer 3* energias
 0381 1* calcio 2 alimento-completo 3 gostar saboroso 4*
 desenvolvimento
 0344 1* alimento-completo 2* osteoporose 3 evel
 hecimento-evita
 0351 1*
 saudavel 2 rico 3* refrescante 4 alimento-completo 5 alimentacao
 0350 1 alimentacao 2* alimento-completo minerais proteinas vi
 taminas
 0340 1* alimento-e
 ssencial saude crianas idosos 2* alimento-completo 3 calcio proteinas 4
 curar 5 cozinhar
 0367 1* cre
 scer crianas 2 desintoxicacao 3* alimento-completo
 0444 1* dieta 2* saudavel 3 alimento-completo 4 barato 5 complement
 o-alimentar
 0445 1* alimento-completo crescer saudavel 2 en
 ergias 3 energia-mental 4 crianas
 0410
 1* desintoxicacao tabaco
 2* alimentacao crescer crianas 3 alimento-completo saudavel
 0407 1* crescer 2* alimento-completo 3 fresco 4 agradavel
 5 cereais 6 alimentacao

0434 1* alimento-completo complemento-alimentar
 2* saude doentes 3 ossos crescer crianças

0429 1* alimento-completo 2* bebida complemento
 -alimentar 3 calcio

0426 1* alimento-completo 2 primeiro-alimento 3
 * calmante

0392 1 calmante 2* ossos 3* alimento-completo 4 calcio 5 saudavel
 0389 1* alimento-completo 2* alimento-essencial
 desenvolvimento crianças 3 calcio

0405 1* desintoxicacao 2 alimento-completo 3 saudavel
 0391 1*ossos 2* saudavel alimento-completo 2 saude
 0394 1 crescer 2 calcio
 3* desintoxicacao 4 vitaminas 5* alimento-completo

0385 1* alimento-completo 2* fortificante 3 ref
 rescante

0406 1 alimento-completo 2* calcio 3 ossos 4*
 crescer crianças

0390 1* ossos 2 energias 3* alimento-completo
 0372 1* alimento-essencial alimento-completo 2 idosos crianças 3*
 calcio

0399 1* calcio 2* alimento-completo 3 agradavel 4 facil-u
 tilizacao 5 saude 6 barato

0379 1 alimento-completo 2 crescer 3* saudavel
 4* agradavel

0401 1* calcio 2* alimento-completo equilibrado 3 vitamin
 as

MOT : alimento-crianças

*

0268 1* proteinas vitaminas 2 alim
 ento-completo 3* alimento-doentes alimento-crianças
 0346 1* saude 2* calcio 3 alimento-crianças crianças
 0208 1* alimento-crianças crescer 2* ossos 3 al
 imento-completo

0270 1* saudav
 el 2 energias 3* alimento-doentes alimento-crianças crescer

MOT : alimento-doentes

*

0270 1* saudavel 2 energias 3* alimento-doentes alimento-crianças cres
 cer

0268 1* proteinas
 vitaminas 2 alimento-completo 3* alimento-doentes alimento-crianças

0267 1* alimento-toda-idade 2 cria
 nças crescer 3 crianças-estudo 4* alimento-doentes

MOT : alimento-essencial

*

0200 1* elemen
 tos-essenciais alimentacao pro
 teinas gorduras 2 calmante 3 d
 esintoxicacao 4 imunizante 5 c
 alcio 6* bebida alimento-completo essencial-bebe essencial-idosos

0200 1* elementos-essenciais
 alimentacao proteinas gorduras
 2 calmante 3 desintoxicacao 4
 imunizante 5 calcio 6* bebida
 alimento-completo essencial-bebe essencial-idosos

0435 1* alimento-essencial 2 crescer 3* saudave
 l 4 nutritivo

0389 1* alimento-completo 2* alimento-essencial desenvolvimento cria
 nças 3 calcio

0384 1* alimentacao alimento-essencial 2* calcio ossos
 0423 1* calcio vi
 taminas ferro 2* infancia crescer alimento-essencial 3 saboroso agradavel
 0424 1* ossos calcio 2 alimento-essencial crianas 3 saude
 0439 1* alimento-essencial 2* crescer crianas
 3 calmante energias
 0436 1* alimentacao nutritivo 2 alimento-essencial crianas 3 agradavel
 saboroso
 0343 1* vitaminas 2* desintoxic
 acao 3 bebida sede fresco 4 saude alimento-essencial
 0340 1* alimento-essencial saude crianas idoso
 s 2* alimento-completo 3 calcio proteinas 4 cur
 ar 5 cozinhar
 0337 1* cr
 escer 2 alimento-completo 3 ossos alimento-essencial
 0364 1 alimento-essencial 2 desintoxicacao 3*
 vitaminas 4* calcio
 0359 1* vitaminas 2* ossos 3 alimento-essencial crescer desenvolvime
 nto crianas
 0370 1* saude 2 alimento vitaminas 3 alimento-essencial vida
 0368 1 saude alimento-essencial 2* gorduras 3* ossos
 0333 1 alimento-essencial saude 2* calcio idos
 os 3* ossos
 0323 1* ossos calcio 2 alimento-essencial 3* calmante
 0315 1* alimento-completo alimento-essencial desenvolvimento 2 fa
 cil-utilizacao 3 cozinhar
 0306 1* alimento-essencial 2* minerais vitamina
 s 3 facil-digestao
 0328 1* alimento-essencial 2 gostar prazer 3* c
 riancas
 0310 1*
 nutritivo 2 alimento-completo 3* alimento-essencial crescer saudavel
 0300 1 alimento-essencial 2* calcio 3* saude
 0271 1* saude 2 crescer saudavel 3* alimento-essencial
 0291 1* calcio 2* alimento-essencial desenvolvimento 3 al
 imentacao saudavel
 0294 1* alimento-completo alimento-essencial 2* alimentacao-racio
 nal 3 alimento-bebe
 0288 1* alimento-essencial crescer desenvolvime
 nto 2* fresco bebida-associada 3 cozinhar
 0302 1* calcio vitaminas 2 alimento-essencial 3 ossos
 0296 1* juven
 tude 2 ossos 3* alimento-completo alimento-essencial
 0266 1* saude 2 alimento-essencial 3* crianas crescer
 saudavel 4 vida-saudavel
 0217 1* saudavel 2 alimento-essencial agradavel 3* base-al
 imentos
 0218 1* calcio 2 alimento-essencial vitaminas 3* saude
 0191 1 c
 rescer 2* sais-minerais vitami
 nas proteinas 3* desintoxicacao 4 alimento-essencial
 0150 1 gostar 2 alimento-essencial organismo 3* nutriti
 vo
 0142 1* complemento 2 calmante 3* alimento-essencial
 0143 1*
 vitaminas proteinas 2 energia 3* alimento-essencial desenvolvimento
 0102 1* aliment
 o saudavel 2* vitaminas proteinas alimento-essencial crescimento 3 ossos

0123 4 agradável calmante deitar
 1* saudável 2* complemento alimento-essencial crescimento 3 bem-estar

0122 1* alimento-essencial desenvolvimento saud
 e corpo 2* proteínas complemento crescimento 3
 alimentação ossos dentes saudável

0117 1* alimento-
 completo 2* cálcio ossos dentes 3 alimento-essencial organismo

0112 1* alimento-completo 2* alimento-essencial desenvolvimento 3 sa
 tisfação 4 bebida reconfortante

0101 1 alimento-essencial organismo 2 energia
 3* alimento-completo 4 ajuda crescimento

0387 1 bebida idosos 2* cálcio 3* alimento-essencial

0372 1* alimento-essencial alimento-completo 2
 idosos crianças 3* cálcio

0402 1* proteínas vitaminas 2
 energias 3 fortificante 4* saúde alimento-essencial

0374 1* saúde 2 alimento-essencial 3 alimento-todas-ida
 des

0132 1* gostar bebida 2* saúde 3 alimento

0106 1* calmante 2 bom alimento completo 3* tem cálcio 4 desin
 toxicação

0102 1* alimento saudável 2* vitaminas proteina
 s alimento-essencial crescimento 3 ossos 4 agra
 dável calmante deitar

0168 1* alimento 2* saboroso 3 facilidade-utili
 zação

0258 1* saud
 e úlcera-estômago 2* crescer c
 rianças saudável 3 ossos cálcio 4 alimento completo

0441 1* alimentação 2 alimento essencial doentes 3* crescer s
 audável bebe crianças

0411 1* alimento natural 2 crescer crianças 3*
 lactose cálcio

0370 1* saúde 2 alimento vitaminas 3 alimento-essencial
 vida

MOT : alimento-manhã

0283 1* cálcio ossos dentes 2* alimento-manhã alimento-completo 3 gost
 ar

0272 1* minerais 2* alimentação 3 alimento-manhã

0253 1* alimento-completo 2 alimento-manhã agradável 3* crescer

0149 1* saúde 2* energias 3 alimento-manhã 4 estudantes

MOT : alimento-noturno

0314 1* complemento cálcio p
 proteínas 2 alimento-equilibrado 3 alimento-noturno 4* cozinhar

MOT : analgésico

0243 1 desintoxicação 2 analgésico cura 3* saudável 4* agradável
 1

MOT : anticorpos

0180 1 natural alimento-compl
 eto 2* vitaminas sais-minerais
 3 proteínas calorias energias 4* anticorpos

MOT : barato

0444 1* dieta
2* saudavel 3 alimento-completo 4 barato 5 complemento-alimentar

0305 1* alimento-completo 2 multiusos 3 saboroso 4 barato 5 facil-utilizacao 6 complemento 7 bolos 8 cozinhar

0399 1* calci
o 2* alimento-completo 3 agradavel 4 facil-utilizacao 5 saude 6 barato

0212 1* alimento-completo 2* crianas crescer 3 primeiro-alimento 4 barato

0216 1 vitaminas prot
einas 2 alimento-bebe 3* alimento-completo 4 crescer saudavel 5 barato

0163 1* saude 2* barato 3 rapido

0170 1* energetico 2* alimento-comp
leto 3 agradavel digestao-facil 4 barato

0293 1* proteinas 2* minerais
3 alimento-completo 4 gordura-controlada 5 alimento-qualidade 6 barato

MOT : base-alimentos

0217 1* saudavel
2 alimento-essencial agradavel 3* base-alimentos

MOT : bebe

0441 1* alimentacao 2 alimento essencial doentes 3* crescer saudavel bebe crianas

0207 1* s
aude 2 alimento-magro 3* crianas bebes doentes

MOT : bebida

0429 1* alimento-completo 2* bebida complemento-alimentar 3 calcio

0398 1* saudavel 2* vitaminas 3 bebida agradavel

0388 1* saudavel
1 agradavel 2* calcio vitaminas 3 bebida prazer

0387 1 bebida idosos 2* calcio 3* alimento-essencial

0342 1* de
sintoxicacao vitaminas 2 calcio 3 bebida agradavel

0343 1* vitaminas 2* desintoxicacao 3 bebida sede fresco 4 saude alimento-essencial

0352 1* calcio 2 bebida vitaminas 3 alimento-completo elementos-essenciais vida

0336 1* alimento-completo 2* agradavel bebida 3 facil-utilizacao 4 facil-digestao

0331 1* saude 2*bebida refresco 3 engorda-nao

0386 1 bebida agradavel cafe cacau 2* vitaminas 3* derivados queijo 4 sobremesas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

0335 1* alime
nto-completo 2 vitaminas minerais 3* desintoxicacao 4 agradavel bebida

0200 1* elementos-essenciais alimentacao proteina

s gorduras 2 calmante 3 desintoxicacao 4 imunizante 5 calcio 6* bebida alimento-completo essencial-bebe
essencial-idosos

0316 1* complemento 2 bebida agradavel 3* saudavel curar
0277 1 minerais 2* alimen

to-completo nutritivo alimentacao bebida 3 saboroso-frio 4 desintoxicacao
tabaco

0287 1* aliment

o-completo crescer 2* proteinas 3 bebida alimentacao

0263 1* alimento-completo bebida 2 saudavel 3* natural 4 energias

0242 1* calcio 2 bebida saudavel 3* calmante

0209 1* alimento-nut

rientes 2* alimentacao-refeicao 3 bebida refresco 4 crescer

0192 1* calcio 2 bebida liquido 3* vitaminas

0157 1* alimento-completo 2 bebida agradavel natural 3* primeiro-al
imento infancia

0132 1* gostar bebida 2* saude 3 alimento

0131 1* bebida saudavel liquido 2* desintoxicac
ao 3 complemento proteinas vida

0160 1* calcio 2 bebida frescura 3* saudavel
0153

1 crescer crianas 2* vitamin
as 3* calcio ossos 4 calmante
5 desintoxicacao 6 frescura verao bebida agradavel

0113 1* alimento-completo 2 agradavel bebida proteinas 3* materno crianas do
encas 4 desintoxicacao fumos incendio

0111 1* alimento-completo bebida alimentacao 2* reconfortante 3 s
audavel

0103 1* alimento-completo 2
* ossos 3 crescimento 4 agradavel bebida inverno

0110 1* bebida agua 2 alimentacao 3* nutrientes
organismo

0112 1* aliment

o-completo 2* alimento-essenci
al desenvolvimento 3 satisfacao 4 bebida reconfortante

0288 1* alimento-essencial

crescer desenvolvimento 2* fresco bebida-associada 3 cozinhar

0380 1* energias

saudavel saboroso 2* vitaminas 3 bebida-idosos

0241 1* saude desintoxicacao ossos 2* bebida-sede 3 energia-mental

0278 1* saude vitam

inas 2* desintoxicacao 3 frescura bebida-sede

0311 1* al

imentacao saudavel 2* proteinas 3 bebida-regrada

0321 1* agradavel 2 saude 3* refresco bebida

MOT : bebida-nao-alcoolica

0308 *

1* calcio saude 2 bebida-nao-alcoolica 3 vacas 4 mamar 5
saboroso

0295 1* saude alimentacao 2 bebida-nao-alcoolica 3* alimentacao-lev
e

0280 1* saude 2 bem-estar 3* bebida-nao-alcoolica

0181 1 saude 2* proteinas 3* bebida-sem-alcool

0290 1* alimento-completo 2* calcio 3 bebida-nao-alcoolica 4 alimento-todas-i
dades 5 maternidade 6 vida vitaminas 7 desintox
icacao tabaco

0282 1* saudavel 2 bebida-nao-alcoolica 3* energias

MOT : bem-estar

0280 1* saude 2 bem-estar 3* bebida-nao-alcoolica
0123 *
1* saudavel 2* complemento
alimento-essencial crescimento 3 bem-estar
0244
1* saudavel 2 refrescante sa
boroso 3* complemento-alimentar 4 bem-estar
0289 1* saude bem-estar 2* nutritivo 3 desintoxicacao

MOT : bolos

0305 1* alimento-completo 2 m
ultiusos 3 saboroso 4 barato 5
facil-utilizacao 6 complemento 7 bolos 8 cozinhar

MOT : branco

0313 1
* desintoxicacao 2 saboroso 3
alimento-completo 4 alimentacao 5 branco 6 calmante

MOT : cacau

0386 1 bebida agradavel cafe cacau 2* vitaminas 3* derivados queijo
4 sobremesas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

MOT : cafe

0386 1 bebida agradavel cafe cacau 2* vitaminas 3* derivados qu
eijo 4 sobremesas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

MOT : calcio

0194 1* desenvolvimento-fisico 2* calcio ossos 3 saude ulcera-estomago
0185 1* al
imentacao 2* nutritivo crianas 3 calcio
0174 1*
proteinas 2 lipidos 3 magnesio 4* calcio
0178 1* calcio ossos 2* calmante 3 reconfortant
e
0148 1* calcio 2 calorias 3 ossos 4* crescer 5
cerebro 6 memoria 7 minerais
0129 1* alime
nto-completo 2 ossos 3* proteinas calcio
0153 1
crescer crianas 2* vitaminas 3* calcio ossos 4 calmante 5 desintoxicaca
o 6 frescura verao bebida agradavel
0155 1 calcio 2* proteinas 3* nutritivo
0139 1* proteinas calcio 2* crianas crescer 3 manutencao
-organismo
0159 1* saude 2 calcio ossos 3* cerebro.
0179 1* crescer 2 calcio 3 saude 4* alimentacao
0173 1* calcio 2 alimento-completo 3 fortifican
te
0109 1* vitaminas
2 crescimento 3 proteinas vida 4* calcio dentes 5 energia forcas
0124 1* calcio 2 gostar 3* alimentacao
0108 1* saude crescer 2* calcio 3 agradavel 4 complemento 5 desi

ntoxicacao 6 tem vitaminas

- 0116 1* agradavel saude 2* proteinas calcio 3 liquido
- 0117 1* alimento-completo 2* calcio ossos dentes 3 alimento-essencia
1 organismo
- 0106 1* calman
- te 2 bom alimento completo 3* tem calcio 4 desintoxicacao
- 0114 1* calcio 2* alimentacao 3 vitaminas 4 pro
teinas
- 0105 1* minerais calcio fosforo 2* desintoxicacao 3 alim
entacao
- 0198 1* calcio-cerebro 2* desenvolvimento-fisic
o 3 crescer
- 0160 1* calcio 2 bebida frescura 3* saudavel
- 0144 1* vitaminas 2*calcio 3 calorias 4 proteinas
- 0238 1* calcio 2* alimento-completo 3 desintoxi
cacao
- 0383 1* ossos calcio calcifica 2 desintoxicacao tabaco 3* el
ementos-essenciais
- 0416 1* calcio ferro vitaminas 2 gostar sabores
o 3* saude
- 0406 1 alimento-completo 2* calcio 3 ossos 4* crescer crianca
- 0429 1* alimento-completo
- 2* bebida complemento-alimentar 3 calcio
- 0423 1* calcio vitaminas ferro 2* infancia cres
cer alimento-essencial 3 saboroso agradavel
- 0424 1* ossos calcio 2 alimento-essencial crianca 3
saude
- 0428
- 1* energias crescer 2* vitaminas calcio 3 desintoxicacao
- 0411 1* alimento natu
- ral 2 crescer crianca 3* lactose calcio
- 0419 1* alimentacao saudavel 2* ossos calcio 3 agradavel
- 0415 1*
saude 2* desintoxicacao tabaco 3 calcio minerais
- 0372
- 1* alimento-essencial alime
nto-completo 2 idosos crianca 3* calcio
- 0397 1
- * saudavel 2* alimento-completo 3 calcio
- 0399 1* calcio 2* alimento-completo 3 agradavel
4 facil-utilizacao 5 saude 6 barato
- 0389 1* ali
- mento-completo 2* alimento-ess
encial desenvolvimento crianca 3 calcio
- 0404 1* vitaminas 2 energias 3* calcio
- 0400 1* desintoxicacao 2* calcio ossos 3 calmante
- 0396 1* crianca calcio vitaminas 2* derivados 3 energia
s
- 0403 1* calcio 2 proteinas 3* alimento-completo
4 desintoxicacao
- 0394 1 crescer 2 calcio 3* desintoxicacao 4 vitaminas 5*
alimento-completo
- 0383 1* ossos calcio calcifica 2 desintoxicacao tabac
o 3* elementos-essenciais
- 0371 1* alimento-compl
- eto vitaminas minerais 2* ossos 3 calcio fosforo
- 0375 1 crescer 2* ossos calcio 3* saboroso
- 0387 1 bebida idosos 2* calcio 3* alimento-essencial
- 0384 1*
- alimentacao alimento-essencial 2* calcio ossos
- 0381 1* calcio 2 alimento-completo 3 gostar sak
oroso 4* desenvolvimento

0392 1 calmant
e 2* ossos 3* alimento-completo 4 calcio 5 saudavel

0401 1* calcio 2* alimento-completo equilibrado
3 vitaminas

0388 1* saudavel agradavel 2* calcio vitaminas 3 bebida prazer

0369 1* vitaminas proteinas 2* calcio 3 idosos novos

0358 1* calcio 2* cereais corn-flakes 3 sabores
o doce

0356 1 calcio vitaminas 2* agradavel 3* alimen
ta

0352 1* calcio 2 bebida vitaminas 3 alimento-co
mpleto elementos-essenciais vida

0364 1 alimento-essencial
2 desintoxicacao 3* vitaminas 4* calcio

0342 1* desintoxicacao vitaminas 2 calcio 3 bebida agradavel

0365 1* calcio 2* saude 3 criancas crescer

0341 1* criancas desenvolvimento 2 calcio 3 gorduras proteinas

0340 1*
alimento-essencial saude crian
cas idosos 2* alimento-completo 3 calcio proteinas 4 curar 5 cozinhar

0355 1* calcio ossos 2* crescer criancas 3 desi
ntoxicacao 4 pele

0346 1* saude 2* calcio 3 alimento-criancas criancas

0308 1* calcio saude 2 bebida-nao-alcoolica 3 v
acas 4 mamar 5 saboroso

0324 1 saude 2 calcio 3* alimento-completo 4* criancas
crescer

0309 1* vitaminas calcio 2* desintoxicacao tabaco

0323 1* ossos calcio 2 alimento-essencial 3* calmante

0333 1 alimento-essencial saude 2* calcio idosos 3* ossos

0319 1 natural 2* vitaminas minerais calcio 3* complemento 4 calmante

0314 1* complemento calcio proteinas 2 alimento-equilibrado
3 alimento-noturno 4* cozinhar

0300 1 alimento-essencial 2* calcio 3* saude

0285 1 crescer 2* calcio vitaminas ferro 3* alimento-comp
leto

0291 1* calcio 2* alimento-essencial desenvolvi
mento 3 alimentacao saudavel

0292 1* calcio 2* minerais 3 crescer alimento-a
dultos alimento-idosos intestinos

0298 1* calcio 2 agradavel 3* preparacao-simple
s 4 complemento-alimentar cereais

0302 1* calcio vitaminas 2 alimento-essencial 3
ossos

0290 1* alimento-completo 2* calcio 3 bebida-nao-alcoolica 4 aliment
o-todas-idades 5 maternidade 6 vida vitaminas 7
desintoxicacao tabaco

0283 1* calcio ossos dentes 2* alimento-manha a
limento-completo 3 gostar

0242 1* calcio 2 bebida saudavel 3* calmante

0264 1 calcio 2* saudavel 3 crescer 4* natural

0237 1 alimento-completo 2* calcio 3* vitaminas

0260 1* calcio ossos 2 saude-estudantes 3*cresc
er

0258 1* saude ulcera-estomago 2*
crescer criancas saudavel 3 ossos calcio 4 alimento completo

0252 1* calcio 2 crescer 3* alimentacao-saudave

1
0251 1* ossos-crianças 2 calcio 3* energias alimentacao-desportivas
0197 1* saude 2 crescer 3* vitaminas calcio
0254 1* ossos calcio 2* crescer 3 obrigacao
0249 1 revitaliza 2* calcio 3 vitaminas 4 saudavel
0257 1* calcio ossos 2 cerebro 3* escola
0200 1* e
elementos-essenciais alimentacao
o proteinas gorduras 2 calmante
e 3 desintoxicacao 4 imunizante 5 calcio 6* bebida alimento-completo essencial-bebe essencial-idosos
0221 1* energia-mental 2 proteinas calcio 3* vitaminas
0218 1* calcio 2 alimento-essencial vitaminas 3
* saude
0233 1* aliment
to-completo 2* crescer desenvolvimento 3 proteinas 4 musculos 5 calcio raquitismo 6 sais-minerais enzimas gorduras 7 alimentacao-basica ferro fosforo
0202 1* calcio 2* gordura
0192 1* calcio 2 bebida liquido 3* vitaminas
0196 1 calcio 2* crescer 3* saude idosos 4 crianças escola
0195 1* crescer 2* alimento-completo 3 calcio
0176 1* calcio 2* ossos 3 solidariedade
0188 1* c
0172 complemento-alimentar 2 crescer 3* calcio
1 ossos 2* crescer 3* calcio 4 saboroso
MOT : calmante
*
0418 1 s
saude 2* alimentacao 3 estimulante calmante
0420 1* alimentacao elemento
s-essenciais vitaminas 2* dieta 3 calmante
0393 1* saudavel 2 calmante 3* vitaminas
0400 1*
desintoxicacao 2* calcio ossos 3 calmante
0392 1 calmante 2* ossos 3* alimento-completo
4 calcio 5 saudavel
0363 1 calmante 2* desintoxicacao 3 alimento-completo 4* ossos
0334 1* fortalece 2 calmante 3 alimentacao
0439 1* aliment
o-essencial 2* crescer crianças 3 calmante energias
0426 1* aliment
o-completo 2 primeiro-alimento 3* calmante
0323 1* oss
os calcio 2 alimento-essencial 3* calmante
0313 1* desinto
xicacao 2 saboroso 3 alimento-completo 4 alimentacao 5 branco 6 calmante
0256 1* nutritivo pureza 2* calmante
0255 1* p
equeno-almoco 2 reconstituente 3* calmante deitar
0242 1* calcio 2 bebida saudavel 3* calmante
0200 1* elementos-essenciais
alimentacao proteinas gorduras 2 calmante 3 desintoxicacao 4 imunizante
5 calcio 6* bebida alimento-completo essencial-bebe essencial-idosos

0215 1* crianças crescer 2 calmante 3* saudavel
0228 1* alimento-complexo 2*
ossos-juventude 3 ossos-idosos 4 calmante
0167 1* ossos 2 alimento-completo 3 calmante 4* desintoxicacao
0178 1* calcio ossos 2* calmante 3 reconfortante
0153 1 crescer crianca
as 2* vitaminas 3* calcio ossos 4 calmante 5 desintoxicacao 6 frescura ve
rao bebida agradavel
0128 1* desintoxicacao 2* saudavel 3 calmante 4 complemento-alimentar
0142 1* complemento 2 calmante 3* alimento-essencial
0107 1* crescimento
2* alimento-completo proteinas 3 calmante adormecer
0102 1
* alimento saudavel 2* vitamin
as proteinas alimento-essencia
1 crescimento 3 ossos 4 agradavel calmante deitar
0106 1* calmante 2 bom alimento completo 3* tem
calcio 4 desintoxicacao
0319 1 natural 2* vitaminas
minerais calcio 3* complemento 4 calmante
0326 1* alimen
tacao 2* crianças adolescentes
desenvolvimento 3 saude idosos 4 calmante

MOT : calorias

*
02137 1* juventude 2* calorias 3 energias
0144 1* vitaminas 2*calcio 3 calorias 4 proteinas
0148 1* calcio 2 calorias 3 ossos 4* crescer 5 cerebro 6
memoria 7 minerais
0115 1* vitaminas 2 calorias 3* proteinas
0223 1 alimentacao-basica 2* calorias 3* proteinas
0180 1 n
atural alimento-completo 2* vi
taminas sais-minerais 3 proteinas calorias energias 4* anticorpos

MOT : cereais

*
0298 1* c
alcio 2 agradavel 3* preparaca
o-simples 4 complemento-alimentar cereais
0358 1* calcio 2* cereais corn-flakes 3 saboroso doce
0407 1* crescer 2* aliment
o-completo 3 fresco 4 agradavel 5 cereais 6 alimentacao
0247 1 pequeno-almoco 2 equilibrado 3* corn-flakes
0358 1* calcio 2* cereais corn-flakes 3 saboroso doce

MOT : cerebro

*
0257 1* calcio ossos 2 cerebro 3* escola
0159 1* saude 2 calcio ossos 3* cerebro
0148 1* calci
o 2 calorias 3 ossos 4* crescer 5 cerebro 6 memoria 7 minerais

MOT : compativel

*
0125 1* natural 2 puro.
3* alimento-completo organismo 4 compativel alimentos

MOT : complemento

*

0244 1* s
audavel 2 refrescante saboroso 3* complemento-alimentar 4 bem-estar
0316 1* complemento 2 bebida agradavel 3* sauda
vel curar
0305 1* aliment
o-completo 2 multiusos 3 sabor
0319 oso 4 barato 5 facil-utilizacao 6 complemento 7 bolos 8 cozinhar
1 natura
0131 1 2* vitaminas minerais calcio 3* complemento 4 calmante
1* bebida sau
0123 davel liquido 2* desintoxicacao 3 complemento proteinas vida
1* saudavel 2* complemento alimento-essencial crescime
nto 3 bem-estar
0339 1* ulcera-estomago 2* complemento
0314 1* complemento calcio proteinas 2 alimento
-equilibrado 3 alimento-noturno 4* cozinhar
0444 1* dieta 2* saudav
el 3 alimento-completo 4 barato 5 complemento-alimentar
0429 1* alimento-completo 2* bebida complemento-alimentar 3 calcio
0434 1* alimento-completo complemento-alimentar 2* saude doentes
3 ossos crescer crianca
0298 1* calcio 2
agradavel 3* preparacao-simples 4 complemento-alimentar cereais
0259 1
criancas 2* alimento-completo 3* complemento-alimentar
0182 1* complemento-alimentar 2* desintoxicacao
3 saude-pele
0213 1* e
quilíbrio-organismo 2* energias 3 complemento-alimentar
0187 1* vitaminas 2* complemento-alimentar
0188 1* complemento-alimentar 2 crescer 3* calc
io
0142 1* complemento 2 calmante 3* alimento-esse
ncial
0128 1* desint
oxicacao 2* saudavel 3 calmante 4 complemento-alimentar
0127 1* complemento-alimentar 2* energia 3 vita
minas
0317 1
primeiro-alimento 2* nutritivo 3* complemento
0108 1* saud
e crescer 2* calcio 3 agradavel 4 complemento 5 desintoxicacao 6 tem vita
minas
0122 1* alimento-essencial desenvo
lvimento saude corpo 2* proteinas complemento crescimento 3 alimentacao o
ssos dentes saudavel

MOT : componente-doces

0275 1* alimento-completo 2* componente-doces 3 natural

MOT : coracao

0279 1* alimento-co
mpleto 2* desintoxicacao tabaco 3 coracao

MOT : corpo

0122 1* aliment
o-essencial desenvolvimento saude corpo 2* proteinas complemento crescime
nto 3 alimentacao ossos dentes saudavel

MOT : cozinhar

0171 1* alimentacao 2* ossos 3 cozinhar *

0340 1* alimento-essencial saude cr
iancas idosos 2* alimento-comp
leto 3 calcio proteinas 4 curar 5 cozinhar

0314 1* complement
o calcio proteinas 2 alimento-
equilibrado 3 alimento-noturno 4* cozinhar

0315 1* alimento-
completo alimento-essencial de
senvolvimento 2 facil-utilizacao 3 cozinhar

0305 1*
alimento-completo 2 multiusos
3 saboroso 4 barato 5 facil-u
tilizacao 6 complemento 7 bolos 8 cozinhar

0288 1* alimento
-essencial crescer desenvolvim
ento 2* fresco bebida-associada 3 cozinhar

MOT : crescer

0252 1* calcio 2 crescer 3* alimentacao-saudavel *

0265 1* alime
nto-completo 2 energias 3 forma 4 crescer 5* alimento-bebe

0266 1* saude
2 alimento-essencial 3* criancas crescer saudavel 4 vida-saudavel

0240 1 saude 2 crescer 3 energias

0264 1 calcio 2* saudavel 3 crescer 4* natural

0258 1* saude ulcera-estomago 2* crescer criancas saudavel 3 ossos calci
o 4 alimento completo

0234 1* energias 2* vitaminas saude crescer 3 alimentacao 4 ossos

0260 1*
calcio ossos 2 saude-estudantes 3*crescer

0227 1 vitamina
s 2* alimento-completo 3* ossos 4 crescer

0224 1* desintoxicacao
tabaco 2 fortificante 3* criancas crescer

0210 1* energias 2* criancas crescer 3 desintoxicacao

0215 1* criancas crescer 2 calmante 3* saudavel

0212 1* alimento-completo 2* criancas crescer 3 primeiro-alimento 4 barato

0225 1* al
imento-completo 2 crescer 3* e

0233 1* alimento-completo 2* crescer desenvolvimento 3 proteinas 4 m
usculos 5 calcio raquitismo 6 sais-minerais enz
imas gorduras 7 alimentacao-basica ferro fosfor
o

0208 1* alimento-criancas crescer 2* ossos 3 alimento-completo

0216 1 vitaminas proteinas 2 ali
mento-bebe 3* alimento-completo 4 crescer saudavel 5 barato

0214 1 alimento-completo 2 crescer 3 saudavel 4 energias

0205 1* engordar-nao 2 crescer 3* saudavel 4 desintoxicacao

0209 1*
alimento-nutrientes 2* aliment
acao-refeicao 3 bebida refresco 4 crescer

0225 1* alimento-completo 2 crescer 3* energias energia-mental 4 cr
iancas crescer 5 alimento-idosos

0226 1 saude 2* crescer 3* desenvolvimento

0177 1* sa

0191 ude ulcera-estomago 2 energias 3* crescer 4 alimentacao
 1 crescer 2* sais-minerais vitaminas prot
 0198 einas 3* desintoxicacao 4 alimento-essencial
 1* calcio-ce
 rebro 2* desenvolvimento-fisico 3 crescer
 0166 1* saude 2* crescer crianas 3 ossos
 0175 1 crescer 2 ossos 3* desintoxicacao prime
 iro-alimento 4* saboroso
 0196 1 calcio 2* crescer 3* saude idosos 4 crianas esco
 la
 0188 1* complemento-alimentar 2 crescer 3* calcio
 0179 1* crescer 2 calcio 3 saude 4* alimentacao
 0172 1 ossos 2* crescer 3* calcio 4 saboroso
 0195 1* crescer 2* alimento-completo 3 calcio
 0197 1* saude 2 crescer 3* vitaminas calcio
 0183 1* ossos 2* crescer 3 desintoxicacao
 0148
 0136 1* calcio 2 calorias 3 ossos 4* crescer 5 cerebro 6 memoria 7 minerais
 0153 1* saude 2 crescer 3* alimento-completo
 1 crescer crianas 2* vitaminas 3* calcio
 ossos 4 calmante 5 desintoxicacao 6 frescura v
 erao bebida agradavel
 0146 1* alimentacao saude 2* crescer crianas 3 vitaminas
 0130 1 crescer 2* ossos 3* energia 4 desintoxi
 cacao
 0158 1* saude 2* crescer 3 energias musculos
 0135 1* desintoxicacao tabaco 2 crescer 3* energia 4 satisfacao
 0139
 0126 1* proteinas calcio 2* crianas crescer 3 manutencao-organismo
 1 frescura 2* energia 3* sau
 0108 de 4 desintoxicacao 5 vitaminas 6 crescer 7 agradavel 8 fortificante
 1* saude crescer 2* calcio 3 agradavel 4 complem
 ento 5 desintoxicacao 6 tem vitaminas
 0109 1* vitaminas 2 crescimento 3 proteinas vida 4* calcio
 dentes 5 energia forcas
 0123 1* saudavel
 2* complemento alimento-essencial crescimento 3 bem-estar
 0107 1* crescimento 2* alimento-completo protei
 nas 3 calmante adormecer
 0103
 0101 1* alimento-completo 2* ossos 3 crescimento 4 agradavel bebida inverno
 1 alim
 0102 ento-essencial organismo 2 ene
 rgia 3* alimento-completo 4 ajuda crescimento
 1* alimento saudavel 2* vitam
 0122 inas proteinas alimento-essencial crescimento 3 ossos 4 agradavel calmant
 e deitar
 -essencial desenvolvimento sau
 0271 de corpo 2* proteinas complemento crescimento 3 alimentacao ossos dentes
 saudavel
 0440 1* saude 2 crescer saudavel 3* alimento-essencial
 1 nutritivo 2 energ
 0441 ias 3 revigorante 3* vitaminas 4* crescer
 1* alimentaca
 0445 o 2 alimento essencial doentes 3* crescer saudavel bebe crianas
 1* alimento-completo crescer saudavel 2 energias 3 energia-n
 ental 4 crianas
 0443 1* saude 2* crescer 3 crianas
 0439 1* alimento-essencial 2* crescer crianas 3 calmante energias
 0442 1* saude 2 crescer 3* energias

0447 1* elementos-essenciais 2* crescer 3 saboroso agradavel
 0410 1* des
 intoxicacao tabaco 2* alimentacao crescer crianas 3 alimento-completo sa
 udavel
 0406 1 alime
 nto-completo 2* calcio 3 ossos 4* crescer crianas
 0417 1* desintoxi
 cacao 2 refrescante 3 alimentacao crescer
 0438 1* saude 2* crescer 3 energias crianas
 0434 1* a
 limento-completo complemento-a
 limentar 2* saude doentes 3 ossos crescer crianas
 0407 1* crescer 2* alimento-completo 3 fresco 4
 agradavel 5 cereais 6 alimentacao
 0409 1* crescer 2 ossos 3* vitaminas
 0408 1*
 vitaminas energias 2 saudavel 3* crescer crianas
 0431 1* energias trabalho 2 crescer crianas 3 industria postos-tra
 balho
 0423 1* c
 alcio vitaminas ferro 2* infancia crescer alimento-essencial 3 saboroso a
 gradavel
 0411 1* alimento natural 2 crescer crianas 3* lactose calcio
 0428 1* energias crescer 2* vitaminas calcio 3 desintoxi
 cacao
 0435 1* alimento-essencial 2 crescer 3* saudavel 4 nutritivo
 0412 1* ossos 2 saude 3* crescer
 0379 1 alimento-completo 2 crescer 3* saudavel 4* agradavel
 0382 1* alimento-completo 2 crescer 3* energias
 0394 1 crescer 2 calcio 3* desintoxicacao 4 vi
 taminas 5* alimento-completo
 0375 1 crescer 2* ossos calcio 3* saboroso
 0359 1* vitami
 nas 2* ossos 3 alimento-essencial crescer desenvolvimento crianas
 0355 1* calcio ossos 2* crescer crianas 3 desintoxicacao 4 pel
 e
 0367 1* crescer crianas 2 desintoxicacao 3* al
 imento-completo
 0353 1* crescer 2 refrescar 3* ossos
 0338
 1* ossos 2* alimento-completo 3 crescer
 0365
 1* calcio 2* saude 3 crianas crescer
 0310 1* nutritivo 2 alimen
 to-completo 3* alimento-essencial crescer saudavel
 0304 1* alimento-completo 2 crescer 3 natural
 0337 1* crescer 2 alimento-completo 3 ossos ali
 mento-essencial
 0324 1 saude 2 calcio
 3* alimento-completo 4* crianas crescer
 0287 1* alimento-completo crescer 2* proteinas 3 bebida alimentac
 ao
 0253 1* alimento-compl
 eto 2 alimento-manha agradavel 3* crescer
 0246 1 crescer crianas 2* ossos 3 vitaminas 4
 osteoporose 5* agradavel
 0285 1 crescer 2* calcio vitaminas ferro 3* al
 imento-completo
 0270
 1* saudavel 2 energias 3* a
 limento-doentes alimento-criancas crescer
 0288 1* alimento-essencial crescer desenvolvimento 2* fresco bebid
 a-associada 3 cozinhar
 0301 1* saude 2 crescer 3 alimento-completo

0273 1* ossos crescer desenvolvimento 2 saudavel 3* a
alimentacao

0292 1* calcio 2* minerais 3 crescer alimento-adultos alimento-idoso
s intestinos

0269 1*
alimento-completo 2* nutritivo 3 crescer

0299 1
nutritivo alimento-todas-idades 2 crescer 3* ossos 4 pele 5* fortificante

0254 1* ossos calcio 2* crescer 3 obrigacao

0267 1* alimento-toda-idade 2 criancas crescer 3 criancas-estudo 4* alimento-d
oentes

0262 1 energias 2* criancas crescer 3* alimento-completo

MOT : criancas *

0445 1* a
limento-completo crescer saudavel 2 energias 3 energia-mental 4 criancas

0439 1* alimento-essencial 2* crescer criancas 3 calmante energias

0446 1*
saudavel 2 energias 3 alimentacao criancas

0443 1* saude 2* crescer 3 criancas

0441 1* al
imentacao 2 alimento essencial
doentes 3* crescer saudavel bebe criancas

0434 1* alimento-
completo complemento-alimentar
2* saude doentes 3 ossos crescer criancas

0406 1 alimento-comp
leto 2* calcio 3 ossos 4* crescer criancas

0411 1* alimento natural 2 crescer criancas 3* lactose calcio

0436 1* alimentac
ao nutritivo 2 alimento-essencial criancas 3 agradavel saboroso

0431 1* energias trabalho 2 crescer criancas 3 industria postos-trabalho

0438 1* saude 2* crescer 3 energias criancas

0410 1* desintoxica
cao tabaco 2* alimentacao crescer criancas 3 alimento-completo saudavel

0424 1*
ossos calcio 2 alimento-essencial criancas 3 saude

0408 1* vitamin
as energias 2 saudavel 3* crescer criancas

0396 1* criancas calcio vitaminas 2* derivados
3 energias

0372 1* alimento-ess
encial alimento-completo 2 idosos criancas 3* calcio

0389 1* alimento-completo 2* a
limento-essencial desenvolvimento criancas 3 calcio

0367 1* crescer criancas 2 desintoxicacao 3* alimento-c
ompleto

0347 1* criancas juventude ossos 2* ossos-mante
r 3 ossos-curar

0346 1* sa
ude 2* calcio 3 alimento-criancas criancas

0341 1* criancas desenvolvimento 2 calcio 3 gor
duras proteinas

0359 1*
vitaminas 2* ossos 3 alimento-

essencial crescer desenvolvimento crianças
 0355 1* calcio ossos 2* crescer crianças 3 desintoxicacao 4 pele
 0340 1* alimento-essencial saude crianças idosos 2* alimento-completo 3
 calcio proteinas 4 curar 5 cozinhar
 0365 1* calcio 2* saude 3 crianças crescer
 0324 1 saude
 2 calcio 3* alimento-completo 4* crianças crescer
 0328 1* alim
 ento-essencial 2 gostar prazer 3* crianças
 0326 1* alimentacao 2* crianças adolescentes desenvolvimento 3
 saude idosos 4 calmante
 0318 1* vitaminas 2* f
 acil-utilizacao 3 longa-duracao 4 crianças
 0262 1 energias 2* crianças crescer 3* alimento-completo
 0258 1*
 saude ulcera-estomago 2* crescer crianças saudavel 3 ossos calcio 4 alim
 ento completo
 0259 1 crianças 2* alimento-completo 3* comple
 mento-alimentar
 0246 1 crescer crianças 2* ossos 3 vitaminas 4 esteopo
 rose 5* agradavel
 0236 1* ali
 mento-completo 2 alimento-leve 3* crianças ossos dentes
 0266 1* saude 2 alimento-essencial 3* crianças crescer saudavel 4 vida-saudav
 el
 0267 1* alimento-toda-idade 2 crianças crescer 3 crianças-estudo 4* a
 limento-doentes
 0215 1* crianças crescer 2 calmante 3* saudavel
 0210 1* energias 2* crianças crescer 3 desintoxicacao
 0225
 1* alimento-completo 2 cre
 scer 3* energias energia-mental 4 crianças crescer 5 alimento-idosos
 0224 1* desint
 oxicacao tabaco 2 fortificante 3* crianças crescer
 0206 1* saude 2* ossos dentes 3 crianças
 0207
 1* saude 2 alimento-magro 3* crianças bebes doentes
 0219 1 habito saude 2* crianças escola 3* alimento-completo
 0212 1* alimento-completo 2* crianças crescer 3 primeiro-alimento 4
 barato
 0166 1* saude 2* crescer crianças 3 ossos
 0196 1 ca
 lcio 2* crescer 3* saude idosos 4 crianças escola
 0185 1* alimentacao 2* nutritivo crianças 3 calcio
 0153 1 crescer crianças 2* vitaminas 3* calcio ossos 4
 calmante 5 desintoxicacao 6 frescura verao beb
 ida agradavel
 0139 1* proteinas calcio 2* crianças crescer 3 manutencao-organismo
 0140 1* alimento-comp
 leto 2 alimentacao saudavel de
 sintoxicacao 3* primeiro-alimento crianças
 0146 1* alimentacao saude 2* crescer crianças 3 vitaminas
 0113 1* alimento-completo 2 agra
 davel bebida proteinas 3* materno crianças doencas 4 desintoxicacao fumos
 incendio
 0121 1* nutr
 itivo 2* saudavel desenvolvimento crianças proteinas
 0267 1* aliment
 o-toda-idade 2 crianças crescer 3 crianças-estudo 4* alimento-doentes

MOT : curar

*

0113 1* ali
mento-completo 2 agradavel beb
ida proteinas 3* materno criancaas doencas 4 desintoxicacao fumos incendio

0243 1 desintoxicacao 2 analgesico cura 3* saudavel 4* agradavel

0340 1* alimento-essencial
saude criancaas idosos 2* alime
nto-completo 3 calcio proteinas 4 curar 5 cozinhar

0316 1* complemen
to 2 bebida agradavel 3* saudavel curar

0154 1* alimento-completo 2* t
olerancia-organismo 3 alimentacao curar

MOT : deitar

*

0102 1* aliment
o saudavel 2* vitaminas protei
nas alimento-essencial crescim
ento 3 ossos 4 agradavel calmante deitar

0255 1* pequeno-al
moco 2 reconstituente 3* calmante deitar

MOT : dentes

*

0354 1* ossos 2 raquitismo 3* dentes 4 desintoxicacao

0283 1* calcio ossos dentes 2* alimento-manha alimento-compl
eto 3 gostar

0236 1* alimento-completo
2 alimento-leve 3* criancaas ossos dentes

0222 1* saude 2* dentes 3 energias-desportistas

0204 1* ossos 2 dentes 3* desintoxicacao

0206 1* saude 2* ossos dentes 3 criancaas

0220 1* saude 2* dentes 3 saboroso

0109 1* vitaminas 2 cresc
imento 3 proteinas vida 4* calcio dentes 5 energia forcas

0122 1* alimento-e
ssencial desenvolvimento saude
corpo 2* proteinas complement
o crescimento 3 alimentacao ossos dentes saudavel

0117 1*
alimento-completo 2* calcio ossos dentes 3 alimento-essencial organismo

MOT : derivados

*

0396 1* criancaas calcio vitaminas 2* derivados 3 energias

0386 1 bebida agr
adavel cafe cacau 2* vitaminas 3* derivados queijo 4 sobremesas 5 primeir
o-alimento 6 desintoxicacao

MOT : desenvolvimento

*

0389 1* alimen
to-completo 2* alimento-essencial desenvolvimento criancaas 3 calcio

0381 1* calcio 2 alime
nto-completo 3 gostar saboroso 4* desenvolvimento

0341 1* criancaas desenvolvimento 2 calcio 3 gorduras prc
teinas

0359 1* vitaminas 2* o

0326 ssos 3 alimento-essencial crescer desenvolvimento crianas
 1* ali
 mentacao 2* crianas adolescentes desenvolvimento 3 saude idosos 4 calman
 te
 0315 1* ali
 mento-completo alimento-essencial desenvolvimento 2 facil-utilizacao 3 coz
 inhar
 0288 1* alimento-essencial crescer desenvolvimento 2* fresco bebida-associ
 ada 3 cozinhar
 0273 1* ossos crescer desenvolvimento 2 saudavel 3* alimentac
 ao
 0291 1* calcio 2* alimento-essencial desenvolvimento 3 alimentacao saudavel
 0233 1* alimento-completo 2* crescer desenvolvimento 3 proteinas 4 musculos
 5 calcio raquitismo 6 sais-minerais enzimas gor
 duras 7 alimentacao-basica ferro fosforo
 0226 1 saude 2* crescer 3* desenvolvimento
 0143 1* vitaminas proteina
 s 2 energia 3* alimento-essencial desenvolvimento
 0112 1* alimen
 to-completo 2* alimento-essencial desenvolvimento 3 satisfacao 4 bebida r
 econfortante
 0121 1* nutritivo 2* saudavel desenvolvimento crianas proteinas
 0122 1* alimento-essencial desenvolvimento saude corpo 2* proteina
 s complemento crescimento 3 alimentacao ossos d
 entes saudavel
 0198 1* calcio-cerebro 2* desenvolvimento-fisico 3 crescer
 0194 1* desenvolvimento-fisico 2* calcio ossos
 3 saude ulcera-estomago
 0189 1* desenvolvimento-fisico 2 engorda 3* des
 intoxicacao
 MOT : desintoxicacao
 *
 0415 1* saude 2* desintoxicacao tabaco 3 calcio minerais
 0395 1 saude 2 alimentacao 3* desintoxicacao tabaco 4* vitaminas
 0405 1* desintoxicacao 2 alimento-completo 3 sa
 udavel
 0383 1* ossos calcio calcifica 2 desintoxicacao tabaco 3* elementos-esse
 nciais
 0403 1* calcio 2
 proteinas 3* alimento-completo 4 desintoxicacao
 0354 1* ossos 2 raquitismo 3* dentes 4 desintoxicacao
 0363 1 calmante 2* desintoxicacao 3 alimento-completo 4* o
 ssos
 0355 1* c
 alcio ossos 2* crescer crianas 3 desintoxicacao 4 pele
 0360 1* saude 2* energias 3 desintoxicacao tabaco
 0342 1* desintoxicacao vitaminas 2 calcio 3 beb
 ida agradavel
 0400 1* desintoxicacao 2* calcio ossos 3 calman
 te
 0394 1 crescer 2 calcio 3* desintoxicacao 4 vitaminas 5* alimento-
 completo
 0345 1* saude 2* desintoxicacao 3 ossos
 0367 1* crescer crianas 2 desintoxicacao 3* alimento-completo
 0309 1* vitaminas calcio 2* desintoxicacao tabaco
 0322 1* desintoxicacao 2* saude 3 alimenta
 0320 1 saude 2* desintoxicacao 3* alimento-completo
 0335 1* alimento

0289 -completo 2 vitaminas minerais 3* desintoxicacao 4 agradavel bebida
 0277 1* saude bem-estar 2* nutritivo 3 desintoxicacao
 1 minerais 2* a
 alimento-completo nutritivo ali
 mentacao bebida 3 saboroso-frio 4 desintoxicacao tabaco
 0279 1* alimento-completo 2* desintoxicacao tabaco 3 coracao
 0278 1* saude vitaminas 2* desintoxicacao 3 frescura bebida-sede
 0290 1* alimento-compl
 eto 2* calcio 3 bebida-nao-alc
 oolica 4 alimento-todas-idades
 5 maternidade 6 vida vitaminas 7 desintoxicacao tabaco
 0241 1* saude desintoxicacao ossos 2* bebida-sede 3 e
 nergia-mental
 0261 1* a
 limentacao vitaminas proteinas 2* desintoxicacao 3 saude
 0238 1* calcio 2* alimento-completo 3 desintoxicacao
 0243 1 desintoxicacao 2 analgesico cura 3* sau
 davel 4* agradavel
 0211 1
 alimento-completo 2* vitaminas 3* desintoxicacao 4 agradavel
 0343 1* vitaminas 2* desintoxicacao 3 bebida sede fresco 4 s
 aude alimento-essencial
 0364 1 alimento-essencial 2 desintoxicacao 3* vitaminas 4* calcio
 0307 1* alimento-completo 2* desintoxicacao 3 empresas-trabalho
 0313 1* desintoxicacao 2 saboroso 3 alimento-co
 mpleto 4 alimentacao 5 branco 6 calmante
 0182 1* complemento-alimentar 2* desintoxicacao 3 saude-pele
 0231 1* desintoxicacao tabaco 2* saude alimento
 -completo 3 habito
 0224 1* desintoxicacao tabaco 2 fortificante 3*
 criancas crescer
 0200 1* e
 lementos-essenciais alimentaca
 o proteinas gorduras 2 calmante 3 desintoxicacao 4 imunizante 5 calcio 6*
 bebida alimento-completo essencial-bebe essenc
 ial-idosos
 0167 1* ossos
 2 alimento-completo 3 calmante 4* desintoxicacao
 0162 1* alimento-completo 2 desintoxicacao 3* saudavel 4 alimentaca
 o
 0161 1* saude 2 desintoxicacao tabaco 3 ulcera-estomago
 0175 1 crescer 2 ossos 3* desintoxicacao primeiro-alimento 4* sab
 oroso
 0186 1* alimentacao organismo 2* desintoxicacao
 0189 1* de
 desenvolvimento-fisico 2 engorda 3* desintoxicacao
 0183 1* ossos 2* crescer 3 desintoxicacao
 0128 1* desintoxicacao 2* saudavel 3 calmante 4
 complemento-alimentar
 0191 1 crescer 2* sai
 s-minerais vitaminas proteinas 3* desintoxicacao 4 alimento-essencial
 0165 1 alimento-completo 2* desintoxicacao tabaco 3 frescura refres
 ca
 0156 1* desintoxicacao 2* alimento-completo
 0130
 1 crescer 2* ossos 3* energia 4 desintoxicacao
 0133 1* saudavel 2 nutritivo 3
 vitaminas 4* alimento-completo 5 desintoxicacao
 0204 1* ossos 2 dentes 3* desintoxicacao
 0145 1* manutencao-organismo 2* desintoxicacao tabaco 3 gostar saboroso

0140 1* aliment
o-completo 2 alimentacao saudavel desintoxicacao 3* primeiro-alimento cri
ancas

0153 1 crescer crianas 2* vitam
inas 3* calcio ossos 4 calmante 5 desintoxicacao 6 frescura verao bebida
agradavel

0131 1* bebida saudavel liquido 2* desintoxicacao 3 complemento proteinas
vida

0135 1* desintoxicacao tabaco 2 crescer 3* ener
gia 4 satisfacao

0108 1* saude crescer 2* c
alcio 3 agradavel 4 complemento 5 desintoxicacao 6 tem vitaminas

0126 1 frescura 2* energia 3* saude 4 desintoxicacao 5 vitaminas 6 crescer 7
agradavel 8 fortificante

0105 1* minerais calcio fosforo 2* desintoxicacao 3 alimentacao

0113 1* alimento-comp
leto 2 agradavel bebida protei
nas 3* materno crianas doencas 4 desintoxicacao fumos incendio

0119 1* saboroso 2 desintoxicacao fumo 3* saude

0106 1* calmante 2 bom

0232 alimento completo 3* tem calcio 4 desintoxicacao
1* desintoxicacao 2 alimentacao-basica 3*
nutritivo

0210 1* energias 2* crianas crescer 3 desintoxicacao

0151 1* saude 2 vitaminas 3* desintoxicacao

0205 1* eng

0430 ordar-nao 2 crescer 3* saudavel 4 desintoxicacao

0437 1 frescura 2* saude 3* desintoxicacao

0417 1* saude 2* energias 3 desintoxicacao
1* desintoxicacao 2 refrescante 3 alimenta
cao crescer

0422 1* saude 2* desintoxicacao 3 alimentacao

0428 1* energ

0410 ias crescer 2* vitaminas calcio 3 desintoxicacao
1* desintoxicacao tabaco 2* alimentacao cr
escer crianas 3 alimento-completo saudavel

0413 1* nutritivo 2* alimentacao 3 desintoxicacao tabaco 4 saudavel

0386 1 be
bida agradavel cafe cacau 2* v
itaminas 3* derivados queijo 4
sobremesas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

0421 1* desintoxicacao saude-colon 2 pequeno-al
moco 3* alimentacao nutritivo

MOT : dieta

0444 *

1* dieta 2* saudavel 3 alimento-completo 4
barato 5 complemento-alimentar

0420 1* alimentacao
elementos-essenciais vitaminas 2* dieta 3 calmante

MOT : digestao-facil

0336 *

1* alimento-completo 2* agr
adavel bebida 3 facil-utilizacao 4 facil-digestao

0306 1* alimento-

essencial 2* minerais vitaminas 3 facil-digestao
0184 1* prote
inas 2* vitaminas sais-minerais 3 digestao-facil
0170 1* energetico
2* alimento-completo 3 agradavel digestao-facil 4 barato

MOT : doce
*

0358 1* calcio
2* cereais corn-flakes 3 saboroso doce

MOT : doces
*

0386 1
bebida agradavel cafe cacau 2
* vitaminas 3* derivados queijo 4 sobremesas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

MOT : elementos-essenciais
*

0199 1 propriedades 2* saudavel 3* alimento-completo

0110
1* bebida agua 2 alimentacao 3* nutrientes organismo

0420 1* alimentacao elementos-essenciais vitaminas 2* dieta
3 calmante

0352 1* calcio 2 beb
ida vitaminas 3 alimento-completo elementos-essenciais vida

0383 1* ossos calcio cal
cifica 2 desintoxicacao tabaco 3* elementos-essenciais

0433 1 saude 2 elementos-essenciais 3* alimento-bebe

0447 1* elementos-essenciais 2* crescer 3 saboroso agradavel

0200 1* elementos-essenciais alimentacao proteinas gorduras 2 calmante 3 desintoxicacao 4 imunizante 5 calcio 6* bebida alimento-completo essencial-bebe essencial-idosos

MOT : empresas
*

0332 1* saude 2* empresas trabalho 3 vitaminas

0307 1* alim
ento-completo 2* desintoxicacao 3 empresas-trabalho

MOT : energias
*

0170 1* energetico 2* alimento-completo 3 agradavel digestao-facil 4 barato

0130 1 crescer 2* ossos 3* energia 4 desintoxicacao

0127 1* complemento-alimentar 2* energia 3 vitaminas

0126 1 frescura 2* energia 3* saude 4 desintoxicacao 5 vitaminas 6 crescer 7 agradavel 8 fortificante

0101 1 alimento-essencial organismo 2 energia 3* alimento-completo 4 ajuda crescimento

0109
1* vitaminas 2 crescimento 3
proteinas vida 4* calcio dentes 5 energia forcas

0445 1* alimento-compl
eto crescer saudavel 2 energias 3 energia-mental 4 criancas

0303 1* saude 2* vigor 3 energia

0135 1* d
esintoxicacao tabaco 2 crescer 3* energia 4 satisfacao

0143 1* vitaminas proteinas 2 energia 3* alimento-essencial desenvolv

imento
0446 1* saudavel 2 energias 3 alimentacao crianas
0442 1* saude 2 crescer 3* energias
0439 1* alimento-essenci
al 2* crescer crianas 3 calmante energias
0445 1* ali
mento-completo crescer saudavel 2 energias 3 energia-mental 4 crianas
0440 1 nutritivo 2 energias 3 revigorante 3* vitaminas 4*
crescer
0431 1* energias trabalho 2 crescer crianas 3
industria postos-trabalho
0408 1* vitaminas energias 2 saudavel 3* crescer crianas
0437 1* saude 2* energias 3 desintoxicacao
0438 1* saude 2* crescer 3 energias crianas
0428 1* energias crescer 2* vitaminas calcio 3
desintoxicacao
0414 1 energias 2* saudavel 3* alimentacao
0382
1* alimento-completo 2 crescer 3* energias
0380 1* energias saudavel saboroso 2* vitaminas
3 bebida-idosos
0396 1* crianca
s calcio vitaminas 2* derivados 3 energias
0390 1* ossos 2 energias 3* alimento-completo
0241 1* saude desi
ntoxicacao ossos 2* bebida-sede 3 energia-mental
0225 1* alimen
to-completo 2 crescer 3* energias energia-mental 4 crianas crescer 5 ali
mento-idosos
0221 1* energia-mental 2 proteinas calcio 3*vit
aminas
0327 1* energias 2 proteinas 3* saudavel
0282 1* s
audavel 2 bebida-nao-alcoolica 3* energias
0270 1* saudavel 2 energias 3* alimento-doentes alimento-c
rianas crescer
0235 1* vitaminas proteinas 2 energias 3* alimento-completo 4 produto
res-nacionais
0240 1 saude 2 crescer 3 energias
0251
1* ossos-criancas 2 calcio 3* energias alimentacao-desportistas
0263 1* alimento-comple
to bebida 2 saudavel 3* natural 4 energias
0265 1* alimento-completo 2 energias 3 forca 4 crescer 5* alimento-
bebe
0234 1* energias 2* vitaminas saude crescer 3 a
limentacao 4 ossos
0262 1 energias 2* crianas crescer 3* aliment
o-completo
0225
1* alimento-completo 2 crescer 3* energias energia-mental 4 crianas cres
cer 5 alimento-idosos
0210 1* energias 2* crianas crescer 3 desintox
icacao
0213 1* equilibrio-organismo 2* energias 3 complemento-alimentar
0201 1* equilibrio-metabolico 2 energias 3 saude 4* alimento-completo
0214 1 aliment
o-completo 2 crescer 3 saudavel 4 energias
0180 1 natural al
imento-completo 2* vitaminas s
ais-minerais 3 proteinas calorias energias 4* anticorpos
0177 1* saude ulcera-estomago 2 energias 3* crescer 4 alimentacao
0164 1* saude 2 energias 3* alimentacao saudavel

0149 1* saude 2* energias 3 alimento-manha 4 estudantes
 0137 1* juventude 2* calorias 3 energias
 0158 1* saude 2* crescer 3 energias musculos
 0222 1* saude 2* dentes 3 energias-desportistas
 0402 1* proteinas vitaminas 2 energias 3 fortificante 4* saude alimen
 to-essencial
 0360 1* saude 2* energias 3 desintoxicacao tabaco
 0404 1* vitaminas 2 energias 3* calcio

 MOT : engorda
 *
 0189 1* desenvolvimento-fisico 2 engorda 3* desintoxicacao

 MOT : engordar-nao
 *
 0205 1* engordar-nao 2 crescer 3* saudavel 4 de
 sintoxicacao
 0331 1* saude 2*bebida refresco 3 engorda-nao

 MOT : enzimas
 *
 0233 1* alimento-c
 ompleto 2* crescer desenvolvim
 ento 3 proteinas 4 musculos 5
 calcio raquitismo 6 sais-minerais enzimas gorduras 7 alimentacao-basica f
 erro fosforo

 MOT : equilibrado
 *
 0401 1* calcio 2* alimento-completo equilibrado 3 vitaminas
 0247 1 pequeno-almoco 2 equilibrado 3* corn-flakes
 0250 1*
 alimento-completo 2 vitaminas 3* equilibrado

 MOT : equilibrio-metabolico
 *
 0201 1* equilibrio-metabolico 2 energias 3 saud
 e 4* alimento-completo
 0213 1* equilibrio-organismo 2* energias 3 comp
 lemento-alimentar

 MOT : escola
 *
 0196 1 calcio 2* c
 rescer 3* saude idosos 4 crianas escola
 0257 1* calcio ossos 2 cerebro 3* escola
 0219 1 habito saude 2* crianas escola 3* alimento-completo

 MOT : estimulante
 *
 0418 1 saude 2* alimentacao 3 estimulante calmante

 MOT : estudantes
 *
 0149 1* sau
 de 2* energias 3 alimento-manha 4 estudantes

 MOT : envelhecimento-evita
 *
 0344 1* a
 limento-completo 2* osteoporose 3 envelhecimento-evita

MOT : facil-utilizacao

0298 1* calcio 2 agradavel 3* preparacao-simples 4 complemento-alimen
tar cereais *

0163 1* saude 2* barato 3 rapido

0399 1* calcio 2

* alimento-completo 3 agradavel 4 facil-utilizacao 5 saude 6 barato

0305 1* alimento-completo

2 multiusos 3 saboroso 4 barato 5 facil-utilizacao 6 complemento 7 bolos
8 cozinhar

0378 1 facil-utilizacao 2* saboroso 3* aliment
a

0376 1* agradavel 2* nutritivo 3* facil-utilizacao

0315 1* alimento-completo ali
mento-essencial desenvolvimento 2 facil-utilizacao 3 cozinhar

0168 1* alimento 2* saboroso 3 facilidade-utilizacao

0336 1* alimen
to-completo 2* agradavel bebida 3 facil-utilizacao 4 facil-digestao

0318 1* vitaminas 2* facil-utilizacao 3 longa-duracao 4 cria
ncas

0276 1* vitaminas 2* alimentacao 3 bebida-rapida

MOT : ferro

0423 1* calcio vitaminas ferro 2* infancia crescer alimento-esse
ncial 3 saboroso agradavel *

0233 1* alimento-completo
2* crescer desenvolvimento 3 p
roteinas 4 musculos 5 calcio r
aquitismo 6 sais-minerais enzi
mas gorduras 7 alimentacao-basica ferro fosforo

0285 1 crescer 2* calcio vitaminas ferro 3* alimento-completo

0416 1* calcio ferro vitaminas 2 gostar saboroso 3* sa
ude

MOT : forca

0265 1* alimento-completo 2 energias 3 forca 4 crescer 5* alimento-bebe *

MOT : forma-fisica

0362 1* saud
e 2 gorduras proteinas 3 saude 4* forma-fisica *

MOT : fortificante

0385 1* alimento-completo 2* fortificante 3 refrescante *

0402 1*
proteinas vitaminas 2 energias 3 fortificante 4* saude alimento-essencia

0299 1 nutritivo alimento-todas-id
ades 2 crescer 3* ossos 4 pele 5* fortificante

0334 1* fortalece 2 calmante 3 alimentacao

0224 1* desintoxicacao tabaco 2 fortificante 3* crianca crescer

0173 1* calcio 2 alimento-completo 3 fortificante

0126 1 frescura 2* energi
a 3* saude 4 desintoxicacao 5

0229 vitaminas 6 crescer 7 agradavel 8 fortificante
 1* saude 2 vitaminas 3* fortificante

MOT : fosforo

0233
 1* alimento-completo 2* cre
 scer desenvolvimento 3 protein
 as 4 musculos 5 calcio raquiti
 smo 6 sais-minerais enzimas go
 rduras 7 alimentacao-basica ferro fosforo

0105 1* minerais calcio fosforo 2* desintoxicacao 3 alimentacao

0371 1* alimento-completo vit
 aminos minerais 2* ossos 3 calcio fosforo

MOT : frescura

0353 1* crescer 2 refrescar 3* ossos

0244 1* saudavel 2 refrescante saboroso 3* complemento-ali
 mentar 4 bem-estar

0165 1 alimento-completo 2*
 desintoxicacao tabaco 3 frescura refresca

0321 1* agradavel 2 saude 3* refresco bebida

0331 1* saude 2*bebida refresco 3 engorda-nao

0209 1* alimento-nutrientes
 2* alimentacao-refeicao 3 bebida refresco 4 crescer

0351 1* saudavel 2 rico 3* refrescante 4 alimento-completo 5 alime
 ntacao

0134 1* aliment
 o-completo 2* alimentacao 3.verao refresco

0417 1* desintoxicacao 2 refrescante 3 alimentacao crescer

0385 1* al
 imento-completo 2* fortificante 3 refrescante

0343 1* vitamina
 s 2* desintoxicacao 3 bebida sede fresco 4 saude alimento-essencial

0407 1* crescer 2* alimento-completo 3 fresco 4 agradavel 5 cereais 6 alimenta
 cao

0430 1 frescura 2* saude 3* desintoxicacao

0278 1* sa
 ude vitaminas 2* desintoxicacao 3 frescura bebida-sede

0165 1 alimento-co
 mpleto 2* desintoxicacao tabaco 3 frescura refresca

0288 1* alimento-ess
 encial crescer desenvolvimento 2* fresco bebida-associada 3 cozinhar

0153 1 crescer cria
 ncas 2* vitaminas 3* calcio os
 sos 4 calmante 5 desintoxicacao 6 frescura veroo bebida agradavel

0126 1 frescura 2* energia 3* saude 4 desintox
 icacao 5 vitaminas 6 crescer 7 agradavel 8 fort
 ificante

0160 1* calcio 2 bebida frescura 3* saudavel

MOT : fumos

0113 1
 * alimento-completo 2 agradave
 l bebida proteinas 3* materno
 crianas doencas 4 desintoxicacao fumos incendio

MOT : gordura-controlada

0293 1* proteinas

2* minerais 3 alimento-completo 4 gordura-controlada 5 alimento-qualidade
6 barato

MOT : gorduras

*
0200 1* elementos
-essenciais alimentacao proteinas gorduras 2 calmante 3 desintoxicacao 4
imunizante 5 calcio 6* bebida alimento-completo
essencial-bebe essencial-idosos
0341 1* cr
iancas desenvolvimento 2 calcio 3 gorduras proteinas
0368
1 saude alimento-essencial 2* gorduras 3* ossos
0202 1* calcio 2* gordura
0233 1* alimento-completo
2* crescer desenvolvimento 3 p
roteinas 4 musculos 5 calcio r
aquitismo 6 sais-minerais enzimas gorduras 7 alimentacao-basica ferro fos
foro
0230 1 proteinas gorduras 2 saude-prejudicial 3 leite-ve
getal
0362 1* saude 2 gorduras proteinas 3 saude 4* forma-fis
ica
0174 1* proteinas 2 lipidos 3 magnesio 4* calcio

MOT : gostar

*
0132 1* gostar bebida 2* saude 3 alimento
0381
1* calcio 2 alimento-completo 3 gostar saboroso 4* desenvolvimento
0349 1 gostar 2* ossos 3* alimento-completo
0357 1* gostar 2* vitaminas 3 pequeno-almoco
0416 1* calcio ferro vitaminas 2 gostar saboroso 3* saude
0283
1* calcio ossos dentes 2* a
limento-manha alimento-completo 3 gostar
0145 1* manutencao-org
anismo 2* desintoxicacao tabaco 3 gostar saboroso
0328 1* alimento-essencial 2 gostar prazer 3* criancas
0150 1 gostar 2 alimento-essencial organismo 3
* nutritivo
0124 1* calcio 2 gostar 3* alimentacao
0425 1* osso
s ulcera-estomago 2 alimentacao 3 gostar saboroso

MOT : habito

*
0254
1* ossos calcio 2* crescer 3 obrigacao
0377 1 habito 2* saboroso 3* saudavel
0219 1 habito saude 2* criancas escola 3* alim
ento-completo
0231 1* desintoxicacao ta
baco 2* saude alimento-completo 3 habito
0169 1* habito 2* ulcera-estomago 3 agradavel

MOT : idosos

*
0372 1* alime
nto-essencial alimento-completo 2 idosos criancas 3* calcio
0196
1 calcio 2* crescer 3* saude idosos 4 criancas escola
0340 1*
alimento-essencial saude criancas idosos 2* alimento-completo 3 calcio pr

oteinas 4 curar 5 cozinhar

0326

1* alimentacao 2* crianas ado
lescentes desenvolvimento 3 saude idosos 4 calmante

0333

1 a
limento-essencial saude 2* calcio idosos 3* ossos

0387

1 bebida idosos 2* calcio 3* alimento-essencial

0369

1
* vitaminas proteinas 2* calcio 3 idosos novos

MOT : imunizante

*

0200

1* elementos-essencia
is alimentacao proteinas gordu
ras 2 calmante 3 desintoxicacao 4 imunizante 5 calcio 6* bebida alimento-
completo essencial-bebe essencial-idosos

MOT : incendio

*

0113

1* alim
ento-completo 2 agradavel bebi
da proteinas 3* materno crianc
as doencas 4 desintoxicacao fumos incendio

MOT : industria

*

0431

1* energ
ias trabalho 2 crescer crianas 3 industria postos-trabalho
0432 1 industria postos-trabalho

MOT : infancia

*

0157

1* al
imento-completo 2 bebida agrad
avel natural 3* primeiro-alimento infancia

0423

1* calcio vitaminas ferro 2* infancia crescer alimento-essencial 3 s
aboroso agradavel

MOT : intestinos

*

0292

1
* calcio 2* minerais 3 crescer
alimento-adultos alimento-idosos intestinos

MOT : inverno

*

0103

1* alimento-completo 2* ossos
3 crescimento 4 agradavel bebida inverno

MOT : juventude

*

0296

1* juventude 2 ossos 3* alimento-completo
alimento-essencial

0137

1* juventude 2* calorias 3 energias

0347

1* crianas juventude ossos 2* ossos-manter 3 ossos
-curar

MOT : lactose

*

0411

1* alime
nto natural 2 crescer crianas 3* lactose calcio

0147

1* lactose 2* vitaminas proteinas sais-min

erais 3 alimento-completo

MOT : leite-vegetal

*

0230 1 protein
as gorduras 2 saude-prejudicial 3 leite-vegetal

MOT : liquido

*

0131 1* bebida saudavel liquido 2* desintoxicacao 3 complemento
proteinas vida
0192 1* calcio 2 bebida liquido 3* vitaminas
0116 1* agra
davel saude 2* proteinas calcio 3 liquido

MOT : longa-duracao

*

0318 1
* vitaminas 2* facil-utilizacao 3 longa-duracao 4 crianas

MOT : magnesio

*

0174 1* proteinas 2 lipidos 3 magnesio 4* calcio

MOT : mamar

*

0308 1* calcio saude
2 bebida-nao-alcoolica 3 vacas 4 mamar 5 saboroso

MOT : manutencao-organismo

*

0145 1* manutencao-organismo 2* desintoxicacao
tabaco 3 gostar saboroso
0139 1* prote
inas calcio 2* crianas crescer 3 manutencao-organismo

MOT : materno

*

0290 1* alimento-comp
leto 2* calcio 3 bebida-nao-al
coolica 4 alimento-todas-idades 5 maternidade 6 vida vitaminas 7 desintox
icacao tabaco
0113 1* alimento-complet
o 2 agradavel bebida proteinas 3* materno crianas doencas 4 desintoxicac
ao fumos incendio

MOT : memoria

*

0148 1* calcio 2 kalori
as 3 ossos 4* crescer 5 cerebro 6 memoria 7 minerais

MOT : minerais

*

0184 1* proteinas 2* vitaminas sais-minerais 3 digestao-facil
0180 1 natur
al alimento-completo 2* vitaminas sais-minerais 3 proteinas calorias ener
gias 4* anticorpos
0233 1* alimento-completo 2* cresc
er desenvolvimento 3 proteinas
4 musculos 5 calcio raquitismo 6 sais-minerais enzimas gorduras 7 alimen
tacao-basica ferro fosforo
0147 1* lactose 2* vitaminas proteinas sais-minerais 3 alimento-completo

0191 1 crescer 2* sais-minerais vitaminas proteinas 3* de
sintoxicacao 4 alimento-essencial

0415 1* saude

0277 2* desintoxicacao tabaco 3 calcio minerais
1 minerais 2* alimento-completo nutritivo
alimentacao bebida 3 saboroso-frio 4 desintoxi
cacao tabaco

0350 1
alimentacao 2* alimento-completo minerais proteinas vitaminas

0335 1* alimento-completo 2 vitaminas minerais 3* desintoxicacao 4 agradavel
bebida

0306 1* alimento-essencial 2* minerais vitaminas 3 facil-digestao

0371 1* alimento-completo vitaminas minerais 2* ossos 3 calcio fosforo

0148 1* calcio 2 calorias 3 ossos
4* crescer 5 cerebro 6 memoria 7 minerais

0293 1* proteinas 2* minerais 3 alimento-completo 4 gordura-
controlada 5 alimento-qualidade 6 barato

0292 1* calcio 2* minerais 3 crescer alimento-adultos ali
mento-idosos intestinos

0272 1* minerais 2* alimentacao 3 alimento-manh
a

0319 1 natural 2* vitaminas minerais calcio 3* complemento 4 calman
te

0105 1* minerais calcio fosforo 2* desintoxicac
ao 3 alimentacao

MOT : multiusos

*

0152 1* saude 2* alimento-completo 3 multi-usos

0120 1* nutritivo 2* agradavel 3 multiplicidade combinacoes

0305 1* alimento-completo 2 multiusos 3 saboroso 4 barato 5 facil-u
tilizacao 6 complemento 7 bolos 8 cozinhar

0120 1* nutritivo 2* agradavel 3 multiplicidade combinacoes

MOT : musculos

*

0158 1* saude 2* crescer 3 energias musculos

0233 1* alimento-completo 2* cres
cer desenvolvimento 3 proteinas 4 musculos 5 calcio raquitismo 6 sais-min
erais enzimas gorduras 7 alimentacao-basica fer
ro fosforo

MOT : natural

*

0411 1* alimento natural 2 crescer criancas 3* lactose c
alcio

0366 1 proteinas 2 natural 3 alimento-completo

0180 1 natural alimento-completo 2* vitaminas
sais-minerais 3 proteinas calorias energias 4*
anticorpos

0304 1* alimento-completo 2 crescer 3 natural

0319 1 natural 2* vitaminas minerais calcio 3*
complemento 4 calmante

0275 1* alimen
to-completo 2* componente-doces 3 natural

0312 1 natural 2 alimento-completo

0264 1 calcio 2* saudavel 3 crescer 4* natural
 0263 1* alime
 nto-completo bebida 2 saudavel 3* natural 4 energias
 0125 1* natural 2 puro 3* alimento-completo org
 anismo 4 compativel alimentos
 0157 1* ali
 mento-completo 2 bebida agradavel natural 3* primeiro-alimento infancia
 0138 1* saude 2* natural 3 saboroso 4 saudavel
 0118 1* alimento-completo 2 natural 3* puro
 0245 1* saude 2 natural 3* alimento-completo

MOT : novos

0369 1* vitam
 inas proteinas 2* calcio 3 idosos novos

MOT : nutritivo

0435 1* alimento-
 essencial 2 crescer 3* saudavel 4 nutritivo
 0440 1 nutritivo 2 energias 3 revigorante 3* v
 itaminas 4* crescer
 0436 1* alimentacao nutritivo 2 alimento-essencial crianas
 3 agradavel saboroso
 0121 1* nutritivo 2* saudavel desenvolvimento c
 riancas proteinas
 0421 1* desintoxicacao saude-colo
 n 2 pequeno-almoco 3* alimentacao nutritivo
 0413 1* nutritivo 2* alimentacao 3 desintoxicac
 ao tabaco 4 saudavel
 0376 1* agradavel 2* nutritivo 3* facil-utilizacao
 0317 1 primeiro-alimento 2* nutritivo 3* complemento
 0310 1* nutritivo 2 alimento-completo 3* alimen
 to-essencial crescer saudavel
 0299 1 nutritivo alimento-todas-idades 2 cresc
 er 3* ossos 4 pele 5* fortificante
 0277 1 minerais 2* alimento-completo nutritivo alimentacao bebida 3 saboroso
 -frio 4 desintoxicacao tabaco
 0269 1* alimento-completo 2* nutritivo 3 crescer
 0289 1* saude bem-estar 2* nutritivo 3 desintoxicacao
 0248 1 saboroso 2* saudavel 3* nutritivo
 0256 1* nutritivo pureza 2* calmante
 0232 1* desin
 toxicacao 2 alimentacao-basica 3* nutritivo
 0185 1* alimentacao 2* nutritivo crianas 3 calcio
 0150 1 gostar
 2 alimento-essencial organismo 3* nutritivo
 0133 1* saudavel 2 nutritivo 3 vitaminas 4* alimento-compl
 eto 5 desintoxicacao
 0155 1 calcio 2* proteinas 3* nutritivo
 0120 1* nutritivo 2* agradavel 3 multiplicidade
 combinacoes

MOT : organismo

0150 1 gostar 2 alimento-essencial organismo 3* nutritivo
 0101 1 alimento-essencial organismo 2 energia 3* alimento-complet
 o 4 ajuda crescimento
 0125 1* na
 tural 2 puro 3* alimento-completo organismo 4 compativel alimentos

0186 1* alimentacao organismo 2* desintoxicacao
 0110 1* bebida
 agua 2 alimentacao 3* nutrientes organismo
 0117 1
 * alimento-completo 2* calcio
 ossos dentes 3 alimento-essencial organismo
 MOT : ossos
 *
 0424 1* ossos calcio 2 alimento-essencial crian
 cas 3 saude
 0425 1* ossos ulcera-estomago 2 alimentacao 3 g
 ostar saboroso
 0406 1 alimento-completo 2* calcio 3 ossos 4* crescer crianças
 0409 1* crescer 2 ossos 3* vitaminas
 0371 1* alimen
 to-completo vitaminas minerais 2* ossos 3 calcio fosforo
 0392 1 calmante 2* ossos 3* alimento-completo 4 calcio 5 s
 audavel
 0434 1* alimento-completo complem
 ento-alimentar 2* saude doentes 3 ossos crescer crianças
 0390 1* ossos 2 energias 3* alimento-completo
 0383 1* ossos calcio calcifica 2 desintoxicacao
 tabaco 3* elementos-essenciais
 0384 1* aliment
 acao alimento-essencial 2* calcio ossos
 0363 1 calmante 2* desi
 ntoxicacao 3 alimento-completo 4* ossos
 0400 1* desintoxicacao 2* calcio ossos 3 calmante
 0359 1* vitaminas 2* ossos 3 alimento-essencial crescer dese
 nvolvimento crianças
 0349 1 gostar 2* ossos 3* alimento-completo
 0337 1* crescer 2 alimento-completo 3 ossos alimento-essencial
 0353 1* crescer 2 refrescar 3* ossos
 0355 1* calcio ossos 2* crescer crianças 3 desintoxica
 cao 4 pele
 0338 1* ossos 2* alimento-completo 3 crescer
 0345 1* saude 2* desintoxicacao 3 ossos
 0296 1* juventude 2 ossos 3* alimento-completo alimento-ess
 encial
 0361 1* ossos 2 saude 3 proteinas
 0347 1* crianças juventude ossos 2* ossos-manter 3 ossos-curar
 0354 1* ossos 2 raquitismo 3* dentes 4 desintox
 icacao
 0333 1 alimento-es
 sencial saude 2* calcio idosos 3* ossos
 0375 1 crescer 2* ossos calcio 3* saboroso
 0302 1* calcio
 vitaminas 2 alimento-essencial 3 ossos
 0281 1* saude 2 alimentacao 3* ossos
 0273 1* ossos crescer desenvolvimento 2 saudave
 l 3* alimentacao
 0283 1* calcio ossos dentes 2* alimento-manha alimentc
 -completo 3 gostar
 0299 1 nutritivo a
 limento-todas-idades 2 crescer 3* ossos 4 pele 5* fortificante
 0234 1* energias 2* vitam
 nas saude crescer 3 alimentacao 4 ossos
 0246 1 crescer crianças 2* ossos 3 vitaminas 4 osteoporose 5* agra
 davel

0257 1* calcio ossos 2 cerebro 3* escola
0236 1* alimento-com
pleto 2 alimento-leve 3* criancas ossos dentes
0258 1* saude ulcera-estoma
go 2* crescer criancas saudavel 3 ossos calcio 4 alimento completo
0260 1* calcio ossos 2 saude-estudantes 3*crescer
0241 1* saude desintoxicacao ossos 2* bebida-sede 3 energia-mental
0254 1* ossos calcio 2* crescer 3 obrigacao
0206 1* saude 2* ossos dentes 3 criancas
0208
1* alimento-criancas crescer 2* ossos 3 alimento-completo
0227 1
vitaminas 2* alimento-completo 3* ossos 4 crescer
0204 1* ossos 2 dentes 3* desintoxicacao
0193 1* ossos 2 vitaminas 3* valor-alimentar
0176 1* calcio 2* ossos 3 solidariedade
0194 1*
desenvolvimento-fisico 2* calcio ossos 3 saude ulcera-estomago
0167 1* ossos 2 alimento-completo 3 calmante 4*
desintoxicacao
0171 1* alimentacao 2* ossos 3 cozinhar
0175 1 crescer 2 ossos 3* desintoxicacao primeiro-alimen
to 4* saboroso
0183 1* ossos 2* crescer 3 desintoxicacao
0178 1* calcio ossos 2* calmante 3 reconfortante
0166
1* saude 2* crescer criancas 3 ossos
0172 1 ossos 2* crescer 3* calcio 4 saboroso
0153 1 cresce
r criancas 2* vitaminas 3* calcio ossos 4 calmante 5 desintoxicacao 6 fre
scura verao bebida agradavel
0129 1* alimento-completo 2 ossos 3* proteinas calcio
0148 1* calcio 2 calorias 3 ossos 4* crescer 5 cerebro 6 memoria 7
minerais
0130 1 crescer 2* ossos 3* energia 4 desintoxicacao
0159 1* saude 2 calcio ossos 3* cerebro
0122 1* alim
ento-essencial desenvolvimento
saude corpo 2* proteinas comp
lemento crescimento 3 alimentacao ossos dentes saudavel
0103 1* alimento-completo 2* ossos 3 crescimento 4 agradavel bebida
inverno
0117
1* alimento-completo 2* calcio ossos dentes 3 alimento-essencial organ
ismo
0102 1* alimento s
audavel 2* vitaminas proteinas
alimento-essencial crescimento 3 ossos 4 agradavel calmante deitar
0323 1* ossos calcio 2 alimento-essencial 3* ca
lmante
0347 1* criancas
juventude ossos 2* ossos-manter 3 ossos-curar
0228 1* alime
nto-complexo 2* ossos-juventude 3 ossos-idosos 4 calmante
0228 1* alimento-complexo 2* ossos-juventude 3 ossos-idosos 4 calmar
te
0347
1* criancas juventude ossos 2* ossos-manter 3 ossos-curar
0419 1* alimentacao saudavel 2* ossos calcio 3 agradavel
0412 1* ossos 2 saude 3* crescer
0368 1 saude
alimento-essencial 2* gorduras 3* ossos
0391 1*ossos 2* saudavel alimento-completo 2 s
aude

0251 1* ossos-criancas 2 calcio 3* energias ali
mentacao-desportistas

MOT : osteoporose *

0246 1 cresce
r criancas 2* ossos 3 vitaminas 4 esteoporose 5* agradavel

0344 1* alimento-completo 2* osteoporose 3 envelhecimento-evita

MOT : pele *

0299 1 nutritivo alimento-
todas-idades 2 crescer 3* ossos 4 pele 5* fortificante

0355 1* calcio ossos 2* cr
escer criancas 3 desintoxicacao 4 pele

MOT : pequeno-almoco *

0421 1* desintoxicacao saude-colon 2 pequeno-almoco 3* alimentacao nutritivo

0255 1* pequeno-almoco 2 reconstituente 3* calm
ante deitar

0357 1* gostar 2* vitaminas 3 pequeno-almoco

0247 1 pequeno-almoco 2 equilibrado 3* corn-fl
akes

MOT : postos-trabalho *

0432 1 industria postos-trabalho

0431 1* energias trabal
ho 2 crescer criancas 3 industria postos-trabalho

MOT : primeiro-alimento *

0317 1 primeiro-alimento 2* nutritivo 3* compl
emento

0386 1 bebida agrad
avel cafe cacau 2* vitaminas 3
* derivados queijo 4 sobremesas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

0426 1* alimento-completo 2 primeiro-alimento 3* calmante

0157 1* alimento-compl
eto 2 bebida agradavel natural 3* primeiro-alimento infancia

0140 1* alimento-completo 2 alime
ntacao saudavel desintoxicacao 3* primeiro-alimento criancas

0175 1
crescer 2 ossos 3* desintoxicacao primeiro-alimento 4* saboroso

0212 1* alimen
to-completo 2* criancas crescer 3 primeiro-alimento 4 barato

MOT : produtores-nacionais *

0235 1* vitaminas proteinas
2 energias 3* alimento-completo 4 produtores-nacionais

MOT : proteinas *

0402 1* proteinas vitaminas 2 energias 3 fortif
icante 4* saude alimento-essencial

0361 1* ossos 2 saude 3 proteinas

0403 1* calcio 2 proteinas 3* alimento-completo 4 desint
oxicacao

0341 1* criancas de

0340 desenvolvimento 2 calcio 3 gorduras 4 proteinas
 1* aliment
 o-essencial saude crianas ido
 sos 2* alimento-completo 3 calcio 4 proteinas 5 curar 6 cozinhar
 0369 1* vitaminas 2* calcio 3 idosos novos
 0366 1 proteinas 2 natural 3 alimento-completo
 0362 1* saude 2 gorduras 3 proteinas 4 saude 5* forma-fisica
 0327 1* energias 2 proteinas 3* saudavel
 0314 1* complemento calcio 2 proteinas 3 alimento-equilibrado 4 alim
 ento-noturno 5* cozinhar
 0311 1* alimentacao saudavel 2* proteinas 3 bebida-regrada
 0350 1 alimenta
 cao 2* alimento-completo 3 minerais 4 proteinas 5 vitaminas
 0287 1* alimento-completo 2 crescer 3* proteinas 4 bebida alimentacao
 0261 1* alimentacao 2 vitaminas 3 proteinas 4* desintoxicacao 5 saude
 0268 1* proteinas 2 vitaminas 3 alimento-completo
 4* alimento-doentes 5 alimento-criancas
 0235 1* vitaminas 2 proteinas 3 energias 4* alimento-comple
 to 5 produtores-nacionais
 0230 1 proteinas 2 gorduras 3 saude-prejudicial
 4 leite-vegetal
 0233 1* alimento-comp
 leto 2* crescer 3 desenvolvimento 4 proteinas 5 musculos 6 calcio raquitism
 o 7 sais-minerais 8 enzimas 9 gorduras 10 alimentaca
 o-basica 11 ferro 12 fosforo
 0223 1
 alimentacao-basica 2* calorias 3* proteinas
 0216 1 vitaminas 2 proteinas 3 alimento-bebe 4* alimento-c
 ompleto 5 crescer 6 saudavel 7 barato
 0221 1* energia-mental 2 proteinas 3 calcio 4* vitaminas
 0200 1*
 elementos-essenciais 2 alimentacao 3 proteinas 4 gorduras 5 calmante 6 desinto
 xicacao 7 imunizante 8 calcio 9* bebida aliment
 o-completo 10 essencial-bebe 11 essencial-idosos
 0180 1 natural alimento-comp
 leto 2* vitaminas 3 sais-minerais 4 proteinas 5 calorias 6 energias 7* anticorp
 os
 0174 1* proteinas 2 lipidos 3 magnesio 4* calci
 o
 0191 1 c
 rescer 2* sais-minerais 3 vitaminas 4 proteinas 5* desintoxicacao 6 alimento-
 essencial
 0184 1* proteinas 2* vitaminas 3 sais-minerais 4
 digestao-facil
 0181 1 saude 2* proteinas 3* bebida-sem-alcool
 0131 1* bebida saudavel liquid
 o 2* desintoxicacao 3 complemento 4 proteinas 5 vida
 0129 1* alimento-completo 2 ossos 3* proteinas 4 calcio
 0147 1* lactose 2* vitaminas 3 proteinas 4 sais-minerais 5 alimento-comp
 leto
 0143 1* vitaminas 2 proteinas 3 energia 4* alimento-essenci
 al desenvolvimento
 0155 1 calcio 2* proteinas 3* nutritivo
 0144 1
 * vitaminas 2*calcio 3 calorias 4 proteinas
 0139 1* proteinas 2 calcio 3* crianas 4 crescer 5
 manutencao-organismo
 0114 1* ca
 lcio 2* alimentacao 3 vitaminas 4 proteinas
 0113 1* ali

mento-completo 2 agradavel bebida proteinas 3* materno crianas doencas 4
 0102 desintoxicacao fumos incendio
 1* alimento saudavel 2* vitaminas proteinas alimento-essencial cresciment
 0109 o 3 ossos 4 agradavel calmante deitar
 1* vitaminas 2 crescimento 3 proteinas vida 4* calcio dentes 5 energ
 0122 ia forcas
 1* alimento-essenci
 al desenvolvimento saude corpo 2* proteinas complemento crescimento 3 ali
 0116 mentacao ossos dentes saudavel
 0107 1* agradavel saude 2* proteinas calcio 3 liquido
 1*
 crescimento 2* alimento-completo proteinas 3 calmante adormecer
 0121 1* nutritivo 2*
 saudavel desenvolvimento crianas proteinas
 0115 1* vitaminas 2 calorias 3* proteinas
 0293 1* proteinas 2* minerais 3 alimento-comple
 to 4 gordura-controlada 5 alimento-qualidade 6
 barato

 MOT : pureza
 *
 0256 1* nutritivo pureza 2* calmante
 0125 1* natural 2 puro 3* alimento-completo organismo 4 c
 ompativel alimentos
 0118
 1* alimento-completo 2 natural 3* puro
 0190 1* saude 2 pureza 3* valor-alimentar

 MOT : queijo
 *
 0386 1 bebida agradavel caf
 e cacau 2* vitaminas 3* derivados queijo 4 sobremesas 5 primeiro-alimento
 6 desintoxicacao

 MOT : raquitismo
 *
 0233 1* alimento-comp
 leto 2* crescer desenvolviment
 o 3 proteinas 4 musculos 5 calcio raquitismo 6 sais-minerais enzimas gord
 uras 7 alimentacao-basica ferro fosforo
 0354 1* ossos 2 raquitismo 3* dentes 4 desintoxicacao

 MOT : recomfortante
 *
 0178
 1* calcio ossos 2* calmante 3 recomfortante
 0111 1* alimen
 to-completo bebida alimentacao 2* recomfortante 3 saudavel
 0112 1* alimento-compl
 eto 2* alimento-essencial dese
 nvolvimento 3 satisfacao 4 bebida recomfortante

 MOT : reconstituente
 *
 0255 1* pequeno-almoco 2 reconstituente 3* calmante deitar

 MOT : revigorante
 *
 0440 1 nutritivo 2 energias 3 revigorante 3* vitaminas 4* crescer
 0249 1 revitaliza 2* calcio 3 vitaminas 4 saud
 avel

MOT : saboroso

0423 1*
calcio vitaminas ferro 2* infa
ncia crescer alimento-essencial 3 saboroso agradavel

0447 1*
elementos-essenciais 2* crescer 3 saboroso agradavel

0380 1* energias saudavel saboroso 2* vitaminas 3 bebida-idosos

0358 1
* calcio 2* cereais corn-flakes 3 saboroso doce

0416 1
* calcio ferro vitaminas 2 gostar saboroso 3* saude

0425 1* ossos ulcer
a-estomago 2 alimentacao 3 gostar saboroso

0436 1*
alimentacao nutritivo 2 alimen
to-essencial crianca 3 agradavel saboroso

0377 1 habito 2* saboroso 3* saudavel

0381 1* ca
lcio 2 alimento-completo 3 gostar saboroso 4* desenvolvimento

0375 1 crescer 2* ossos calcio 3* saboroso

0378 1 facil-utilizacao 2* saboroso 3* alimenta

0244 1* saudavel 2 refrescante saboroso 3* complemento-alimentar 4 bem
-estar

0203 1* saude 2* vitaminas 3 saboroso

0220 1* saude 2* dentes 3 saboroso

0168 1* alimento 2* saboroso 3 facilidade-utilizacao

0175 1 crescer 2 ossos 3* de
sintoxicacao primeiro-alimento 4* saboroso

0172 1 ossos 2* crescer 3* calcio 4 saboroso

0138 1* saude 2* natural 3 saboroso 4 saudavel

0145 1* manutencao-organismo
2* desintoxicacao tabaco 3 gostar saboroso

0141 1 saude 2* saboroso 3* alimento-completo

0119 1* saboroso 2 desintoxicacao fumo 3* saude

0277 1 minerais 2* alimento-comple
to nutritivo alimentacao bebida 3 saboroso-frio 4 desintoxicacao tabaco

0313 1* desintoxicacao 2 saboroso 3 alimento-completo 4 alimenta
cao 5 branco 6 calmante

0308 1* calcio saude 2 bebid
a-nao-alcoolica 3 vacas 4 mamar 5 saboroso

0325 1* saude 2* alimentacao 3 saboroso

0329 1* alimento-completo 2* saboroso agradavel 3 alimentacao

0305 1
* alimento-completo 2 multiusos 3 saboroso 4 barato 5 facil-utilizacao 6
complemento 7 bolos 8 cozinhar

0274 1 saude 2 alimento-completo 3 saboroso

0248 1 saboroso 2* saudavel 3* nutritivo

MOT : saudavel

0324 1 saude 2 calcio 3* alimento-completo 4*
criancas crescer

0308 1* calcio saude 2 bebida-nao-alcoolica 3 vacas 4
mamar 5 saboroso

0325 1* saude 2* alimentacao 3 saboroso

0320 1 saude 2* desintoxicacao 3* alimento-com
pleto

0274 1 saude 2 alimento-completo 3 saboroso

0301 1* saude 2 crescer 3 alimento-completo
0300 1 alimento-essencial 2* calcio 3* saude
0321 1* agradavel 2 saude 3* refresco bebida
0331 1* saude 2*bebida refresco 3 engorda-nao
0303 1* saude 2* vigor 3 energia
0278 1* saude vitaminas 2* desintoxicacao 3 fre
scura bebida-sede
0295 1* saude alimentacao 2 bebida-nao-alcoolic
a 3* alimentacao-leve
0281 1* saude 2 alimentacao 3* ossos
0261 1* alimentacao vitami
nas proteinas 2* desintoxicacao 3 saude
0258 1* saude ulcera-estomago 2* crescer crianc
as saudavel 3 ossos calcio 4 alimento completo
0245 1* saude 2 natural 3* alimento-completo
0239 1* saude 2 agradavel 3* alimentacao
0240 1 saude 2 crescer 3 energias
0241 1* saude desintoxicacao ossos 2* bebida-se
de 3 energia-mental
0234 1* energias 2* vitaminas saude crescer 3 alimentacao 4 ossos
0284 1
vitaminas 2 alimento-completo 3* saude
0271 1* saude 2 crescer saudavel 3* alimento-es
sencial
0231 1* desintoxicacao tabaco 2* saude alimento-completo 3 habito
0222 1* saude 2* dentes 3 energias-desportistas
0201 1* e
quilibrio-metabolico 2 energias 3 saude 4* alimento-completo
0207 1* saude 2 alimento-magro 3* crianca bebe
s doentes
0218 1* calcio
2 alimento-essencial vitaminas 3* saude
0280 1* saude 2 bem-estar 3* bebida-nao-alcoolic
ca
0226 1 saude 2* crescer 3* desenvolvimento
0203 1* saude 2* vitaminas 3 saboroso
0219 1 habito saude 2* crianca escola 3* alimento-cc
mpleto
0229 1* saude 2 vitaminas 3* fortificante
0181 1 saude 2* proteinas 3* bebida-sem-alcool
0166 1* saude 2* crescer crianca 3 ossos
0194 1* desenvo
lvimento-fisico 2* calcio ossos 3 saude ulcera-estomago
0197 1* saude 2 crescer 3* vitaminas calcio
0190 1* saude 2 pureza 3* valor-alimentar
0179 1* crescer 2 calcio 3 saude 4* alimentacao
0164 1* saude 2 energias 3* alimentacao saudave
l
0252 1* calcio 2 crescer 3* alimentacao-saudavel
0196 1 calcio 2* crescer 3* saude idosos 4 crianca escola
0177 1* saude ulcera-estomago 2 energias 3* cre
scer 4 alimentacao
0163 1* saude 2* barato 3 rapido
0159 1* saude 2 calcio ossos 3* cerebro
0149 1* saude 2* energias 3 alimento-manha 4 es
tudantes
0161 1* saude 2 desintoxicacao tabaco 3 ulcera-
estomago
0158 1* saude 2* crescer 3 energias musculos
0136 1* saude 2 crescer 3* alimento-completo
0138 1* saude 2* natural 3 saboroso 4 saudavel

0141 1 saude 2* saboroso 3* alimento-completo
 0146 1* alimentacao saude 2* crescer crianas 3 vitaminas
 0132 1* gostar bebida 2* saude 3 alimento
 0116 1* agradavel saude 2* proteinas calcio 3 liquido
 0151 1* saude 2 vitaminas 3* desintoxicacao
 0152 1* saude 2* alimento-completo 3 multi-usos

 0122 1* a
 limento-essencial desenvolvimento saude corpo 2* proteinas complemento cr
 escimento 3 alimentacao ossos dentes saudavel
 0108 1* saude crescer 2* calcio 3 agradavel 4 c
 omplemento 5 desintoxicacao 6 tem vitaminas
 0104 1 saude
 0126 1 frescura 2* energia 3* saude 4 desintoxicacao 5 vitaminas 6 cr
 escer 7 agradavel 8 fortificante
 0119 1*
 saboroso 2 desintoxicacao fumo 3* saude
 0421 1* desintoxicacao saude-colon 2 pequeno-almoco 3* aliment
 acao nutritivo
 0260 1* calcio ossos 2 saude-estudantes 3*crescer
 0286 1 saude 2 agradavel
 0206 1* saude 2* ossos dentes 3 crianas
 0220 1* saude 2* dentes 3 saboroso
 0266 1* saude 2 alimento-essencial 3* crianas
 crescer saudavel 4 vida-saudavel
 0289 1* saude bem-estar 2* nutritivo 3 desintox
 icacao
 0441 1* alimentacao 2 alim
 ento essencial doentes 3* crescer saudavel bebe crianas
 0444 1* dieta 2* saudavel 3 alimento-completo 4 barato 5
 complemento-alimentar
 0446 1* saudavel 2 energias 3 alimentacao crian
 cas
 0445 1* alimento-completo crescer saudavel 2 energias 3 energia-mental 4
 crianas
 0414 1 energias 2* saudavel 3* alimentacao
 0419 1* alimentacao saudavel 2* ossos calcio 3 agradavel
 0408 1* vitaminas energias 2 saudavel 3* crescer crianas
 0413 1* nutritivo 2* alim
 entacao 3 desintoxicacao tabaco 4 saudavel
 0410 1* desintoxic
 acao tabaco 2* alimentacao cre
 scer crianas 3 alimento-completo saudavel
 0435 1
 * alimento-essencial 2 crescer 3* saudavel 4 nutritivo
 0398 1* saudavel 2* vitaminas 3 bebida agradave
 0397 1
 1* saudavel 2* alimento-completo 3 calcio
 0392 1 calmante 2* osso
 s 3* alimento-completo 4 calcio 5 saudavel
 0388 1* saudavel agradavel 2* calcio vitaminas
 3 bebida prazer
 0379 1 alimento-completo 2 crescer 3* saudavel 4* agradavel
 0380 1* energias saudavel saboroso 2* vitaminas 3 bebida
 -idosos
 0391 1*ossos 2* saudavel alimento-completo 2 saude
 0393 1* saudavel 2 calmante 3* vitaminas
 0377 1 habito 2* saboroso 3* saudavel
 0405 1* des
 intoxicacao 2 alimento-completo 3 saudavel
 0348 1* saude 2
 * alimento-completo 3 alimentacao saudavel

0351 1* saudavel 2 rico 3* refrescante 4 alimen
to-completo 5 alimentacao

0311 1* alimentacao saudavel 2* proteinas 3 bebida-regrada

0310 1* nutritivo 2 alimento-compl
eto 3* alimento-essencial crescer saudavel

0316 1*
complemento 2 bebida agradavel 3* saudavel curar

0327 1* energias 2 proteinas 3* saudavel

0271 1* saude 2 crescer saudavel 3* alimento-essencial

0273 1
* ossos crescer desenvolvimento 2 saudavel 3* alimentacao

0291 1* calcio 2* alimento-essenc
ial desenvolvimento 3 alimentacao saudavel

0282 1* saudavel 2 bebida-nao-alcoolica 3* ener
gias

0270 1* saudavel 2 energias 3* alimento-doentes
alimento-criancas crescer

0249 1 r
evitaliza 2* calcio 3 vitaminas 4 saudavel

0263 1* alimento-completo bebida 2 saudavel 3* natural 4 energias

0266 1* saude 2 alime
nto-essencial 3* criancas crescer saudavel 4 vida-saudavel

0242 1* calcio 2 bebida saudavel 3* calmante

0258 1* saude ul
cera-estomago 2* crescer criancas saudavel 3 ossos calcio 4 alimento comp
leto

0264 1 calcio 2* saudavel 3 crescer 4* natural

0243 1 de
sintoxicacao 2 analgesico cura 3* saudavel 4* agradavel

0244 1* saudavel 2 refrescante saboroso 3* comp
lemento-alimentar 4 bem-estar

0248 1 saboroso 2* saudavel 3* nutritivo

0214 1 alimento-completo 2 crescer 3 saudavel 4 energias

0215 1* criancas crescer 2 calmante 3* saudavel

0217 1* saudavel 2 alimento-essencial agradavel
3* base-alimentos

0216 1 vit
aminas proteinas 2 alimento-be
be 3* alimento-completo 4 crescer saudavel 5 barato

0205 1* engordar-nao 2 crescer 3* saudavel 4 desintoxicacao

0164 1
* saude 2 energias 3* alimentacao saudavel

0199 1 propriedades 2* saudavel 3* alimento-completo

0162 1* alim
ento-completo 2 desintoxicacao 3* saudavel 4 alimentacao

0140 1
* alimento-completo 2 alimentacao saudavel desintoxicacao 3* primeiro-ali
mento criancas

0133 1* saudavel 2 nutritivo 3 vitaminas 4* ali
mento-completo 5 desintoxicacao

0160 1* calcio 2 bebida frescura 3* saudavel

0138 1* saude 2* natural 3 saboroso 4 saudavel

0131 1* bebida saudavel liquido 2* desintoxicacao 3 co
mplemento proteinas vida

0128 1* desintoxicacao 2* saudavel 3 calmante 4 complemento-alime
ntar

0111 1* alimento-completo bebi
da alimentacao 2* reconfortante 3 saudavel

0121 1* nutritivo 2* saudavel desenvolvimento crianas prote
inas

0123 1* saudavel 2* complemento alimento-essenc
ial crescimento 3 bem-estar

0122 1* alimento-essencia
1 desenvolvimento saude corpo
2* proteinas complemento cresc
imento 3 alimentacao ossos dentes saudavel

0102 1* alimento saudavel 2* vitaminas proteinas aliment
o-essencial crescimento 3 ossos 4 agradavel cal
mante deitar

0442 1* saude 2 crescer 3* energias

0443 1* saude 2* crescer 3 crianas

0422 1* saude 2* desintoxicacao 3 alimentacao

0437 1* saude 2* energias 3 desintoxicacao

0416 1* calcio fer
ro vitaminas 2 gostar saboroso 3* saude

0427 1* saude 2* alimentacao

0430 1 frescura 2* saude 3* desintoxicacao

0412 1* ossos 2 saude 3* crescer

0418 1 saude 2* alimentacao 3 estimulante calm
ante

0424 1* ossos calci
o 2 alimento-essencial crianas 3 saude

0415 1* saude 2* desintoxicacao tabaco 3 calcio
minerais

0433 1 saude 2 elementos-essenciais 3* aliment
o-bebe

0434 1* alimento-
completo complemento-alimentar 2* saude doentes 3 ossos crescer crianas

0438 1* saude 2* crescer 3 energias crianas

0402 1* proteinas vitam
inas 2 energias 3 fortificante 4* saude alimento-essencial

0391 1*osso
s 2* saudavel alimento-completo 2 saude

0374 1* saude 2 alimento-essencial 3 alimento-t
odas-idades

0395 1 saude 2 alimentacao 3* desintoxicacao t
abaco 4* vitaminas

0399 1* calcio 2* alimento-completo
3 agradavel 4 facil-utilizacao 5 saude 6 barato

0373 1* saude 2 alimento-todas-idades 3* vitami
nas

0368 1 saude alimento-essencial 2* gorduras 3*
ossos

0365 1* calcio 2* saude 3 crianas crescer

0340 1* alimento-essencial saude crianas idosos 2* alimento-compl
eto 3 calcio proteinas 4 curar 5 cozinhar

0361 1* ossos 2 saude 3 proteinas

0348 1* saude 2* alimento-completo 3 alimentaca
o saudavel

0346 1* saude 2* calcio 3 alimento-criancas cri
ancas

0362 1* saude 2 gorduras proteinas 3 saude 4* f
orma-fisica

0345 1* saude 2* desintoxicacao 3 ossos

0343 1* vitaminas 2* desi
ntoxicacao 3 bebida sede fresco 4 saude alimento-essencial

0370 1* saude 2 alimento vitaminas 3 alimento-e
ssencial vida

0362 1* saude 2 gorduras proteinas 3 saude 4* forma-fisica

0360 1* saude 2* energias 3 desintoxicacao taba
CO

0330 1* alimentacao 2* saude 3 alimento-completo

0332 1* saude 2* empresas trabalho 3 vitaminas

0333 1 alimento-essencial saude 2* calcio idosos 3* ossos

0322 1* desintoxicacao 2* saude 3 alimenta

0326 1* alimentacao 2* crianc
as adolescentes desenvolvimento 3 saude idosos 4 calmante

MOT : saude-pele *

0182 1* compleme
nto-alimentar 2* desintoxicacao 3 saude-pele

MOT : saude-prejudicial *

0230 1 proteinas gorduras 2 saude-prejudicial 3 leite-vegetal

MOT : sede *

0343 1* vit
aminas 2* desintoxicacao 3 bebida sede fresco 4 saude alimento-essencial

MOT : solidariedade *

0176 1* calcio 2* ossos 3 solidariedade

MOT : tabaco *

0410 1* desintoxicacao tabaco 2* alimentacao crescer crianas
3 alimento-completo saudavel

0413 1* nutritiv
o 2* alimentacao 3 desintoxicacao tabaco 4 saudavel

0309 1* v
itaminas calcio 2* desintoxicacao tabaco

0360 1* s
aude 2* energias 3 desintoxicacao tabaco

0383 1* ossos
calcio calcifica 2 desintoxicacao tabaco 3* elementos-essenciais

0290 1*
alimento-completo 2* calcio 3
bebida-nao-alcoolica 4 alimen
to-todas-idades 5 maternidade
6 vida vitaminas 7 desintoxicacao tabaco

0231 1* desintoxicacao tabaco 2* saude alimento-completo 3 hab
ito

0415 1* saude 2* desintoxicacao tabaco 3 calcio minerais

0395 1 saud
e 2 alimentacao 3* desintoxicacao tabaco 4* vitaminas

0165 1 al
imento-completo 2* desintoxicacao tabaco 3 frescura refresca

0145 1* manut
encao-organismo 2* desintoxicacao tabaco 3 gostar saboroso

0135 1* desintoxicacao tabaco 2 crescer 3* energia 4 satisfaca
o

0279 1* al
imento-completo 2* desintoxicacao tabaco 3 coracao

0277 1 minerais 2* alimento-complet
o nutritivo alimentacao bebida
3 saboroso-frio 4 desintoxicacao tabaco

0224 1* desintoxicacao tabaco 2 fortificante 3* crianas cresc

er

0161 1* saude 2 desintoxicacao tabaco 3 ulcera-estomago
0119

1* saboroso 2 desintoxicacao fumo 3* saude

MOT : tolerancia-organismo

0154 1* alimento-completo 2* tolerancia-organismo 3 alimentacao cura
r

MOT : trabalho

0431 1* energias trabalho 2 crescer crianas 3 industria
postos-trabalho

0332 1* saude 2* empresas trabalho 3 vitaminas

MOT : ulcera-estomago

0339 1* ulcera-estomago 2* complemento
0169 1* habito 2* ulcera-estomago 3 agradavel
0258 1* saude ulcera-estomago 2* crescer crianas sau
davel 3 ossos calcio 4 alimento completo
0177 1* saude ulcera-estomago 2 energias 3* crescer 4
alimentacao

0161 1
* saude 2 desintoxicacao tabaco 3 ulcera-estomago

0425 1* ossos ulcera-estomago 2 alimentacao 3 gostar
saboroso

0194 1* desenvolvimen
to-fisico 2* calcio ossos 3 saude ulcera-estomago

MOT : vacas

0308 1* calc
io saude 2 bebida-nao-alcoolica 3 vacas 4 mamar 5 saboroso

MOT : verao

0153 1 crescer crianas 2* v
itaminas 3* calcio ossos 4 cal
mante 5 desintoxicacao 6 frescura verao bebida agradavel

0134 1* a
limento-completo 2* alimentacao 3.verao refresco

MOT : vida

0370 1* saude 2 alimen
to vitaminas 3 alimento-essencial vida

0352 1* cal
cio 2 bebida vitaminas 3 alime
nto-completo elementos-essenciais vida

0290 1* alimento-completo 2* calcio
3 bebida-nao-alcoolica 4 alim
ento-todas-idades 5 maternidade 6 vida vitaminas 7 desintoxicacao tabaco

0131 1* be
bida saudavel liquido 2* desin
toxicacao 3 complemento proteinas vida

0109 1* vi
taminas 2 crescimento 3 proteinas vida 4* calcio dentes 5 energia forcas

0266 1* saude 2 alimento-essenci
al 3* crianas crescer saudavel 4 vida-saudavel

MOT : vigor

0303 1* saude 2* vigor 3 energia *

MOT : vitaminas

0440 1 nutr
ativo 2 energias 3 revigorante 3* vitaminas 4* crescer *

0420 1*
alimentacao elementos-essenciais vitaminas 2* dieta 3 calmante

0428 1* energias crescer 2* vitaminas calcio 3 desintoxicacao

0416 1* calcio ferro vitaminas 2 gostar saboroso 3* saude

0409 1* crescer 2 ossos 3* vitaminas

0423 1* calcio vitaminas ferro 2* infancia crescer ali
mento-essencial 3 saboroso agradavel

0408 1* vitaminas energias 2 saudavel 3* cresce
r criancas

0398 1* saudavel 2* vitaminas 3 bebida agradavel

0393 1* saudavel 2 calmante 3* vitaminas

0402 1* proteinas vitaminas 2 energias 3 fortificante 4*
saude alimento-essencial

0394 1 cre
scer 2 calcio 3* desintoxicacao 4 vitaminas 5* alimento-completo

0395 1 saude 2 alimen
tacao 3* desintoxicacao tabaco 4* vitaminas

0401 1* calcio 2
* alimento-completo equilibrado 3 vitaminas

0386 1 bebida agradavel cafe cacau 2* vitaminas 3* derivados queijo 4 sobreme
sas 5 primeiro-alimento 6 desintoxicacao

0380 1* energias saudavel saboroso 2* vitaminas 3 bebida-idosos

0396 1* criancas calcio vitaminas 2* derivados 3 energias

0404 1* vitaminas 2 energias 3* calcio

0373 1*
saude 2 alimento-todas-idades 3* vitaminas

0388 1* saudavel agradavel 2* calcio vitaminas 3 bebida prazer

0364 1 alime
nto-essencial 2 desintoxicacao 3* vitaminas 4* calcio

0290 1* al
imento-completo 2* calcio 3 be
bida-nao-alcoolica 4 alimento-
todas-idades 5 maternidade 6 vida vitaminas 7 desintoxicacao tabaco

0342 1* desintoxicacao vitaminas 2 calcio 3 bebida agradavel

0357 1* gostar 2* vitaminas 3 pequeno-almoco

0352 1* calcio 2 bebida vitaminas 3 alimento-completo elementos
-essenciais vida

0350 1 alimentacao 2* ali
mento-completo minerais proteinas vitaminas

0370 1* saude 2 alimento vitaminas 3 alimento-essencial vida

0359 1* vitaminas 2* ossos 3 alimento-essencial
crescer desenvolvimento criancas

0369 1* vitaminas proteinas 2* calcio 3 idosos
novos

0343 1* vitaminas 2* desintoxicacao 3 bebida se
de fresco 4 saude alimento-essencial

0371 1* alimento-completo vitaminas minerais 2* ossos 3 calcio fo
sforo

0356 1 calcio vitaminas 2* agradavel 3* alimenta

0335 1* alimento-completo 2 vitaminas minerais 3* desintoxicacao 4
agradavel bebida

0318 1* vitaminas 2* facil-utilizacao 3 longa-d
uracao 4 criancas

0332 1* saude 2* empresas trabalho 3 vitaminas

0306 1* alimento-essencial 2* minerais vitaminas 3 facil-digestao

0278 1* saude vitaminas 2* desintoxicacao 3 frescura
bebida-sede

0319 1 natural 2* vitaminas minerais calcio 3* complement
o 4 calmante

0309 1* vitaminas calcio 2* desintoxicacao taba
co

0284 1 vitaminas 2 alimento-completo 3* saude

0285 1 crescer 2* calcio vitaminas ferro 3* alimento-completo

0302 1* calcio vitaminas 2 alimento-essencial 3 ossos

0276 1* vitaminas 2* alimentacao 3 bebida-rapid
a

0261 1* alimentacao vitaminas proteinas 2* desintoxicacao 3
saude

0237 1 alimento-completo 2* calcio 3* vitaminas

0246 1 crescer crianas 2* ossos 3 vitaminas 4 esteoporose 5* agradavel

0250 1* alimento-completo 2 vitaminas 3* equilibrado

0249 1 revitaliza 2* calcio 3 vitaminas 4 saudavel

0234 1* energias 2* vitaminas saude crescer 3 alimentacao 4
ossos

0235 1* vitaminas proteinas 2 energias 3* alime
nto-completo 4 produtores-nacionais

0268 1* proteinas vitaminas 2 alimento-completo 3* alimen
to-doentes alimento-criancas

0229 1* saude 2 vitaminas 3* fortificante

0216 1 vitaminas proteinas 2 alimento-bebe 3*
alimento-completo 4 crescer saudavel 5 barato

0146 1* alimen

0227 tacao saude 2* crescer crianas 3 vitaminas
1 vitaminas 2* alimento-completo 3* ossos
4 crescer

0218 1* calcio 2 alimento-essencial vitaminas 3* saude

0211 1 alimento-completo 2* vitaminas 3* desintoxicacao 4 agradavel

0203 1* saude 2* vitaminas 3 saboroso

0221 1* en

0193 ergia-mental 2 proteinas calcio 3*vitaminas
1* ossos 2 vitaminas 3* valor-alimentar

0191 1 crescer 2* sais-minerais vitaminas proteinas 3* desintoxicacao 4
alimento-essencial

0197 1* saude 2 crescer 3* vitaminas calcio

0184 1* proteinas 2* vitaminas sais-minerais 3 digestao-faci
l

0187 1* vitaminas 2* complemento-alimentar

0192 1* calcio 2 bebida liquido 3* vitaminas

0180 1 natural alimento-completo 2* vitaminas sais-minerais 3 proteinas cal
orias energias 4* anticorpos

0133 1* saudavel 2 nutritivo 3 vitaminas 4* alimento-completo 5 desint
oxicacao

0147 1* lactose 2* vitaminas proteinas sais-minerais 3 ali
mento-completo

0143 1* vitaminas proteinas 2 energia 3* alimen
to-essencial desenvolvimento

0144 1* vitaminas 2*calcio 3 calorias 4 protein
as

0151 1* saude 2 vitaminas 3* desintoxicacao

0127 1* c
 complemento-alimentar 2* energia 3 vitaminas

0153 1 crescer crianas 2* vitaminas 3* calcio ossos 4 calmante 5
 desintoxicacao 6 frescura verao bebida agradave
 l

0109 1* vitaminas 2 crescimento 3 proteinas vid
 a 4* calcio dentes 5 energia forcas

0126 1 frescura 2* en
 ergia 3* saude 4 desintoxicacao 5 vitaminas 6 crescer 7 agradavel 8 forti
 ficante

0115 1* vitaminas 2 calorias 3* proteinas
 0102 1* alimento saudavel 2* vitaminas proteinas alimento-essencial
 crescimento 3 ossos 4 agradavel calmante deitar

0114 1* calcio 2* alimentacao 3 vitaminas 4 proteinas
 0108 1* saude cre
 scer 2* calcio 3 agradavel 4 c
 complemento 5 desintoxicacao 6 tem vitaminas

0187 1* vitaminas 2* complemento-alimentar
 0192

1* calcio 2 bebida liquido 3* vitaminas

0180 1 natural alimento-completo 2* vitaminas sais-minerais 3 proteinas cal
 orias energias 4* anticorpos

0133 1* saudavel 2 nutritivo 3 vitaminas 4* alimento-completo 5 desint
 oxicao

0147 1* lactose 2* vitaminas proteinas sais-minerais 3 ali
 mento-completo

0143 1* vitaminas proteinas 2 energia 3* alimen
 to-essencial desenvolvimento

0144 1* vitaminas 2*calcio 3 calorias 4 protein
 as

ANEXO E

Nous avons en entrée le fichier : qless

		RANGS					
		:FREQ.:	1 *	2 *	3 *	4 *	5 *
		: 10 :	1*	3*	1*	3*	1*
	rangs 6 à 15	1*					
	moyenne : 3.30						
adolescentes		: 1 :	0*	1*			
adormecer		: 1 :	0*	0*	1*		
agradavel		: 41 :	5*	13*	12*	8*	1*
	rangs 6 à 15	1* 1*					
	moyenne : 2.85						
alimentacao		: 75 :	20*	21*	26*	5*	1*
	rangs 6 à 15	1* 1*					
	moyenne : 2.37						
alimentacao-idosos		: 2 :	0*	0*	1*	0*	1*
	moyenne : 4.00						
alimentacao-racional		: 1 :	0*	1*			
alimento-bebe		: 4 :	0*	1*	2*	0*	1*
	moyenne : 3.25						
alimento-completo		: 123 :	53*	32*	32*	3*	2*
	rangs 6 à 15	1*					
	moyenne : 1.96						
alimento-criancas		: 4 :	1*	0*	3*		
	moyenne : 2.50						
alimento-doentes		: 3 :	0*	0*	2*	1*	
	moyenne : 3.33						
alimento-essencial		: 54 :	19*	18*	11*	4*	0*
	rangs 6 à 15	2*					
	moyenne : 2.15						
alimento-manha		: 4 :	0*	2*	2*		
	moyenne : 2.50						
alimento-noturno		: 1 :	0*	0*	1*		
analgesico		: 1 :	0*	1*			
anticorpos		: 1 :	0*	0*	0*	1*	
barato		: 8 :	0*	1*	0*	4*	1*
	rangs 6 à 15	2*					
	moyenne : 4.38						
base-alimentos		: 1 :	0*	0*	1*		
bebe		: 2 :	0*	0*	2*		
	moyenne : 3.00						
bebida		: 35 :	7*	13*	10*	3*	0*
	rangs 6 à 15	2*					
	moyenne : 2.49						
bebida-nao-alcoolica		: 6 :	0*	3*	3*		
	moyenne : 2.50						
bem-estar		: 4 :	1*	1*	1*	1*	
	moyenne : 2.50						
bolos		: 1 :	0*	0*	0*	0*	0*
	rangs 6 à 15	0* 1*					
branco		: 1 :	0*	0*	0*	0*	1*
cacau		: 1 :	1*				
cafe		: 1 :	1*				

calcio			: 100 :	46*	30*	18*	4*	2*
	moyenne :	1.86						
calmante			: 27 :	3*	7*	11*	5*	0*
	rangs 6 à 15		1*					
	moyenne :	2.81						
calorias			: 6 :	0*	4*	2*		
	moyenne :	2.33						
cereais			: 5 :	0*	2*	1*	1*	1*
	moyenne :	3.20						
cerebro			: 3 :	0*	1*	1*	0*	1*
	moyenne :	3.33						
compativel			: 1 :	0*	0*	0*	1*	
complemento			: 23 :	7*	5*	6*	3*	1*
	rangs 6 à 15		1*					
	moyenne :	2.52						
componente-doces			: 1 :	0*	1*			
coracao			: 1 :	0*	0*	1*		
corpo			: 1 :	1*				
cozinhar			: 6 :	0*	0*	3*	1*	1*
	rangs 6 à 15		0* 0*	1*				
	moyenne :	4.33						
crescer			: 101 :	24*	46*	20*	10*	0*
	rangs 6 à 15		1*					
	moyenne :	2.20						
criancas			: 54 :	9*	21*	18*	6*	
	moyenne :	2.39						
curar			: 5 :	0*	1*	3*	1*	
	moyenne :	3.00						
deitar			: 2 :	0*	0*	1*	1*	
	moyenne :	3.50						
dentes			: 10 :	1*	5*	3*	1*	
	moyenne :	2.40						
derivados			: 2 :	0*	1*	1*		
	moyenne :	2.50						
desenvolvimento			: 18 :	7*	7*	3*	1*	
	moyenne :	1.89						
desintoxicacao			: 74 :	16*	24*	20*	9*	3*
	rangs 6 à 15		1* 1*					
	moyenne :	2.54						
dieta			: 2 :	1*	1*			
	moyenne :	1.50						
digestao-facil			: 4 :	0*	0*	3*	1*	
	moyenne :	3.25						
doce			: 1 :	0*	0*	1*		
doces			: 1 :	0*	0*	0*	1*	
elementos-essenciais			: 8 :	4*	1*	3*		
	moyenne :	1.88						
empresas			: 2 :	0*	1*	1*		
	moyenne :	2.50						
energias			: 53 :	11*	20*	19*	2*	1*
	moyenne :	2.28						
engorda			: 1 :	0*	1*			
engordar-nao			: 2 :	1*	0*	1*		
	moyenne :	2.00						
enzimas			: 1 :	0*	0*	0*	0*	0*
	rangs 6 à 15		1*					

equilibrado		:	3	:	0*	2*	1*		
moyenne :	2.33								
equilibrio-metabolico		:	2	:	2*				
moyenne :	1.00								
escola		:	3	:	0*	1*	1*	1*	
moyenne :	3.00								
estimulante		:	1	:	0*	0*	1*		
estudantes		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
evelhecimento-evita		:	1	:	0*	0*	1*		
facil-utilizacao		:	11	:	1*	2*	6*	1*	1*
moyenne :	2.91								
ferro		:	4	:	2*	1*	0*	0*	0*
rangs 6 à 15		0*	1*						
moyenne :	2.75								
forca		:	1	:	0*	0*	1*		
forma-fisica		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
fortificante		:	8	:	1*	2*	3*	0*	1*
rangs 6 à 15		0*	0*		1*				
moyenne :	3.38								
fosforo		:	3	:	1*	0*	1*	0*	0*
rangs 6 à 15		0*	1*						
moyenne :	3.67								
frescura		:	19	:	2*	6*	10*	0*	0*
rangs 6 à 15		1*							
moyenne :	2.63								
fumos		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
gordura-controlada		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
gorduras		:	8	:	2*	4*	1*	0*	0*
rangs 6 à 15		1*							
moyenne :	2.38								
gostar		:	11	:	4*	3*	4*		
moyenne :	2.00								
habito		:	5	:	3*	0*	2*		
moyenne :	1.80								
idosos		:	7	:	2*	2*	3*		
moyenne :	2.14								
imunizante		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
incendio		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
industria		:	2	:	1*	0*	1*		
moyenne :	2.00								
infancia		:	2	:	0*	1*	1*		
moyenne :	2.50								
intestinos		:	1	:	0*	0*	1*		
inverno		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
juventude		:	3	:	3*				
moyenne :	1.00								
lactose		:	2	:	1*	0*	1*		
moyenne :	2.00								
leite-vegetal		:	1	:	0*	0*	1*		
liquido		:	3	:	1*	1*	1*		
moyenne :	2.00								

longa-duracao	:	1	:	0*	0*	1*		
magnesio	:	1	:	0*	0*	1*		
mamar	:	1	:	0*	0*	0*	1*	
manutencao-organismo	:	2	:	1*	0*	1*		
moyenne :		2.00						
materno	:	2	:	0*	0*	1*	0*	1*
moyenne :		4.00						
memoria	:	1	:	0*	0*	0*	0*	0*
rangs 6 à 15	1*							
minerais	:	17	:	4*	10*	1*	0*	0*
rangs 6 à 15	1*	1*						
moyenne :		2.35						
multiusos	:	4	:	0*	1*	3*		
moyenne :		2.75						
musculos	:	2	:	0*	0*	1*	1*	
moyenne :		3.50						
natural	:	14	:	5*	5*	3*	1*	
moyenne :		2.00						
novos	:	1	:	0*	0*	1*		
nutritivo	:	21	:	8*	7*	5*	1*	
moyenne :		1.95						
organismo	:	6	:	2*	1*	3*		
moyenne :		2.17						
ossos	:	71	:	25*	24*	20*	2*	
moyenne :		1.99						
osteoporose	:	2	:	0*	1*	0*	1*	
moyenne :		3.00						
pele	:	2	:	0*	0*	0*	2*	
moyenne :		4.00						
pequeno-almoco	:	4	:	2*	1*	1*		
moyenne :		1.75						
postos-trabalho	:	2	:	1*	0*	1*		
moyenne :		2.00						
primeiro-alimento	:	7	:	1*	1*	4*	0*	1*
moyenne :		2.86						
produtores-nacionais	:	1	:	0*	0*	0*	1*	
proteinas	:	44	:	15*	17*	10*	2*	
moyenne :		1.98						
pureza	:	4	:	1*	2*	1*		
moyenne :		2.00						
queijo	:	1	:	0*	0*	1*		
raquitismo	:	2	:	0*	1*	0*	0*	1*
moyenne :		3.50						
reconfortante	:	3	:	0*	1*	1*	1*	
moyenne :		3.00						
reconstituente	:	1	:	0*	1*			
revigorante	:	2	:	1*	0*	1*		
moyenne :		2.00						
saboroso	:	29	:	3*	8*	15*	2*	1*
moyenne :		2.66						
saudavel	:	163	:	91*	28*	36*	6*	2*
moyenne :		1.77						
saude-pele	:	1	:	0*	0*	1*		
saude-prejudicial	:	1	:	0*	1*			

sede	:	1	:	0*	0*	1*			
solidariedade	:	1	:	0*	0*	1*			
tabaco	:	17	:	4*	8*	3*	1*	0*	
rangs 6 à 15		0*		1*					
moyenne :		2.35							
tolerancia-organismo	:	1	:	0*	1*				
trabalho	:	2	:	1*	1*				
moyenne :		1.50							
ulcera-estomago	:	7	:	4*	1*	2*			
moyenne :		1.71							
vacas	:	1	:	0*	0*	1*			
verao	:	2	:	0*	0*	1*	0*	0*	
rangs 6 à 15		1*							
moyenne :		4.50							
vida	:	6	:	0*	0*	4*	1*	0*	
rangs 6 à 15		1*							
moyenne :		3.67							
vigor	:	1	:	0*	1*				
vitaminas	:	85	:	32*	29*	19*	2*	1*	
rangs 6 à 15		2*							
moyenne :		2.02							

DISTRIBUTION TOTALE	:	1546	:	467*	466*	437*	115*	28*		
RANGS 6 à 15		23*		8*	2*	0*	0*	0*	0*	0*
RANGS 16 à 25		0*		0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
RANGS 26 à 30		0*		0*	0*	0*				

Nombre total de mots différents : 126
Nombre total de mots cités : 1546

moyenne générale : 2.28

DISTRIBUTION DES FREQUENCES

freq.	*	nb. mots
1	*	46
2	*	21
3	*	8
4	*	9
5	*	3
6	*	5
7	*	3
8	*	4
10	*	2
11	*	2
14	*	1
17	*	2
18	*	1
19	*	1
21	*	1 ^v
23	*	1 ^v
27	*	1 ^v
29	*	1
35	*	1 ^v
41	*	1 ^v
44	*	1
53	*	1

54 * 2✓
 71 * 1✓
 74 * 1✓
 75 * 1✓
 85 * 1✓
 100 * 1✓
 101 * 1✓
 123 * 1
 163 * 1

Pour les MOTS PRINCIPAUX (*) RANGS

		FREQ.:	1 *	2 *	3 *	4 *	5 *
		: 2 :	1*	0*	1*		
adolescentes	moyenne : 2.00	: 1 :	0*	1*			
agradavel		: 11 :	4*	4*	0*	2*	1*
	moyenne : 2.27						
alimentacao		: 41 :	17*	12*	11*	1*	
	moyenne : 1.90						
alimento-bebe		: 2 :	0*	0*	1*	0*	1*
	moyenne : 4.00						
alimento-completo		: 91 :	46*	20*	21*	2*	1*
	rangs 6 à 15	1*					
	moyenne : 1.85						
alimento-criancas		: 3 :	1*	0*	2*		
	moyenne : 2.33						
alimento-doentes		: 3 :	0*	0*	2*	1*	
	moyenne : 3.33						
alimento-essencial		: 29 :	14*	6*	6*	1*	0*
	rangs 6 à 15	2*					
	moyenne : 2.07						
alimento-manha		: 1 :	0*	1*			
anticorpos		: 1 :	0*	0*	0*	1*	
barato		: 1 :	0*	1*			
base-alimentos		: 1 :	0*	0*	1*		
bebe		: 2 :	0*	0*	2*		
	moyenne : 3.00						
bebida		: 13 :	5*	6*	1*	0*	0*
	rangs 6 à 15	1*					
	moyenne : 2.00						
bebida-nao-alcoolica		: 2 :	0*	0*	2*		
	moyenne : 3.00						
bem-estar		: 1 :	1*				
calcio		: 76 :	42*	22*	9*	3*	
	moyenne : 1.64						
calmante		: 7 :	1*	2*	4*		
	moyenne : 2.43						
calorias		: 2 :	0*	2*			
	moyenne : 2.00						
cereais		: 3 :	0*	2*	1*		
	moyenne : 2.33						
cerebro		: 1 :	0*	0*	1*		
complemento		: 16 :	7*	5*	4*		
	moyenne : 1.81						
componente-doces		: 1 :	0*	1*			

corpo		:	1	:	1*				
cozinhar		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
crescer		:	55	:	16*	25*	10*	4*	
	moyenne :		2.04						
criancas		:	32	:	6*	15*	9*	2*	
	moyenne :		2.22						
curar		:	2	:	0*	0*	2*		
	moyenne :		3.00						
deitar		:	1	:	0*	0*	1*		
dentes		:	8	:	1*	4*	2*	1*	
	moyenne :		2.38						
derivados		:	2	:	0*	1*	1*		
	moyenne :		2.50						
desenvolvimento		:	17	:	7*	7*	2*	1*	
	moyenne :		1.82						
desintoxicacao		:	43	:	15*	17*	10*	1*	
	moyenne :		1.93						
dieta		:	2	:	1*	1*			
	moyenne :		1.50						
elementos-essenciais		:	5	:	3*	0*	2*		
	moyenne :		1.80						
empresas		:	1	:	0*	1*			
energias		:	23	:	9*	6*	8*		
	moyenne :		1.96						
engordar-nao		:	1	:	1*				
equilibrado		:	2	:	0*	1*	1*		
	moyenne :		2.50						
equilibrio-metabolico		:	2	:	2*				
	moyenne :		1.00						
escola		:	2	:	0*	1*	1*		
	moyenne :		2.50						
facil-utilizacao		:	3	:	0*	1*	2*		
	moyenne :		2.67						
ferro		:	3	:	2*	1*			
	moyenne :		1.33						
forma-fisica		:	1	:	0*	0*	0*	1*	
fortificante		:	4	:	1*	1*	1*	0*	1*
	moyenne :		2.75						
fosforo		:	1	:	1*				
frescura		:	4	:	0*	2*	2*		
	moyenne :		2.50						
gorduras		:	3	:	1*	2*			
	moyenne :		1.67						
gostar		:	2	:	2*				
	moyenne :		1.00						
habito		:	1	:	1*				
idosos		:	3	:	1*	1*	1*		
	moyenne :		2.00						
infancia		:	2	:	0*	1*	1*		
	moyenne :		2.50						
juventude		:	3	:	3*				
	moyenne :		1.00						
lactose		:	2	:	1*	0*	1*		
	moyenne :		2.00						
liquido		:	1	:	1*				

manutencao-organismo	:	1	:	1*						
materno	:	1	:	0*	0*	1*				
minerais	:	12	:	3*	9*					
natural	:	5	:	2*	1*	1*	1*			
nutritivo	:	17	:	6*	6*	5*				
organismo	:	3	:	1*	0*	2*				
ossos	:	52	:	24*	19*	8*	1*			
osteoporose	:	1	:	0*	1*					
pequeno-almoco	:	1	:	1*						
primeiro-alimento	:	3	:	0*	0*	3*				
proteinas	:	27	:	12*	12*	3*				
pureza	:	2	:	1*	0*	1*				
queijo	:	1	:	0*	0*	1*				
reconfortante	:	1	:	0*	1*					
saboroso	:	9	:	2*	5*	1*	1*			
saudavel	:	116	:	76*	17*	22*	1*			
tabaco	:	10	:	4*	5*	1*				
tolerancia-organismo	:	1	:	0*	1*					
trabalho	:	2	:	1*	1*					
ulcera-estomago	:	5	:	4*	1*					
vigor	:	1	:	0*	1*					
vitaminas	:	60	:	28*	21*	10*	1*			

DISTRIBUTION TOTALE	:	1546	:	381*	274*	185*	27*	4*		
RANGS 6 à 15	:	4*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
RANGS 16 à 25	:	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
RANGS 26 à 30	:	0*	0*	0*	0*	0*				

Nombre total de mots différents : 78
Nombre total de mots cités : 1546

moyenne générale : 1.06

DISTRIBUTION DES FREQUENCES

freq.	* nb. mots
1 *	25
2 *	16
3 *	10
4 *	2

5	*	3
7	*	1
8	*	1
9	*	1
10	*	1
11	*	1
12	*	1
13	*	1
16	*	1
17	*	2
23	*	1
27	*	1
29	*	1
32	*	1
41	*	1
43	*	1
52	*	1
55	*	1
60	*	1
76	*	1
91	*	1
116	*	1

ANEXO F

	Nb MOTS	Occu- rences	Mots frequents
categorie : 0	49	96	96
%	38.9	6.2	100.0
categorie : 1	4	176	176
%	3.2	11.4	100.0
categorie : 2	3	130	130
%	2.4	8.4	100.0
categorie : 3	2	119	119
%	1.6	7.7	100.0
categorie : 4	5	185	185
%	4.0	12.0	100.0
categorie : 5	9	171	171
%	7.1	11.1	100.0
categorie : 6	10	126	126
%	7.9	8.2	100.0
categorie : 7	1	54	54
%	.8	3.5	100.0
categorie : 8	8	67	67
%	6.3	4.3	100.0
categorie : 9	12	99	99
%	9.5	6.4	100.0
categorie : 10	5	64	64
%	4.0	4.1	100.0
categorie : 11	4	93	93
%	3.2	6.0	100.0
categorie : 12	4	85	85
%	3.2	5.5	100.0
categorie : 13	4	33	33
%	3.2	2.1	100.0
categorie : 14	2	18	18
%	1.6	1.2	100.0
categorie : 15	2	15	15
%	1.6	1.0	100.0
categorie : 16	1	8	8
%	.8	.5	100.0
categorie : 17	1	7	7
%	.8	.5	100.0
TOTAL :	126	1546	1450 93.8%

LISTE DES MOTS PAR ORDRE DE CATEGORIES

0 1compativel
0 1inverno
0 1componete-doces
0 1coracao
0 1corpo
0 1saude-prejudicial
0 1longa-duracao
0 1bolos
0 1branco
0 1produtores-nacionais
0 1cafe
0 1imunizante
0 1queijo
0 1vacas
0 1analgesico
0 1anticorpos
0 1solidariedade
0 1base-alimentos
0 1doces
0 1leite-vegetal
0 1mamar
0 1cacau
0 1engorda
0 1memoria
0 1intestinos
0 1tolerancia-organismo
0 1levelhecimento-evita
0 1enzimas
0 1doce
0 2empresas
0 2verao
0 2pele
0 2dieta
0 2industria
0 2engordar-nao
0 2derivados
0 2postos-trabalho
0 2materno
0 2lactose
0 2trabalho
0 2equilibrio-metabolico
0 3cerebro
0 3equilibrado
0 4digestao-facil
0 5habito
0 6vida
0 6cozinhar
0 6organismo
0 10
1 1saude-pele
1 5curar
1 7ulcera-estomago
1 163saudavel
2 3alimento-doentes
2 4alimento-criancas
2 123alimento-completo
3 18desenvolvimento
3 101crescer
4 2osteoporose

4 2raquitismo
4 10dentes
4 7lossos
4 100calcio
5 1gordura-controlada
5 1magnesio
5 3fosforo
5 4ferro
5 8gorduras
5 8elementos-essenciais
5 17minerais
5 44proteinas
5 85vitaminas
6 1alimentacao-racional
6 1alimento-noturno
6 2alimentacao-idosos
6 4alimento-manha
6 4alimento-bebe
6 4pequeno-almoco
6 5cereais
6 7primeiro-alimento
6 23complemento
6 75alimentacao
7 54alimento-essencial
8 1estudantes
8 1novos
8 1adolescentes
8 2bebe
8 2infancia
8 3juventude
8 3escola
8 54criancas
9 1estimulante
9 1forma-fisica
9 1reconstituente
9 1vigor
9 1forca
9 2musculos
9 2revigorante
9 2manutencao-organismo
9 6calorias
9 8fortificante
9 21nutritivo
9 53energias
10 1sede
10 3liquido
10 6bebida-nao-alcoolica
10 19frescura
10 35bebida
11 1fumos
11 1incendio
11 17tabaco
11 74desintoxicacao
12 4bem-estar
12 11gostar
12 29saboroso
12 41agradavel
13 1adormecer
13 2deitar
13 3reconfortante
13 27calmante
14 4pureza
14 14natural
15 4multiusos

15 11facil-utilizacao
16 8barato
17 7idosos

fichier traité : gless.dis

MOT			:Freq.: Distribution rang							
			:	:	*	*	*	*	*	
			:	10	:	1*	3*	1*	3*	1*
		en %	:	:	:	10 *	30 *	10 *	30 *	10 *
agradavel	rangs	6 à 15	*	1*						
			:	41	:	5*	13*	12*	8*	1*
		en %	:	:	:	12 *	31 *	29 *	19 *	2 *
	rangs	6 à 15	*	1*	1*					
		en %	*	2 *	2 *					
alimentacao			:	75	:	20*	21*	26*	5*	1*
		en %	:	:	:	26 *	28 *	34 *	6 *	1 *
	rangs	6 à 15	*	1*	1*					
		en %	*	1 *	1 *					
alimentacao-idosos			:	2	:	0*	0*	1*	0*	1*
		en %	:	:	:	0 *	0 *	50 *	0 *	50 *
alimento-bebe			:	4	:	0*	1*	2*	0*	1*
		en %	:	:	:	0 *	25 *	50 *	0 *	25 *
alimento-completo			:	123	:	53*	32*	32*	3*	2*
		en %	:	:	:	43 *	26 *	26 *	2 *	1 *
	rangs	6 à 15	*	1*						
alimento-criancas			:	4	:	1*	0*	3*		
		en %	:	:	:	25 *	0 *	75 *		
alimento-doentes			:	3	:	0*	0*	2*	1*	
		en %	:	:	:	0 *	0 *	66 *	33 *	
alimento-essencial			:	54	:	19*	18*	11*	4*	0*
		en %	:	:	:	35 *	33 *	20 *	7 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	2*						
alimento-manha			:	4	:	0*	2*	2*		
		en %	:	:	:	0 *	50 *	50 *		
barato			:	8	:	0*	1*	0*	4*	1*
		en %	:	:	:	0 *	12 *	0 *	50 *	12 *
	rangs	6 à 15	*	2*						
bebe			:	2	:	0*	0*	2*		
		en %	:	:	:	0 *	0 *	100 *		
bebida			:	35	:	7*	13*	10*	3*	0*
		en %	:	:	:	20 *	37 *	28 *	8 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	2*						
bebida-nao-alcoolica			:	6	:	0*	3*	3*		
		en %	:	:	:	0 *	50 *	50 *		
bem-estar			:	4	:	1*	1*	1*	1*	
		en %	:	:	:	25 *	25 *	25 *	25 *	
calcio			:	100	:	46*	30*	18*	4*	2*
		en %	:	:	:	46 *	30 *	18 *	4 *	2 *
calmante			:	27	:	3*	7*	11*	5*	0*
		en %	:	:	:	11 *	25 *	40 *	18 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	1*						
calorias			:	6	:	0*	4*	2*		
		en %	:	:	:	0 *	66 *	33 *		
cereais			:	5	:	0*	2*	1*	1*	1*
		en %	:	:	:	0 *	40 *	20 *	20 *	20 *
cerebro			:	3	:	0*	1*	1*	0*	1*
		en %	:	:	:	0 *	33 *	33 *	0 *	33 *
complemento			:	23	:	7*	5*	6*	3*	1*
		en %	:	:	:	30 *	21 *	26 *	13 *	4 *
	rangs	6 à 15	*	1*						
cozinhar			:	6	:	0*	0*	3*	1*	1*
		en %	:	:	:	0 *	0 *	50 *	16 *	16 *
	rangs	6 à 15	*	0*	0*	1*				
		en %	*	0 *	0 *	16 *				
crescer			:	101	:	24*	46*	20*	10*	0*
		en %	:	:	:	23 *	45 *	19 *	9 *	0 *

juventude					:	3	:	3*											
lactose					:	2	:	1*	0*	1*									
	en %				:		:	50 *	0 *	50 *									
liquido					:	3	:	1*	1*	1*									
	en %				:		:	33 *	33 *	33 *									
manutencao-organismo					:	2	:	1*	0*	1*									
	en %				:		:	50 *	0 *	50 *									
materno					:	2	:	0*	0*	1*	0*	1*							
	en %				:		:	0 *	0 *	50 *	0 *	50 *							
minerais					:	17	:	4*	10*	1*	0*	0*							
	en %				:		:	23 *	58 *	5 *	0 *	0 *							
	rangs	6 à 15	*	1*	1*														
	en %		*	5 *	5 *														
multiusos					:	4	:	0*	1*	3*									
	en %				:		:	0 *	25 *	75 *									
musculos					:	2	:	0*	0*	1*	1*								
	en %				:		:	0 *	0 *	50 *	50 *								
natural					:	14	:	5*	5*	3*	1*								
	en %				:		:	35 *	35 *	21 *	7 *								
nutritivo					:	21	:	8*	7*	5*	1*								
	en %				:		:	38 *	33 *	23 *	4 *								
organismo					:	6	:	2*	1*	3*									
	en %				:		:	33 *	16 *	50 *									
ossos					:	71	:	25*	24*	20*	2*								
	en %				:		:	35 *	33 *	28 *	2 *								
osteoporose					:	2	:	0*	1*	0*	1*								
	en %				:		:	0 *	50 *	0 *	50 *								
pele					:	2	:	0*	0*	0*	2*								
	en %				:		:	0 *	0 *	0 *	100 *								
pequeno-almoco					:	4	:	2*	1*	1*									
	en %				:		:	50 *	25 *	25 *									
postos-trabalho					:	2	:	1*	0*	1*									
	en %				:		:	50 *	0 *	50 *									
primeiro-alimento					:	7	:	1*	1*	4*	0*	1*							
	en %				:		:	14 *	14 *	57 *	0 *	14 *							
proteinas					:	44	:	15*	17*	10*	2*								
	en %				:		:	34 *	38 *	22 *	4 *								
pureza					:	4	:	1*	2*	1*									
	en %				:		:	25 *	50 *	25 *									
raquitismo					:	2	:	0*	1*	0*	0*	1*							
	en %				:		:	0 *	50 *	0 *	0 *	50 *							
reconfortante					:	3	:	0*	1*	1*	1*								
	en %				:		:	0 *	33 *	33 *	33 *								
revigorante					:	2	:	1*	0*	1*									
	en %				:		:	50 *	0 *	50 *									
saboroso					:	29	:	3*	8*	15*	2*	1*							
	en %				:		:	10 *	27 *	51 *	6 *	3 *							
saudavel					:	163	:	91*	28*	36*	6*	2*							
	en %				:		:	55 *	17 *	22 *	3 *	1 *							
tabaco					:	17	:	4*	8*	3*	1*	0*							
	en %				:		:	23 *	47 *	17 *	5 *	0 *							
	rangs	6 à 15	*	0*	1*														
	en %		*	0 *	5 *														
trabalho					:	2	:	1*	1*										
	en %				:		:	50 *	50 *										
ulcera-estomago					:	7	:	4*	1*	2*									
	en %				:		:	57 *	14 *	28 *									
verao					:	2	:	0*	0*	1*	0*	0*							
	en %				:		:	0 *	0 *	50 *	0 *	0 *							
	rangs	6 à 15	*	1*															
vida					:	6	:	0*	0*	4*	1*	0*							
	en %				:		:	0 *	0 *	66 *	16 *	0 *							
	rangs	6 à 15	*	1*															
vitaminas					:	85	:	32*	29*	19*	2*	1*							

en % : : 37 * 34 * 22 * 2 * 1 *

rangs 6 à 15 * 2*

TOTAL PAR CATEGORIE

Catégorie*	Freq.*	Moy. *	Distribution des Rang de : 1 10										
1 *	176 *	1.8 *	95*	30*	42*	7*	2*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			53 *	17 *	23 *	3 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
2 *	130 *	2.0 *	54*	32*	37*	4*	2*	1*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			41 *	24 *	28 *	3 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
3 *	119 *	2.2 *	31*	53*	23*	11*	0*	1*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			26 *	44 *	19 *	9 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
4 *	185 *	2.0 *	72*	61*	41*	8*	3*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			38 *	32 *	22 *	4 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
5 *	171 *	2.1 *	60*	62*	36*	5*	1*	4*	3*	0*	0*	0*	0*
* en % *			35 *	36 *	21 *	2 *	0 *	2 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *
6 *	126 *	2.5 *	30*	34*	44*	9*	6*	2*	1*	0*	0*	0*	0*
* en % *			23 *	26 *	34 *	7 *	4 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
7 *	54 *	2.1 *	19*	18*	11*	4*	0*	2*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			35 *	33 *	20 *	7 *	0 *	3 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
8 *	67 *	2.4 *	12*	24*	23*	8*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			17 *	35 *	34 *	11 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
9 *	99 *	2.3 *	22*	35*	34*	5*	2*	0*	0*	1*	0*	0*	0*
* en % *			22 *	35 *	34 *	5 *	2 *	0 *	0 *	1 *	0 *	0 *	0 *
10 *	64 *	2.5 *	10*	23*	25*	3*	0*	3*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			15 *	35 *	39 *	4 *	0 *	4 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
11 *	93 *	2.5 *	20*	32*	23*	12*	3*	1*	2*	0*	0*	0*	0*
* en % *			21 *	34 *	24 *	12 *	3 *	1 *	2 *	0 *	0 *	0 *	0 *
12 *	85 *	2.7 *	13*	25*	32*	11*	2*	1*	1*	0*	0*	0*	0*
* en % *			15 *	29 *	37 *	12 *	2 *	1 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *
13 *	33 *	2.9 *	3*	8*	14*	7*	0*	1*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			9 *	24 *	42 *	21 *	0 *	3 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
14 *	18 *	2.0 *	6*	7*	4*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			33 *	38 *	22 *	5 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
15 *	15 *	2.9 *	1*	3*	9*	1*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			6 *	20 *	60 *	6 *	6 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
16 *	8 *	4.4 *	0*	1*	0*	4*	1*	2*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			0 *	12 *	0 *	50 *	12 *	25 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
17 *	7 *	2.1 *	2*	2*	3*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			28 *	28 *	42 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *

Catégorie*	Freq.*	Moy. *	Distribution des Rang de : 11 20										
1 *	176 *	1.8 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
2 *	130 *	2.0 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
* en % *			0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *

3	*	119	*	2.2	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
4	*	185	*	2.0	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
5	*	171	*	2.1	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
6	*	126	*	2.5	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
7	*	54	*	2.1	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
8	*	67	*	2.4	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
9	*	99	*	2.3	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
10	*	64	*	2.5	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
11	*	93	*	2.5	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
12	*	85	*	2.7	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
13	*	33	*	2.9	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
14	*	18	*	2.0	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
15	*	15	*	2.9	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
16	*	8	*	4.4	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
17	*	7	*	2.1	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *

Catégorie* Freq.* Moy. * Distribution des Rang de : 21 30

1	*	176	*	1.8	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
2	*	130	*	2.0	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
3	*	119	*	2.2	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
4	*	185	*	2.0	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
5	*	171	*	2.1	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*		*	en %	*	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
6	*	126	*	2.5	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*

	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
7	*	54 * 2.1 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
8	*	67 * 2.4 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
9	*	99 * 2.3 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
10	*	64 * 2.5 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
11	*	93 * 2.5 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
12	*	85 * 2.7 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
13	*	33 * 2.9 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
14	*	18 * 2.0 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
15	*	15 * 2.9 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
16	*	8 * 4.4 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
17	*	7 * 2.1 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
	*	* en % *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
TOTAL	*	* 1450 * 2.2 *										

ANEXO G

question 1 essai

FORMAT DE LECTURE: (4x, 10I2)

7	9	2	3	0	0	0	0	0	0	7	1	5	5	7	3
2	4	3	12	10	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
5	4	5	11	6	0	0	0	0	0	13	7	4	11	0	0
3	2	5	13	13	0	0	0	0	0	1	3	4	12	6	11
5	3	5	4	4	9	0	0	0	0	10	6	5	0	0	0

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 173

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

124.	101.	88.	104.	94.	94.	45.	56.	74.	41.
67.	62.	25.	15.	13.	7.	7.			

question 1 essai

TABLEAU DE SIMILITUDE

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi agra calm natu fac

saud*	0																
alim*	71	0															
cres*	70	60	0														
calc*	66	62	61	0													
vita*	63	59	50	65	0												
alim*	72	55	52	46	51	0											
alim*	68	48	53	62	60	48	0										
cria*	75	58	73	57	48	58	37	0									
ener*	74	48	55	44	51	55	33	44	0								
bebi*	80	63	41	51	56	56	19	19	36	0							
desi*	67	58	43	59	62	52	22	35	40	56	0						
agra*	74	56	41	54	48	59	28	28	30	51	38	0					
calm*	72	64	40	68	52	64	32	16	28	16	52	36	0				
natu*	80	80	60	46	46	40	13	33	46	26	20	20	13	0			
faci*	46	61	15	30	38	53	23	7	30	15	38	69	15	7			
bara*	57	85	28	14	42	71	28	28	28	0	28	57	14	0	4		
idos*	85	42	28	85	42	42	71	71	14	14	0	28	14	0			

TABLEAU DE SIMILITUDE

* bara idos

*
bara* 0

*
idos* 0 0

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR *	* Rang en % *	* Valeur en °/oo * * dans la tranche *	* Valeur en °/oo * * cumulée *
12	* 72	* 8	* 154	* 154
23	* 65	* 16	* 125	* 280
35	* 60	* 25	* 122	* 402
48	* 56	* 35	* 123	* 526
62	* 51	* 45	* 121	* 648
73	* 46	* 53	* 86	* 734
86	* 40	* 63	* 89	* 824
99	* 30	* 72	* 73	* 898
110	* 26	* 80	* 50	* 948
121	* 15	* 88	* 33	* 981
136	* 0	* 100	* 18	* 1000

ARETES DE L ARBRE

alimento	* barato	RANG = 1	VALEUR = 85
saudavel	* idosos	RANG = 2	VALEUR = 85
calcio	* idosos	RANG = 3	VALEUR = 85
saudavel	* natural	RANG = 4	VALEUR = 80
saudavel	* bebida	RANG = 5	VALEUR = 80
alimento	* natural	RANG = 6	VALEUR = 80
saudavel	* crianças	RANG = 7	VALEUR = 75
saudavel	* agradave	RANG = 8	VALEUR = 74
saudavel	* energias	RANG = 9	VALEUR = 74
crescer	* crianças	RANG = 10	VALEUR = 73
saudavel	* alimenta	RANG = 11	VALEUR = 72
saudavel	* calmante	RANG = 12	VALEUR = 72
alimento	* idosos	RANG = 16	VALEUR = 71
agradave	* facil-ut	RANG = 18	VALEUR = 69
saudavel	* desintox	RANG = 21	VALEUR = 67
calcio	* vitamina	RANG = 23	VALEUR = 65

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL =	85	CLIQUE =	alimento barato
SEUIL =	85	CLIQUE =	saudavel idosos
SEUIL =	85	CLIQUE =	calcio idosos
SEUIL =	80	CLIQUE =	saudavel natural
SEUIL =	80	CLIQUE =	saudavel bebida
SEUIL =	80	CLIQUE =	alimento natural
SEUIL =	75	CLIQUE =	saudavel crianças
SEUIL =	74	CLIQUE =	saudavel agradave
SEUIL =	74	CLIQUE =	saudavel energias
SEUIL =	73	CLIQUE =	crescer crianças

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 73

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

- ** alimento barato
- ** saudavel idosos
- ** calcio idosos
- ** saudavel natural
- ** saudavel bebida
- ** alimento natural
- ** saudavel crianças
- ** saudavel agradave
- ** saudavel energias
- ** crescer crianças

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL =	72	CLIQUE =	saudavel alimenta
SEUIL =	72	CLIQUE =	saudavel calmante
SEUIL =	71	CLIQUE =	saudavel crianças idosos
SEUIL =	71	CLIQUE =	saudavel alimento natural
SEUIL =	71	CLIQUE =	alimenta barato
SEUIL =	71	CLIQUE =	alimento idosos
SEUIL =	70	CLIQUE =	saudavel crescer crianças
SEUIL =	69	CLIQUE =	agradave facil-ut
SEUIL =	68	CLIQUE =	calcio calmante
SEUIL =	68	CLIQUE =	saudavel alimento idosos

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 68

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

- ** alimento barato
- ** calcio idosos
- ** saudavel bebida

** saudavel agradave
 ** saudavel energias
 ** saudavel alimenta
 ** saudavel calmante
 ** saudavel crianças idosos
 ** saudavel alimento natural
 ** alimenta barato
 ** saudavel crescer crianças
 ** agradave facil-ut
 ** calcio calmante
 ** saudavel alimento idosos

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 67 CLIQUE = saudavel desintox
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel calcio calmante
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel calcio idosos
 SEUIL = 65 CLIQUE = calcio vitamina
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel alimento calmante
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel alimenta calmante
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel alimento bebida
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel calcio vitamina
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel vitamina desintox
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel alimento calcio calmante
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel calcio alimento idosos
 SEUIL = 61 CLIQUE = alimento facil-ut
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel crescer calcio

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 61

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** alimento barato
 ** saudavel agradave
 ** saudavel energias
 ** saudavel crianças idosos
 ** saudavel alimento natural
 ** alimenta barato
 ** saudavel crescer crianças
 ** agradave facil-ut
 ** saudavel alimenta calmante
 ** saudavel alimento bebida
 ** saudavel calcio vitamina
 ** saudavel vitamina desintox
 ** saudavel alimento calcio calmante
 ** saudavel calcio alimento idosos
 ** alimento facil-ut
 ** saudavel crescer calcio

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento crescer natural
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel calcio vitamina alimento
 SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina

SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel calcio vitamina desintox
 SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimenta agradave
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimenta crianas
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento crescer crianas
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina desintox

 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel calcio crianas idosos
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio crianas

 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento barato
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimenta agradave barato

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 57

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel energias
 ** agradave facil-ut
 ** saudavel alimenta calmante
 ** saudavel alimento bebida
 ** saudavel alimento calcio calmante
 ** saudavel calcio alimento idosos
 ** alimento facil-ut
 ** saudavel alimento crescer natural
 ** saudavel calcio vitamina alimento
 ** saudavel alimenta crianas
 ** saudavel alimento calcio vitamina desintox
 ** saudavel calcio crianas idosos
 ** saudavel alimento crescer calcio crianas
 ** saudavel alimento barato
 ** saudavel alimenta agradave barato

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 56 CLIQUE = alimento agradave facil-ut
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento agradave barato
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimenta bebida
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento vitamina bebida desintox

 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel crescer energias
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento alimenta calmante
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento alimenta crianas
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento alimenta agradave barato

 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento alimenta bebida
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimenta energias
 SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel alimento calcio agradave
 SEUIL = 53 CLIQUE = alimento alimenta agradave facil-ut
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimento
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento alimenta bebida desintox

 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento crescer alimenta crianas

 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel crescer alimenta energias
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento alimenta desintox calmante

 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina desintox

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 52

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

```

** saudavel calcio alimento idosos
** saudavel alimento crescer natural
** saudavel calcio vitamina alimento
** saudavel calcio crianças idosos
** saudavel alimento crescer calcio crianças
** saudavel alimento vitamina bebida desintox
** saudavel alimento alimenta agradave barato
** saudavel alimento calcio agradave
** alimento alimenta agradave facil-ut
** saudavel crescer calcio alimento
** saudavel alimento alimenta bebida desintox
** saudavel alimento crescer alimenta crianças
** saudavel crescer alimenta energias
** saudavel alimento alimenta desintox calmante
** saudavel alimento calcio vitamina desintox calmante
    
```


NOUVELLES CLIQUES

```

SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento alimenta bebida agradave
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento calcio bebida agradave
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida
desintox
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta desintox
calmante
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta energias
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta bebida
desintox
SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina
SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer calcio vitamina alimento
SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer vitamina alimenta
SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer vitamina alimenta energias
    
```

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

```

** saudavel calcio alimento idosos
** saudavel alimento crescer natural
** saudavel calcio crianças idosos
** saudavel alimento crescer calcio crianças
    
```

** saudavel alimento alimenta agradave barato
** alimento alimenta agradave facil-ut
** saudavel alimento crescer alimenta crianas
** saudavel alimento calcio vitamina desintox calmante
** saudavel alimento alimenta bebida agradave
** saudavel alimento calcio bebida agradave
** saudavel alimento calcio vitamina bebida desintox
** saudavel alimento vitamina alimenta desintox calmante
** saudavel alimento vitamina alimenta bebida desintox
** saudavel alimento crescer calcio vitamina
** saudavel crescer calcio vitamina alimento
** saudavel alimento crescer vitamina alimenta
** saudavel crescer vitamina alimenta energias

ANEXO H

Essai gestion 3

FORMAT DE LECTURE: (5x, 12I2, A40)
 1 25 3 17 12 8 0 0 0 0 0 0
 3 20 18 10 4 9 0 0 0 0 0 0
 21 27 10 2 12 6 0 0 0 0 0 0
 18 23 8 20 9 28 0 0 0 0 0 0
 26 22 13 16 30 25 0 0 0 0 0 0

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 431

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

39.	78.	59.	45.	46.	93.	60.	54.	43.	81.
25.	111.	77.	33.	27.	53.	36.	56.	77.	73.
84.	56.	61.	59.	44.	79.	52.	68.	5.	35.

Essai gestion 3

TABLEAU DE SIMILITUDE

* vaca vita pure leve idos fort bebi mate fami ener deit calc cres sexo bar

vaca*	0																		
vita*	9	0																	
pure*	13	13	0																
leve*	7	5	23	0															
idos*	1	7	1	1	0														
fort*	6	31	11	7	8	0													
bebi*	6	12	6	7	4	15	0												
mate*	7	2	8	1	16	3	4	0											
fami*	4	3	5	3	17	6	2	20	0										
ener*	5	36	16	8	1	29	17	3	5	0									
deit*	5	3	1	10	2	7	4	5	1	4	0								
calc*	6	37	14	3	8	26	7	5	4	23	1	0							
cres*	4	19	5	4	5	17	13	13	5	15	6	16	0						
sexo*	6	2	2	4	4	3	3	7	1	4	6	0	6	0					
bara*	4	0	5	3	3	8	8	2	1	4	4	2	2	4					
vida*	6	14	11	7	8	9	6	11	5	18	2	6	13	4					
pequ*	3	2	3	5	1	12	5	4	2	5	8	7	5	3					
natu*	7	11	19	16	2	16	17	5	3	17	1	10	5	1	1				
juve*	6	8	5	6	21	15	12	20	19	18	4	4	17	12					
infa*	3	5	13	2	18	12	6	32	24	10	2	13	23	3					

* alim*	8	38	5	3	4	31	17	5	2	27	1	34	18	2	8
* agra*	4	5	7	14	2	19	16	1	6	8	5	7	6	3	9
* natu*	12	7	19	16	3	4	5	8	4	6	3	5	4	6	2
* fres*	6	10	15	20	1	11	15	0	1	17	2	5	5	2	1
* desi*	3	10	10	6	5	14	5	3	5	9	5	12	11	3	1
* saud*	6	29	11	4	9	31	6	3	9	26	4	24	20	3	1
* comp*	2	17	3	4	7	16	11	2	4	16	2	15	5	0	0
* cria*	2	7	8	0	19	10	9	35	21	8	2	9	24	4	1
* caro*	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1
* reco*	2	3	2	6	8	13	4	2	4	5	6	5	5	0	1

TABLEAU DE SIMILITUDE

* vida pequ natu juve infa alim agra natu fres desi saud comp cria caro reco

vida*	0													
pequ*	3	0												
natu*	10	4	0											
juve*	13	8	8	0										
infa*	10	5	3	37	0									
alim*	7	10	18	13	9	0								
agra*	10	11	13	8	5	12	0							
natu*	13	1	16	3	5	3	4	0						
fres*	9	4	20	11	4	10	12	14	0					
desi*	7	6	3	8	2	12	5	4	5	0				
saud*	15	9	6	13	12	27	10	11	7	21	0			
comp*	5	12	9	6	4	23	8	2	7	8	12	0		
cria*	10	3	4	29	39	9	5	6	1	1	12	4	0	
caro*	2	0	1	0	0	0	2	0	1	0	0	1	1	0
reco*	4	4	2	0	3	7	11	2	7	9	12	10	1	1

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR *	* Rang en % *	* Valeur en °/oo * dans la tranche *	* Valeur en °/oo * cumulée *
11	31	2	109	109
25	23	5	102	212
39	19	8	79	291
53	17	12	69	361
70	15	16	76	437
88	13	20	68	506
103	12	23	51	558
115	11	26	37	595
131	10	30	45	641
145	9	33	36	678
167	8	38	50	728
189	7	43	44	772
219	6	50	51	824
263	5	60	63	887
306	4	70	49	937
342	3	78	31	968
380	2	87	21	990
414	1	95	9	1000
435	0	100	0	1000

ARETES DE L ARBRE

infancia	*	criancas	RANG =	1	VALEUR =	39
vitamina	*	alimento	RANG =	2	VALEUR =	38
juventud	*	infancia	RANG =	3	VALEUR =	37
vitamina	*	calcio	RANG =	4	VALEUR =	37
vitamina	*	energia	RANG =	5	VALEUR =	36
maternid	*	criancas	RANG =	6	VALEUR =	35
fortific	*	saude	RANG =	9	VALEUR =	31
fortific	*	alimento	RANG =	10	VALEUR =	31
vitamina	*	fortific	RANG =	11	VALEUR =	31
familia	*	infancia	RANG =	19	VALEUR =	24
crescer	*	criancas	RANG =	21	VALEUR =	24
alimento	*	compleme	RANG =	22	VALEUR =	23
pureza	*	leveza	RANG =	25	VALEUR =	23
desintox	*	saude	RANG =	26	VALEUR =	21
idosos	*	juventud	RANG =	28	VALEUR =	21
leveza	*	frescura	RANG =	30	VALEUR =	20
crescer	*	saude	RANG =	31	VALEUR =	20
natural	*	frescura	RANG =	33	VALEUR =	20
fortific	*	agradave	RANG =	38	VALEUR =	19
pureza	*	natureza	RANG =	39	VALEUR =	19
energia	*	vida	RANG =	40	VALEUR =	18
natural	*	alimento	RANG =	41	VALEUR =	18
bebida	*	natural	RANG =	45	VALEUR =	17
bebida	*	energia	RANG =	50	VALEUR =	17
bebida	*	alimento	RANG =	51	VALEUR =	17
vacas	*	pureza	RANG =	81	VALEUR =	13
fortific	*	reconfor	RANG =	85	VALEUR =	13
pequeno-	*	compleme	RANG =	94	VALEUR =	12
sexo	*	juventud	RANG =	96	VALEUR =	12
fortific	*	pequeno-	RANG =	99	VALEUR =	12
barato	*	natural	RANG =	123	VALEUR =	10
leveza	*	deitar	RANG =	126	VALEUR =	10
barato	*	caro	RANG =	289	VALEUR =	4

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 39 CLIQUE = infancia criancas
SEUIL = 38 CLIQUE = vitamina alimento
SEUIL = 37 CLIQUE = juventud infancia
SEUIL = 37 CLIQUE = vitamina calcio
SEUIL = 36 CLIQUE = vitamina energia
SEUIL = 35 CLIQUE = maternid criancas
SEUIL = 34 CLIQUE = vitamina calcio alimento
SEUIL = 32 CLIQUE = maternid infancia criancas
SEUIL = 31 CLIQUE = fortific saude
SEUIL = 31 CLIQUE = vitamina fortific alimento

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 31

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** juventud infancia
** vitamina energia
** vitamina calcio alimento
** maternid infancia criancas
** fortific saude
** vitamina fortific alimento

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 29 CLIQUE = vitamina fortific energia
SEUIL = 29 CLIQUE = vitamina fortific saude
SEUIL = 29 CLIQUE = juventud infancia criancas
SEUIL = 27 CLIQUE = vitamina fortific energia alimento
SEUIL = 27 CLIQUE = vitamina fortific alimento saude
SEUIL = 26 CLIQUE = vitamina fortific energia alimento saude

SEUIL = 26 CLIQUE = vitamina fortific calcio alimento
SEUIL = 24 CLIQUE = familia infancia
SEUIL = 24 CLIQUE = vitamina fortific calcio alimento saude

SEUIL = 24 CLIQUE = crescer criancas

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 24

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** maternid infancia criancas
** juventud infancia criancas
** vitamina fortific energia alimento saude
** familia infancia
** vitamina fortific calcio alimento saude

** crescer crianças

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 23 CLIQUE = alimento compleme
SEUIL = 23 CLIQUE = crescer infancia crianças
SEUIL = 23 CLIQUE = vitamina fortific energia calcio alimento
saude
SEUIL = 23 CLIQUE = pureza leveza
SEUIL = 21 CLIQUE = desintox saude
SEUIL = 21 CLIQUE = familia infancia crianças
SEUIL = 21 CLIQUE = idosos juventud
SEUIL = 20 CLIQUE = maternid familia infancia crianças
SEUIL = 20 CLIQUE = leveza frescura
SEUIL = 20 CLIQUE = crescer saude
SEUIL = 20 CLIQUE = maternid juventud infancia crianças
SEUIL = 20 CLIQUE = natural frescura

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 20

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** alimento compleme
** crescer infancia crianças
** vitamina fortific energia calcio alimento saude
** pureza leveza
** desintox saude
** idosos juventud
** maternid familia infancia crianças
** leveza frescura
** crescer saude
** maternid juventud infancia crianças
** natural frescura

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 19 CLIQUE = vitamina crescer saude
SEUIL = 19 CLIQUE = idosos juventud crianças
SEUIL = 19 CLIQUE = maternid familia juventud infancia crianças
SEUIL = 19 CLIQUE = pureza natural
SEUIL = 19 CLIQUE = fortific agradave
SEUIL = 19 CLIQUE = pureza natureza
SEUIL = 18 CLIQUE = energia vida
SEUIL = 18 CLIQUE = natural alimento
SEUIL = 18 CLIQUE = energia juventud
SEUIL = 18 CLIQUE = idosos juventud infancia crianças
SEUIL = 18 CLIQUE = vitamina crescer alimento saude

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 18

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** alimento compleme
 ** crescer infancia crianças
 ** vitamina fortific energia calcio alimento saude
 ** pureza leveza
 ** desintox saude
 ** leveza frescura
 ** natural frescura
 ** maternid familia juventud infancia crianças
 ** pureza natural
 ** fortific agradave
 ** pureza natureza
 ** energia vida
 ** natural alimento
 ** energia juventud
 ** idosos juventud infancia crianças
 ** vitamina crescer alimento saude

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 17 CLIQUE = idosos familia juventud infancia crianças
 SEUIL = 17 CLIQUE = vitamina fortific crescer alimento saude
 SEUIL = 17 CLIQUE = vitamina alimento compleme
 SEUIL = 17 CLIQUE = crescer juventud infancia crianças
 SEUIL = 17 CLIQUE = energia natural frescura
 SEUIL = 17 CLIQUE = bebida energia natural alimento
 SEUIL = 16 CLIQUE = vitamina fortific calcio crescer alimento saude
 SEUIL = 16 CLIQUE = leveza natural frescura
 SEUIL = 16 CLIQUE = vitamina fortific energia alimento compleme
 SEUIL = 16 CLIQUE = bebida agradave
 SEUIL = 16 CLIQUE = fortific energia natural alimento
 SEUIL = 16 CLIQUE = idosos maternid familia juventud infancia crianças
 SEUIL = 16 CLIQUE = pureza energia natural
 SEUIL = 16 CLIQUE = pureza leveza natural natureza

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 16

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** vitamina fortific energia calcio alimento saude
 ** desintox saude
 ** fortific agradave
 ** energia vida
 ** energia juventud
 ** crescer juventud infancia crianças
 ** energia natural frescura
 ** bebida energia natural alimento
 ** vitamina fortific calcio crescer alimento saude
 ** leveza natural frescura
 ** vitamina fortific energia alimento compleme

** bebida agradave
 ** fortific energia natural alimento
 ** idosos maternid familia juventud infancia criancas
 ** pureza energia natural
 ** pureza leveza natural natureza

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 15 CLIQUE = energia vida saude
 SEUIL = 15 CLIQUE = vitamina fortific energia calcio alimento
 compleme
 SEUIL = 15 CLIQUE = bebida energia natural frescura
 SEUIL = 15 CLIQUE = pureza energia natural frescura
 SEUIL = 15 CLIQUE = pureza leveza natural frescura
 SEUIL = 15 CLIQUE = vitamina fortific energia calcio crescer
 alimento saude
 SEUIL = 15 CLIQUE = fortific energia crescer juventud
 SEUIL = 15 CLIQUE = fortific bebida agradave
 SEUIL = 15 CLIQUE = fortific bebida energia natural alimento

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 15

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** desintox saude
 ** crescer juventud infancia criancas
 ** idosos maternid familia juventud infancia criancas
 ** pureza leveza natural natureza
 ** energia vida saude
 ** vitamina fortific energia calcio alimento compleme
 ** bebida energia natural frescura
 ** pureza energia natural frescura
 ** pureza leveza natural frescura
 ** vitamina fortific energia calcio crescer alimento saude
 ** fortific energia crescer juventud
 ** fortific bebida agradave
 ** fortific bebida energia natural alimento

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 14 CLIQUE = fortific desintox saude
 SEUIL = 14 CLIQUE = pureza energia calcio
 SEUIL = 14 CLIQUE = leveza agradave
 SEUIL = 14 CLIQUE = pureza leveza natural natureza frescura
 SEUIL = 14 CLIQUE = vitamina energia vida saude
 SEUIL = 13 CLIQUE = vitamina pureza energia calcio
 SEUIL = 13 CLIQUE = maternid crescer juventud infancia criancas
 SEUIL = 13 CLIQUE = fortific bebida energia crescer alimento
 SEUIL = 13 CLIQUE = vitamina energia crescer vida saude
 SEUIL = 13 CLIQUE = vacas pureza

SEUIL = 13 CLIQUE = energia crescer vida juventud saude
 SEUIL = 13 CLIQUE = fortific bebida natural agradave
 SEUIL = 13 CLIQUE = leveza natural agradave
 SEUIL = 13 CLIQUE = fortific reconfor
 SEUIL = 13 CLIQUE = vida natureza
 SEUIL = 13 CLIQUE = calcio crescer infancia
 SEUIL = 13 CLIQUE = pureza calcio infancia
 SEUIL = 13 CLIQUE = fortific energia crescer juventud alimento saude

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 13

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

- ** idosos maternid familia juventud infancia criancas
- ** vitamina fortific energia calcio alimento compleme
- ** bebida energia natural frescura
- ** pureza energia natural frescura
- ** vitamina fortific energia calcio crescer alimento saude
- ** fortific bebida energia natural alimento
- ** fortific desintox saude
- ** pureza leveza natural natureza frescura
- ** vitamina pureza energia calcio
- ** maternid crescer juventud infancia criancas
- ** fortific bebida energia crescer alimento
- ** vitamina energia crescer vida saude
- ** vacas pureza
- ** energia crescer vida juventud saude
- ** fortific bebida natural agradave
- ** leveza natural agradave
- ** fortific reconfor
- ** vida natureza
- ** calcio crescer infancia
- ** pureza calcio infancia
- ** fortific energia crescer juventud alimento saude

NOUVELLES CLIQUES

- SEUIL = 12 CLIQUE = vacas pureza natureza
- SEUIL = 12 CLIQUE = fortific bebida energia crescer juventud alimento
- SEUIL = 12 CLIQUE = bebida natural agradave frescura
- SEUIL = 12 CLIQUE = leveza natural agradave frescura
- SEUIL = 12 CLIQUE = sexo juventud
- SEUIL = 12 CLIQUE = vitamina fortific bebida energia crescer alimento
- SEUIL = 12 CLIQUE = fortific saude reconfor
- SEUIL = 12 CLIQUE = fortific pequeno-compleme
- SEUIL = 12 CLIQUE = crescer juventud infancia saude criancas
- SEUIL = 12 CLIQUE = fortific calcio crescer infancia saude
- SEUIL = 12 CLIQUE = fortific crescer juventud infancia saude
- SEUIL = 12 CLIQUE = vitamina fortific energia calcio alimento saude compleme

SEUIL = 12 CLIQUE = fortific calcio alimento desintox saude
 SEUIL = 12 CLIQUE = fortific bebida natural alimento agradave

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 12

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** idosos maternid familia juventud infancia criancas
 ** bebida energia natural frescura
 ** pureza energia natural frescura
 ** vitamina fortific energia calcio crescer alimento saude
 ** fortific bebida energia natural alimento
 ** pureza leveza natural natureza frescura
 ** vitamina pureza energia calcio
 ** maternid crescer juventud infancia criancas
 ** vitamina energia crescer vida saude
 ** energia crescer vida juventud saude
 ** vida natureza
 ** pureza calcio infancia
 ** fortific energia crescer juventud alimento saude
 ** vacas pureza natureza
 ** fortific bebida energia crescer juventud alimento
 ** bebida natural agradave frescura
 ** leveza natural agradave frescura
 ** sexo juventud
 ** vitamina fortific bebida energia crescer alimento
 ** fortific saude reconfor
 ** fortific pequeno- compleme
 ** crescer juventud infancia saude criancas
 ** fortific calcio crescer infancia saude
 ** fortific crescer juventud infancia saude
 ** vitamina fortific energia calcio alimento saude compleme
 ** fortific calcio alimento desintox saude
 ** fortific bebida natural alimento agradave

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 11 CLIQUE = vitamina fortific bebida energia natural
 alimento
 SEUIL = 11 CLIQUE = fortific agradave reconfor
 SEUIL = 11 CLIQUE = vitamina fortific bebida energia alimento
 compleme
 SEUIL = 11 CLIQUE = fortific pequeno- agradave
 SEUIL = 11 CLIQUE = vitamina pureza fortific energia natural
 SEUIL = 11 CLIQUE = fortific calcio crescer alimento desintox
 saude
 SEUIL = 11 CLIQUE = maternid crescer vida juventud
 SEUIL = 11 CLIQUE = fortific bebida energia juventud frescura
 SEUIL = 11 CLIQUE = fortific bebida natural agradave frescura
 SEUIL = 11 CLIQUE = fortific bebida energia natural frescura
 SEUIL = 11 CLIQUE = pureza fortific energia natural frescura

SEUIL = 11 CLIQUE = vitamina pureza fortific energia calcio
 saude
 SEUIL = 11 CLIQUE = pureza fortific calcio infancia saude

 SEUIL = 11 CLIQUE = pureza vida natureza saude
 SEUIL = 11 CLIQUE = vitamina pureza energia vida saude

 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific bebida energia juventud alimento
 frescura
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific bebida natural alimento agradave
 frescura
 SEUIL = 10 CLIQUE = pureza vida natural natureza
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina pureza energia vida natural

 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific energia calcio crescer infancia
 saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific energia crescer juventud infancia
 saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = pureza fortific energia calcio infancia
 saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina fortific energia calcio natural
 alimento
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina pureza fortific energia calcio
 natural
 SEUIL = 10 CLIQUE = vida natural agradave
 SEUIL = 10 CLIQUE = energia crescer vida juventud infancia
 saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = pureza energia vida infancia saude

 SEUIL = 10 CLIQUE = barato natural
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina fortific calcio crescer alimento
 desintox saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina pureza fortific calcio desintox
 saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific pequeno- alimento compleme
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific pequeno- alimento agradave
 SEUIL = 10 CLIQUE = leveza deitar
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific saude compleme reconfor
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific agradave saude reconfor
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific alimento agradave saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = vida agradave saude
 SEUIL = 10 CLIQUE = fortific crescer juventud infancia saude
 criancas
 SEUIL = 10 CLIQUE = crescer vida juventud infancia saude
 criancas
 SEUIL = 10 CLIQUE = maternid crescer vida juventud infancia
 criancas
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina fortific bebida energia natural
 alimento frescura
 SEUIL = 10 CLIQUE = vitamina pureza fortific energia natural
 frescura

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 10

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** idosos maternid familia juventud infancia criancas
 ** vitamina fortific energia calcio crescer alimento saude

**	pureza	leveza	natural	natureza	frescura		
**	vitamina	energia	crescer	vida	saude		
**	fortific	energia	crescer	juventud	alimento	saude	
**	vacas	pureza	natureza				
**	fortific	bebida	energia	crescer	juventud	alimento	
**	leveza	natural	agradave	frescura			
**	sexo	juventud					
**	vitamina	fortific	bebida	energia	crescer	alimento	
**	vitamina	fortific	energia	calcio	alimento	saude	compleme
**	vitamina	fortific	bebida	energia	alimento	compleme	
**	vitamina	pureza	fortific	energia	calcio	saude	
**	pureza	vida	natureza	saude			
**	vitamina	pureza	energia	vida	saude		
**	fortific	bebida	energia	juventud	alimento	frescura	
**	fortific	bebida	natural	alimento	agradave	frescura	
**	pureza	vida	natural	natureza			
**	vitamina	pureza	energia	vida	natural		
**	fortific	energia	calcio	crescer	infancia	saude	
**	fortific	energia	crescer	juventud	infancia	saude	
**	pureza	fortific	energia	calcio	infancia	saude	
**	vitamina	fortific	energia	calcio	natural	alimento	
**	vitamina	pureza	fortific	energia	calcio	natural	
**	vida	natural	agradave				
**	energia	crescer	vida	juventud	infancia	saude	
**	pureza	energia	vida	infancia	saude		
**	barato	natural					
**	vitamina	fortific	calcio	crescer	alimento	desintox	saude
**	vitamina	pureza	fortific	calcio	desintox	saude	
**	fortific	pequeno-	alimento	compleme			
**	fortific	pequeno-	alimento	agradave			
**	leveza	deitar					
**	fortific	saude	compleme	reconfor			
**	fortific	agradave	saude	reconfor			
**	fortific	alimento	agradave	saude			
**	vida	agradave	saude				
**	fortific	crescer	juventud	infancia	saude	criancas	
**	crescer	vida	juventud	infancia	saude	criancas	
**	maternid	crescer	vida	juventud	infancia	criancas	
**	vitamina	fortific	bebida	energia	natural	alimento	frescura
**	vitamina	pureza	fortific	energia	natural	frescura	

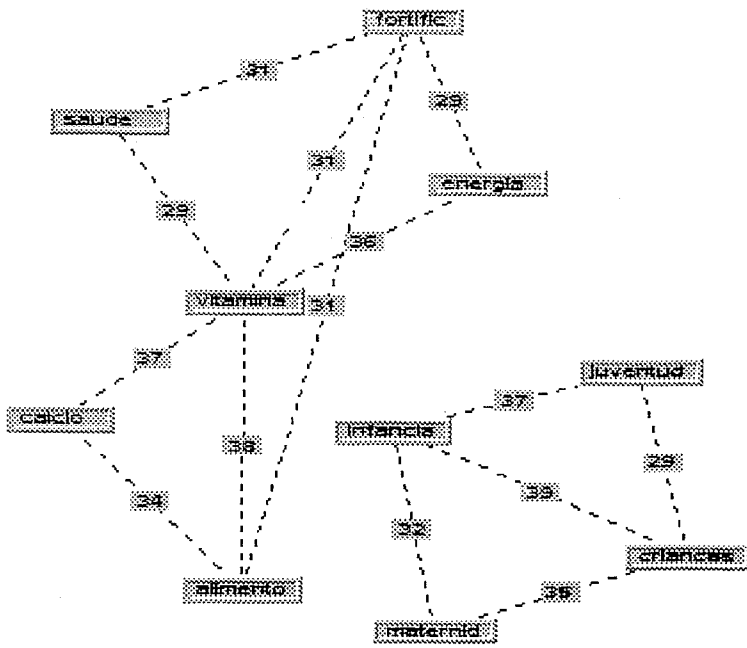
NOUVELLES CLIQUES

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 10

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

**	idosos	maternid	familia	juventud	infancia	criancas	
**	vitamina	fortific	energia	calcio	crescer	alimento	saude
**	pureza	leveza	natural	natureza	frescura		
**	vitamina	energia	crescer	vida	saude		
**	fortific	energia	crescer	juventud	alimento	saude	
**	vacas	pureza	natureza				
**	fortific	bebida	energia	crescer	juventud	alimento	
**	leveza	natural	agradave	frescura			
**	sexo	juventud					

**	vitamina	fortific	bebida	energia	crescer	alimento	
**	vitamina	fortific	energia	calcio	alimento	saude	compleme
**	vitamina	fortific	bebida	energia	alimento	compleme	
**	vitamina	pureza	fortific	energia	calcio	saude	
**	pureza	vida	natureza	saude			
**	vitamina	pureza	energia	vida	saude		
**	fortific	bebida	energia	juventud	alimento	frescura	
**	fortific	bebida	natural	alimento	agradave	frescura	
**	pureza	vida	natural	natureza			
**	vitamina	pureza	energia	vida	natural		
**	fortific	energia	calcio	crescer	infancia	saude	
**	fortific	energia	crescer	juventud	infancia	saude	
**	pureza	fortific	energia	calcio	infancia	saude	
**	vitamina	fortific	energia	calcio	natural	alimento	
**	vitamina	pureza	fortific	energia	calcio	natural	
**	vida	natural	agradave				
**	energia	crescer	vida	juventud	infancia	saude	
**	pureza	energia	vida	infancia	saude		
**	barato	natural					
**	vitamina	fortific	calcio	crescer	alimento	desintox	saude
**	vitamina	pureza	fortific	calcio	desintox	saude	
**	fortific	pequeno-	alimento	compleme			
**	fortific	pequeno-	alimento	agradave			
**	leveza	deitar					
**	fortific	saude	compleme	reconfor			
**	fortific	agradave	saude	reconfor			
**	fortific	alimento	agradave	saude			
**	vida	agradave	saude				
**	fortific	crescer	juventud	infancia	saude	criancas	
**	crescer	vida	juventud	infancia	saude	criancas	
**	maternid	crescer	vida	juventud	infancia	criancas	
**	vitamina	fortific	bebida	energia	natural	alimento	frescura
**	vitamina	pureza	fortific	energia	natural	frescura	



ANEXO I

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 3 DIMENSIONS

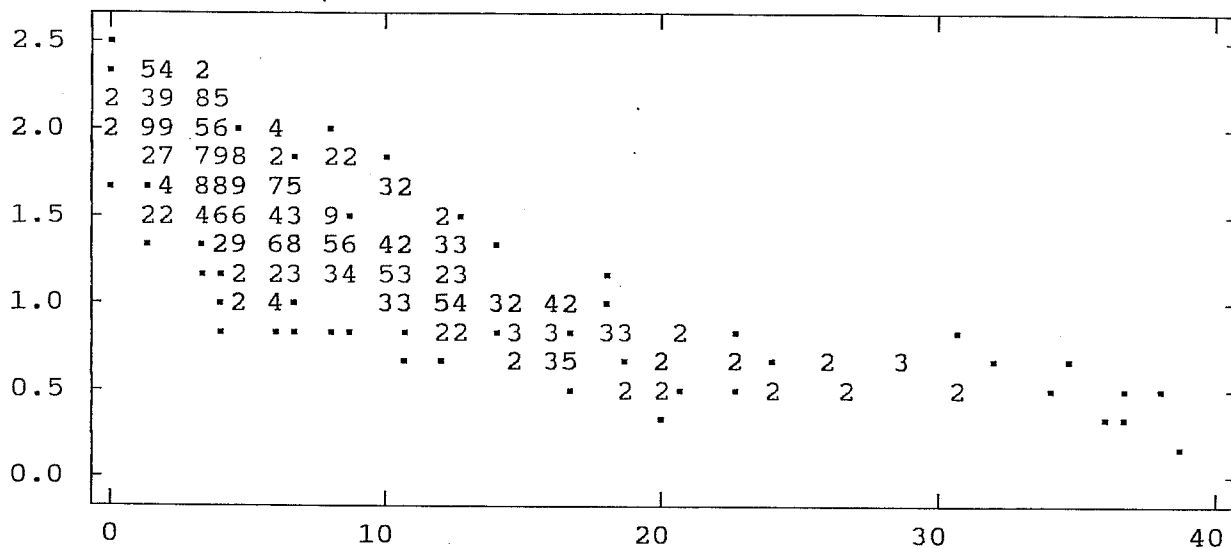
ITERATION	STRESS
0	.254
1	.206
2	.183
3	.170
4	.162
5	.156
6	.153
7	.150
8	.148
9	.147
10	.146
11	.146
12	.145
13	.145
14	.145
15	.145
16	.145
17	.144
18	.144
19	.144

Análise a 3 dimensões
sem o termo caro

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .14421
PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .82510

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES



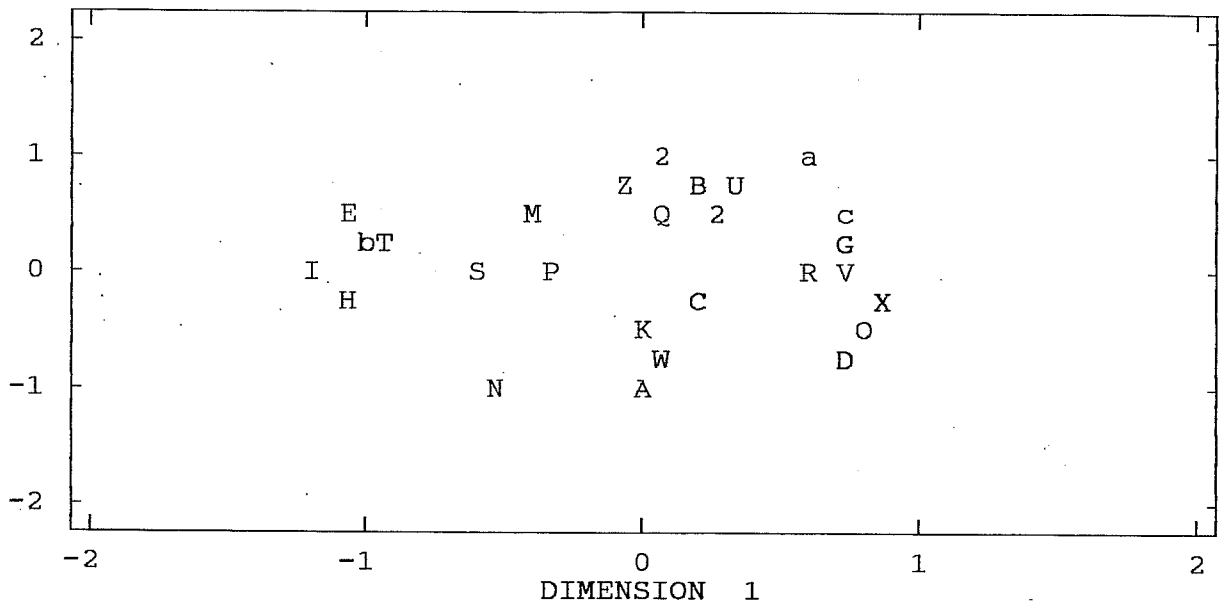
SIMILARITIES

COORDINATES IN 3 DIMENSIONS

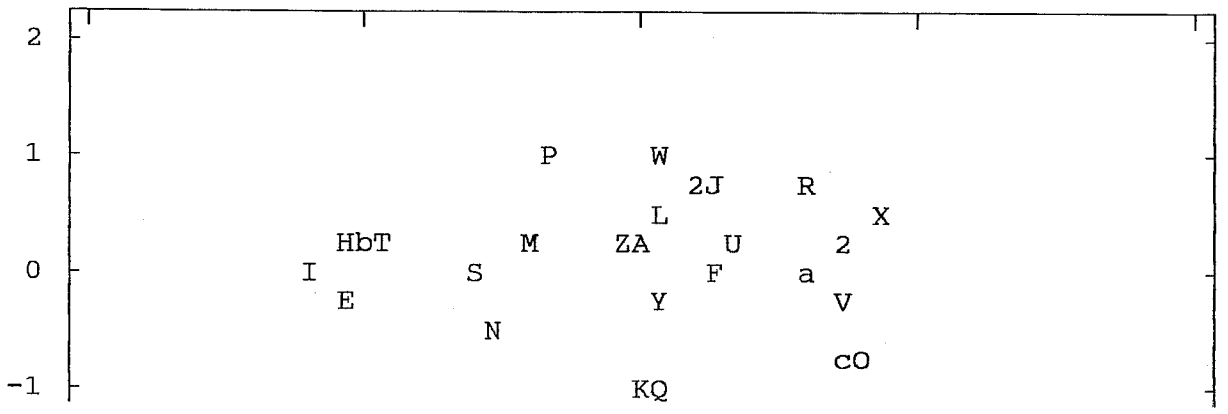
VARIABLE	PLOT	DIMENSION		
		1	2	3
VACAS	A	-.03	-1.08	.20
VITAMINA	B	.17	.56	.59
PUREZA	C	.21	-.45	.72
LEVEZA	D	.72	-.79	.21

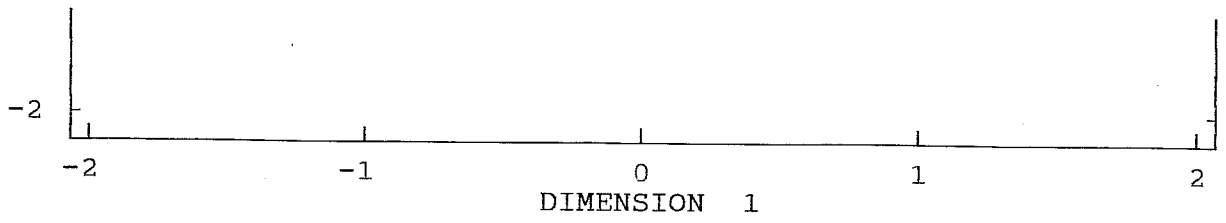
IDOSOS	E	-1.04	.30	-.44
FORTIFIC	F	.24	.35	-.06
BEBIDA	G	.74	.08	.12
MATERNID	H	-1.07	-.39	.04
FAMILIA	I	-1.20	-.06	-.14
ENERGIA	J	.25	.29	.50
DEITAR	K	-.02	-.57	-1.23
CALCIO	L	.06	.77	.42
CRESCER	M	-.43	.45	.22
SEXO	N	-.53	-1.18	-.63
BARATO	O	.83	-.72	-.86
VIDA	P	-.33	-.10	.78
PEQALM	Q	.03	.50	-1.10
NATURAL	R	.63	-.24	.60
JUVEN	S	-.62	-.06	-.07
INFANCIA	T	-.91	.13	.20
ALIMCOMP	U	.33	.59	.18
AGRADAVE	V	.70	-.13	-.34
NATUREZA	W	.08	-.82	.76
FRESCURA	X	.87	-.30	.46
DESINTOX	Y	.04	.91	-.45
SAUDE	Z	-.07	.57	.13
COMPLEM	a	.61	.88	-.09
CRIANCAS	b	-.99	.13	.21
RECONFOR	c	.72	.35	-.96

DIMENSION 2

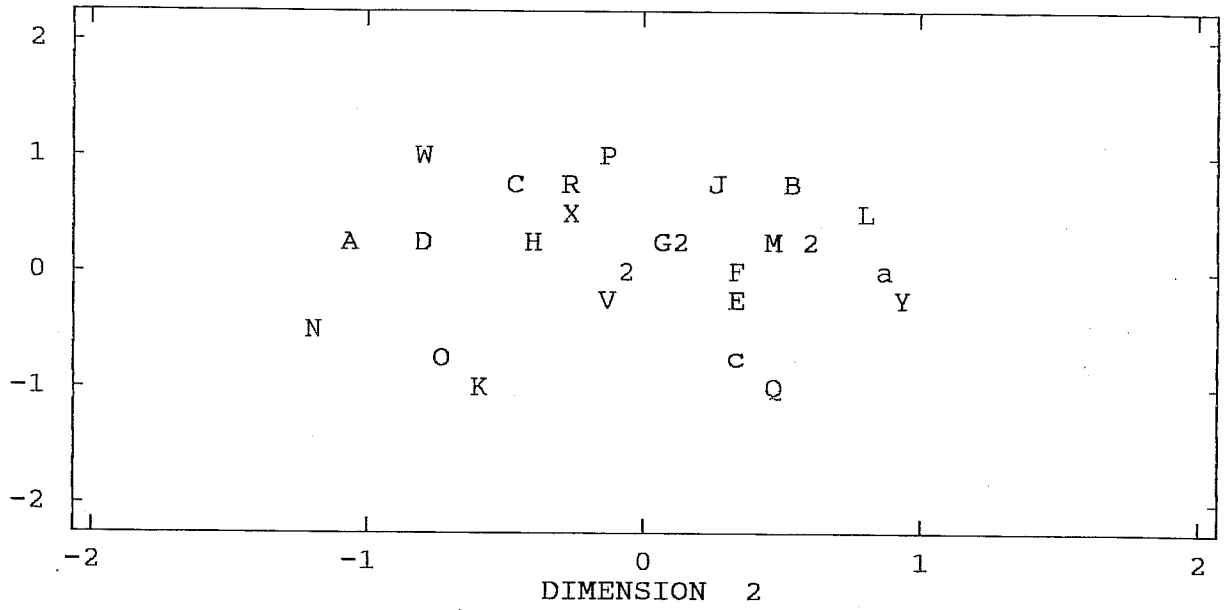


DIMENSION 3





DIMENSION 3



MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

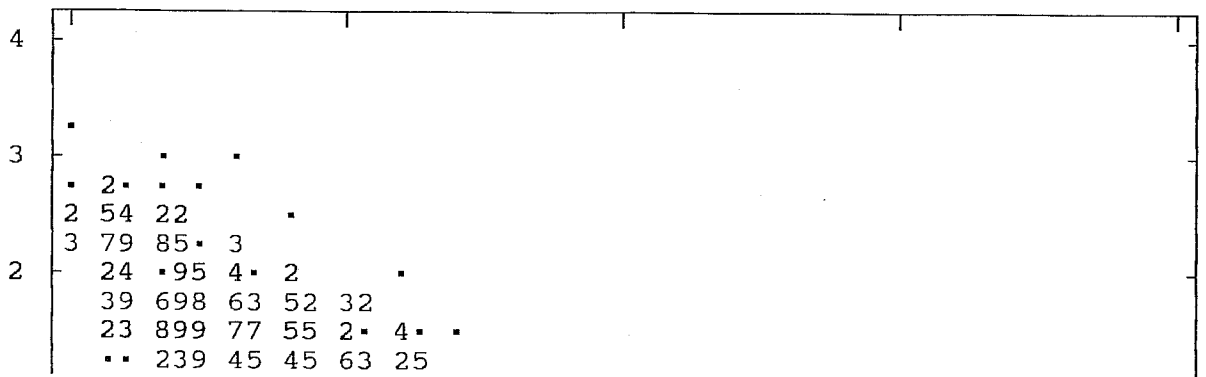
ITERATION	STRESS
0	.373
1	.320
2	.300
3	.289
4	.282
5	.278
6	.275
7	.272
8	.268
9	.263
10	.260
11	.257
12	.253
13	.249
14	.247
15	.245
16	.244
17	.243
18	.243
19	.242
20	.242
21	.241
22	.241
23	.240
24	.239
25	.239
26	.238
27	.237
28	.237
29	.236
30	.235
31	.235
32	.234
33	.234
34	.234
35	.234
36	.234
37	.233

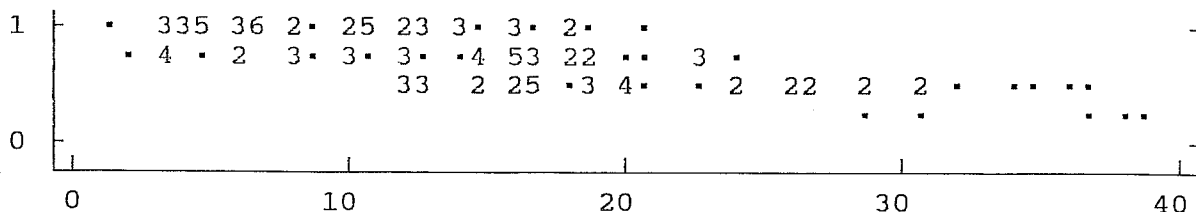
Análise 2 2 dimensões
sem o termo zero

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .23347
PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .69237

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES



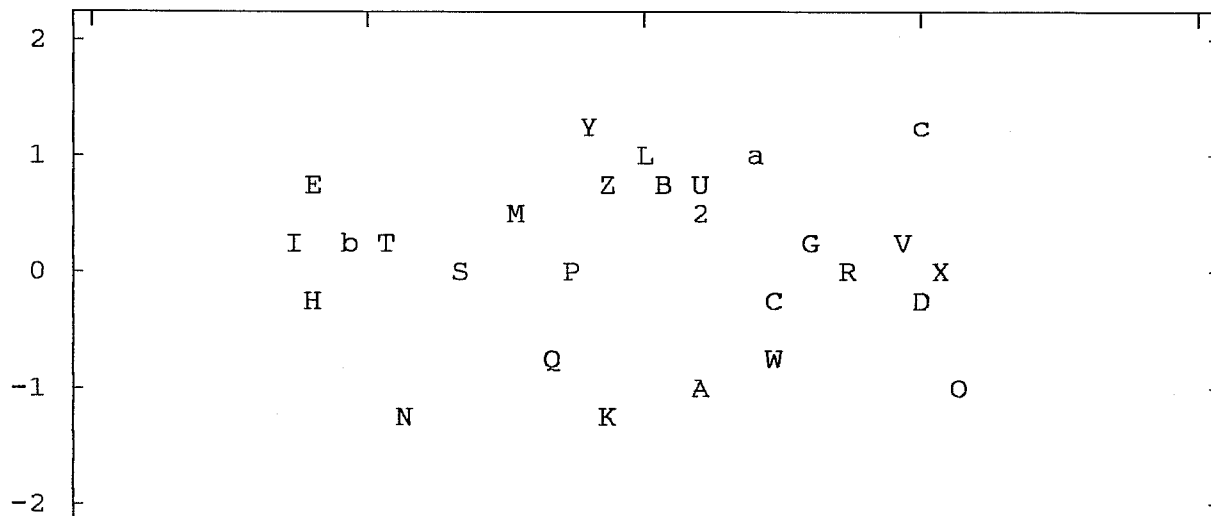


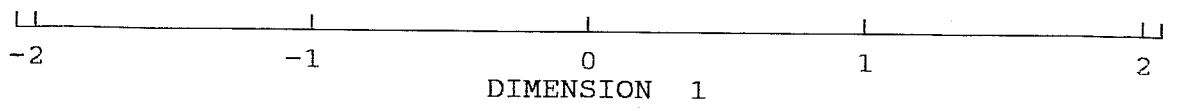
SIMILARITIES

COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
		1	2
VACAS	A	.21	-1.04
VITAMINA	B	.06	.66
PUREZA	C	.45	-.39
LEVEZA	D	1.02	-.49
IDOSOS	E	-1.22	.52
FORTIFIC	F	.17	.43
BEBIDA	G	.61	.20
MATERNID	H	-1.18	-.28
FAMILIA	I	-1.28	.19
ENERGIA	J	.20	.25
DEITAR	K	-.16	-1.44
CALCIO	L	-.03	.79
CRESCER	M	-.45	.34
SEXO	N	-.87	-1.34
BARATO	O	1.16	-1.06
VIDA	P	-.25	-.11
PEQALM	Q	-.36	-.84
NATURAL	R	.76	-.16
JUVEN	S	-.68	-.06
INFANCIA	T	-.94	.11
ALIMCOMP	U	.22	.59
AGRADAVE	V	.92	.22
NATUREZA	W	.48	-.75
FRESCURA	X	1.07	-.09
DESINTOX	Y	-.17	1.14
SAUDE	Z	-.14	.51
COMPLEM	a	.42	.99
CRIANCAS	b	-1.04	.07
RECONFOR	c	1.03	1.04

DIMENSION 2





MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

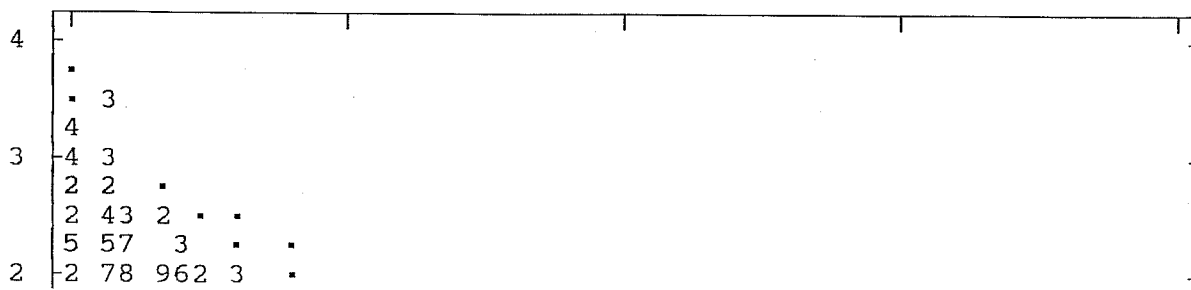
MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

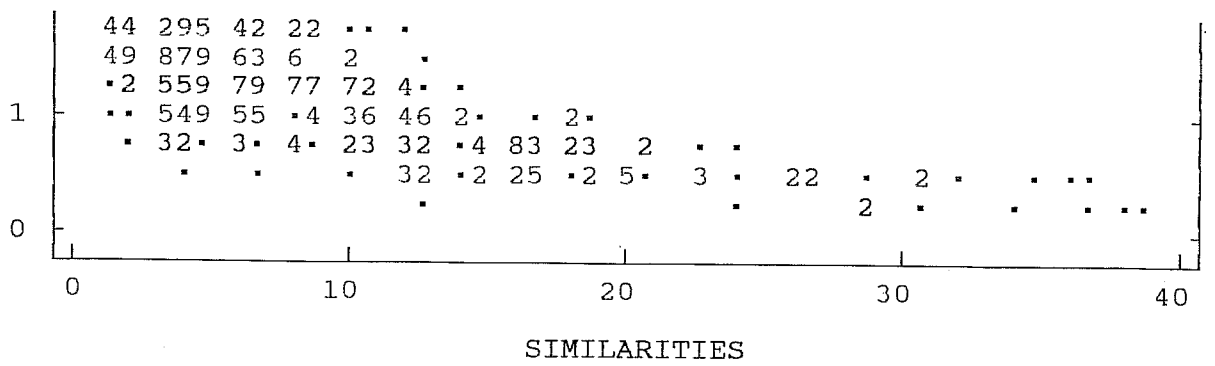
ITERATION	STRESS
0	.389
1	.326
2	.299
3	.282
4	.270
5	.262
6	.256
7	.251
8	.248
9	.245
10	.243
11	.240
12	.238
13	.236
14	.233
15	.230
16	.229
17	.228
18	.227
19	.227
20	.227
21	.226
22	.226
23	.225
24	.225
25	.225
26	.224
27	.224
28	.223
29	.223
30	.222
31	.222
32	.221
33	.221
34	.221
35	.221
36	.220
37	.220
38	.220
39	.220
40	.220

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .21956
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .77749

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

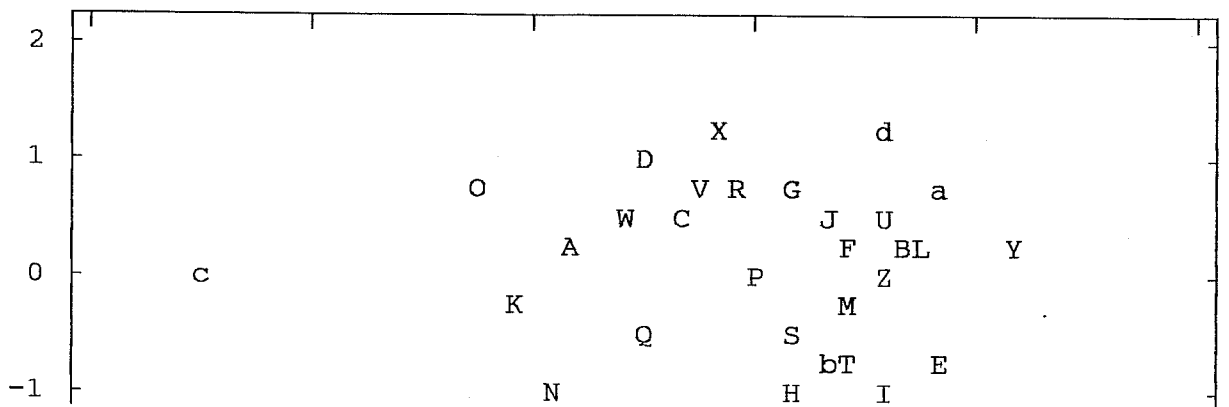


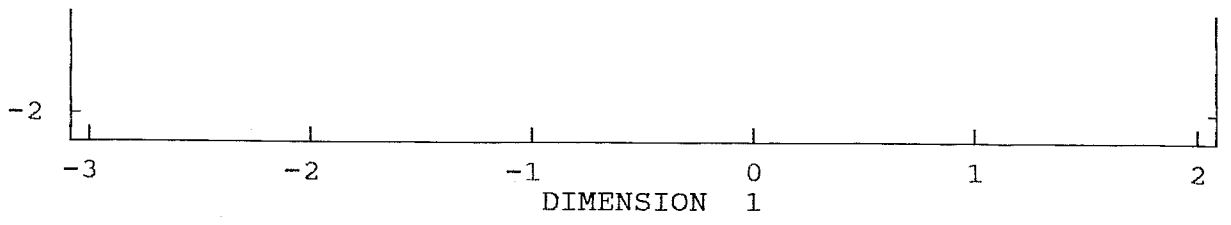


COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
-----	----	-----	-----
		1	2
VACAS	A	-.83	.01
VITAMINA	B	.70	.21
PUREZA	C	-.30	.30
LEVEZA	D	-.50	.93
IDOSOS	E	.85	-.94
FORTIFIC	F	.39	.21
BEBIDA	G	.18	.59
MATERNID	H	.13	-1.10
FAMILIA	I	.62	-1.03
ENERGIA	J	.32	.26
DEITAR	K	-1.07	-.47
CALCIO	L	.75	.15
CRESCER	M	.40	-.30
SEXO	N	-.92	-1.05
BARATO	O	-1.22	.63
VIDA	P	-.04	-.23
PEQALM	Q	-.52	-.51
NATURAL	R	-.10	.69
JUVEN	S	.19	-.62
INFANCIA	T	.40	-.78
ALIMCOMP	U	.59	.28
AGRADAVE	V	-.23	.65
NATUREZA	W	-.58	.37
FRESCURA	X	-.13	1.01
DESINTOX	Y	1.13	.11
SAUDE	Z	.58	-.00
COMPLEM	a	.80	.61
CRIANCAS	b	.32	-.93
CARO	c	-2.52	-.23
RECONFOR	d	.60	1.18

DIMENSION 2





Essai gestion 3

FORMAT DE LECTURE: (5x, 12I2, A40)

1	25	3	17	12	8	0	0	0	0	0	0
3	20	18	10	4	9	0	0	0	0	0	0
21	27	10	2	12	6	0	0	0	0	0	0
18	23	8	20	9	28	0	0	0	0	0	0
26	22	13	16	30	25	0	0	0	0	0	0

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 431

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

39.	78.	59.	45.	46.	93.	60.	54.	43.	81.
25.	111.	77.	33.	27.	53.	36.	56.	77.	73.
84.	56.	61.	59.	44.	79.	52.	68.	5.	35.

Essai gestion 3

TABLEAU DE SIMILITUDE

* vaca vita pure leve idos fort bebi mate fami ener deit calc cres sexo bara

vaca*	0														
vita*	9	0													
pure*	13	13	0												
leve*	7	5	23	0											
idos*	1	7	1	1	0										
fort*	6	31	11	7	8	0									
bebi*	6	12	6	7	4	15	0								
mate*	7	2	8	1	16	3	4	0							
fami*	4	3	5	3	17	6	2	20	0						
ener*	5	36	16	8	1	29	17	3	5	0					
deit*	5	3	1	10	2	7	4	5	1	4	0				
calc*	6	37	14	3	8	26	7	5	4	23	1	0			
cres*	4	19	5	4	5	17	13	13	5	15	6	16	0		
sexo*	6	2	2	4	4	3	3	7	1	4	6	0	6	0	
bara*	4	0	5	3	3	8	8	2	1	4	4	2	2	4	
vida*	6	14	11	7	8	9	6	11	5	18	2	6	13	4	
pequ*	3	2	3	5	1	12	5	4	2	5	8	7	5	3	
natu*	7	11	19	16	2	16	17	5	3	17	1	10	5	1	1
juve*	6	8	5	6	21	15	12	20	19	18	4	4	17	12	
infa*	3	5	13	2	18	12	6	32	24	10	2	13	23	3	

* alim*	8	38	5	3	4 ✓	31	17 ✓	5	2 ✓	27	1 ✓	34	18 ✓	2	8
* agra*	4	5	7	14	2	19	16	1	6	8	5	7	6	3	9
* natu*	12	7	19	16	3	4	5	8	4	6	3	5	4	6	1
* fres*	6	10	15	20	1	11	15	0	1	17	2	5	5	2	1
* desi*	3	10	10	6	5	14	5	3	5	9	5	12	11	3	1
* saud*	6	29	11	4	9	31	6	3	9	26	4	24	20	3	1
* comp*	2	17	3	4	7	16	11	2	4	16	2	15	5	0	6
* cria*	2	7	8	0	19	10	9	35	21	8	2	9	24	4	1
* caro*	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1
* reco*	2	3	2	6	8	13 ✓	4	2 ✓	4	5 ✓	6	5 ✓	5	0 ✓	1

TABLEAU DE SIMILITUDE

* vida pequ natu juve infa alim agra natu fres desi saud comp cria caro reco

vida*	0														
pequ*	3	0													
natu*	10	4	0												
juve*	13	8	8	0											
infa*	10	5	3	37	0										
alim*	7	10	18	13	9	0									
agra*	10	11	13	8	5	12	0								
natu*	13	1	16	3	5	3	4	0							
fres*	9	4	20	11	4	10	12	14	0						
desi*	7	6	3	8	2	12	5	4	5	0					
saud*	15	9	6	13	12	27	10	11	7	21	0				
comp*	5	12	9	6	4	23	8	2	7	8	12	0			
cria*	10	3	4	29	39	9	5	6	1	1	12	4	0		
caro*	2	0	1	0	0	0	2	0	1	0	0	1	1	0	
reco*	4	4	2	0	3	7	11	2	7	9	12	10	1	1	

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR	* Rang en %	* Valeur en °/oo	* Valeur en °/oo	* *
	*	*	dans la tranche	cumulée	*
11	* 31	* 2	* 109	* 109	* *
25	* 23	* 5	* 102	* 212	* *
39	* 19	* 8	* 79	* 291	* *
53	* 17	* 12	* 69	* 361	* *
70	* 15	* 16	* 76	* 437	* *
88	* 13	* 20	* 68	* 506	* *
103	* 12	* 23	* 51	* 558	* *
115	* 11	* 26	* 37	* 595	* *
131	* 10	* 30	* 45	* 641	* *
145	* 9	* 33	* 36	* 678	* *
167	* 8	* 38	* 50	* 728	* *
189	* 7	* 43	* 44	* 772	* *
219	* 6	* 50	* 51	* 824	* *
263	* 5	* 60	* 63	* 887	* *
306	* 4	* 70	* 49	* 937	* *
342	* 3	* 78	* 31	* 968	* *
380	* 2	* 87	* 21	* 990	* *
414	* 1	* 95	* 9	* 1000	* *
435	* 0	* 100	* 0	* 1000	* *

ANEXO J

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 3 DIMENSIONS

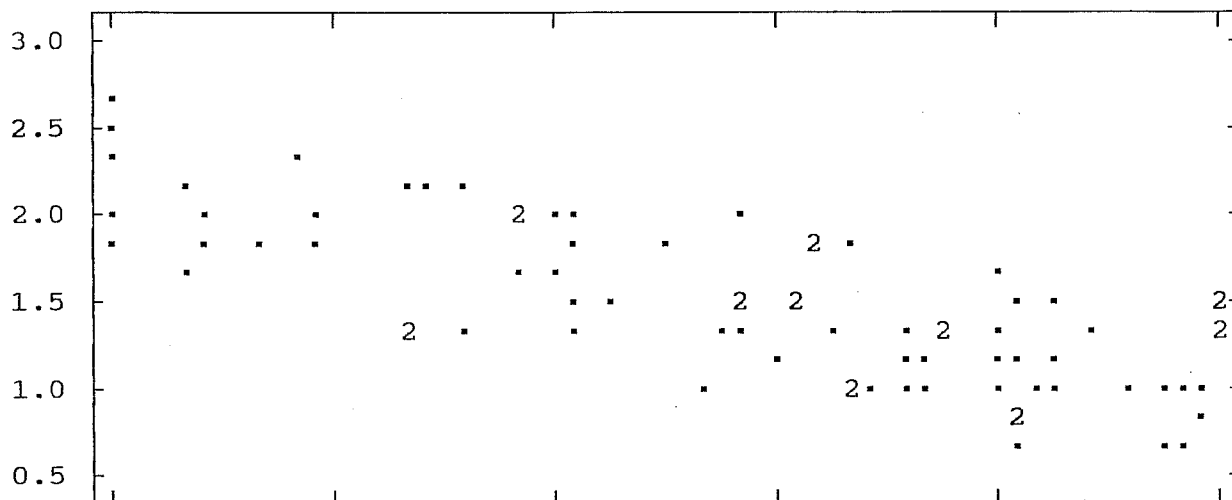
ITERATION	STRESS
0	.263
1	.209
2	.189
3	.180
4	.175
5	.172
6	.169
7	.168
8	.167
9	.165
10	.165
11	.164
12	.163
13	.163
14	.162
15	.162
16	.162
17	.161
18	.161
19	.161
20	.160
21	.160
22	.160
23	.160
24	.160
25	.159
26	.159
27	.159
28	.159
29	.159
30	.159
31	.158
32	.158

VAREAS

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .15834
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .73582

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

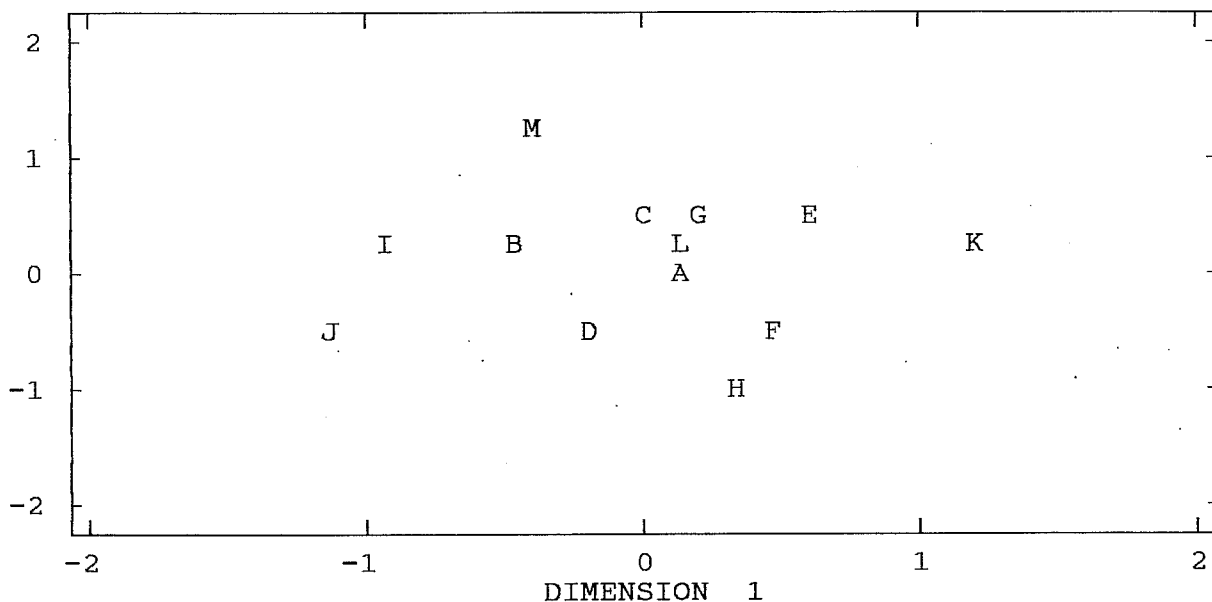


SIMILARITIES

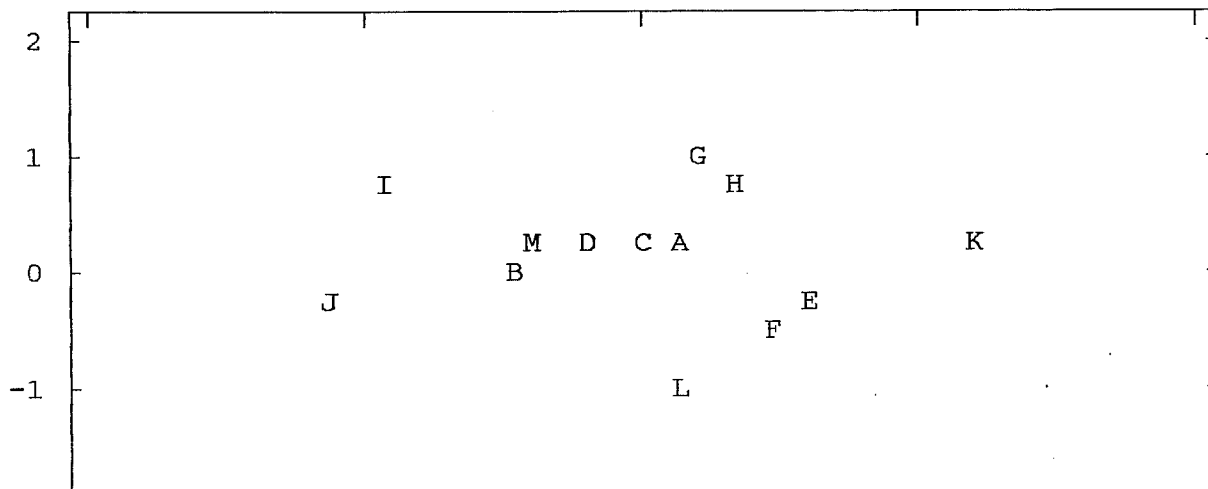
COORDINATES IN 3 DIMENSIONS

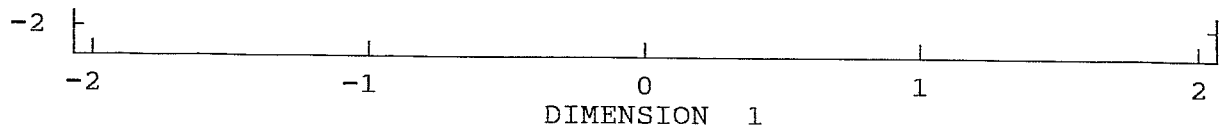
VARIABLE	PLOT	DIMENSION		
		1	2	3
MARACA1	A	.11	-.14	.17
MARCAA2	B	-.44	.12	-.24
MARCAA3	C	-.03	.37	.08
MARCAA4	D	-.18	-.71	.01
MARCAA6	E	.57	.44	-.47
MARCAA5	F	.49	-.52	-.57
MARCAA7	G	.19	.35	.97
MARCAA13	H	.36	-1.17	.68
MARCAA8	I	-.95	.18	.59
MARCAA9	J	-1.11	-.51	-.49
MARCAA10	K	1.22	.25	.19
MARCAA12	L	.13	.22	-1.11
MARCA11	M	-.37	1.13	.21

DIMENSION 2

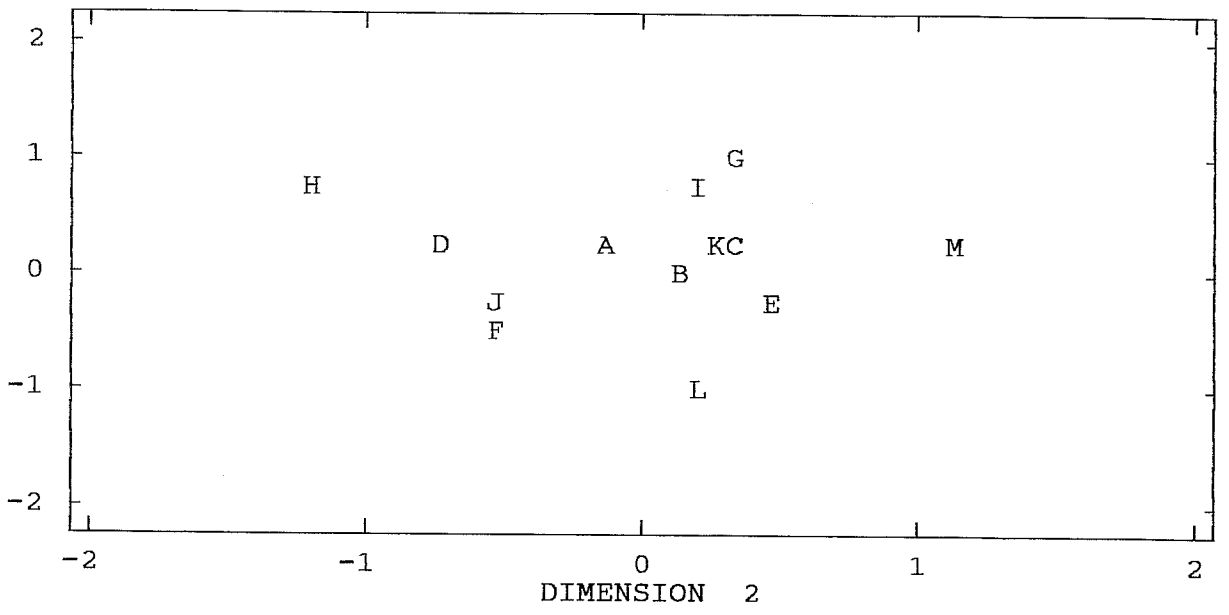


DIMENSION 3





DIMENSION 3



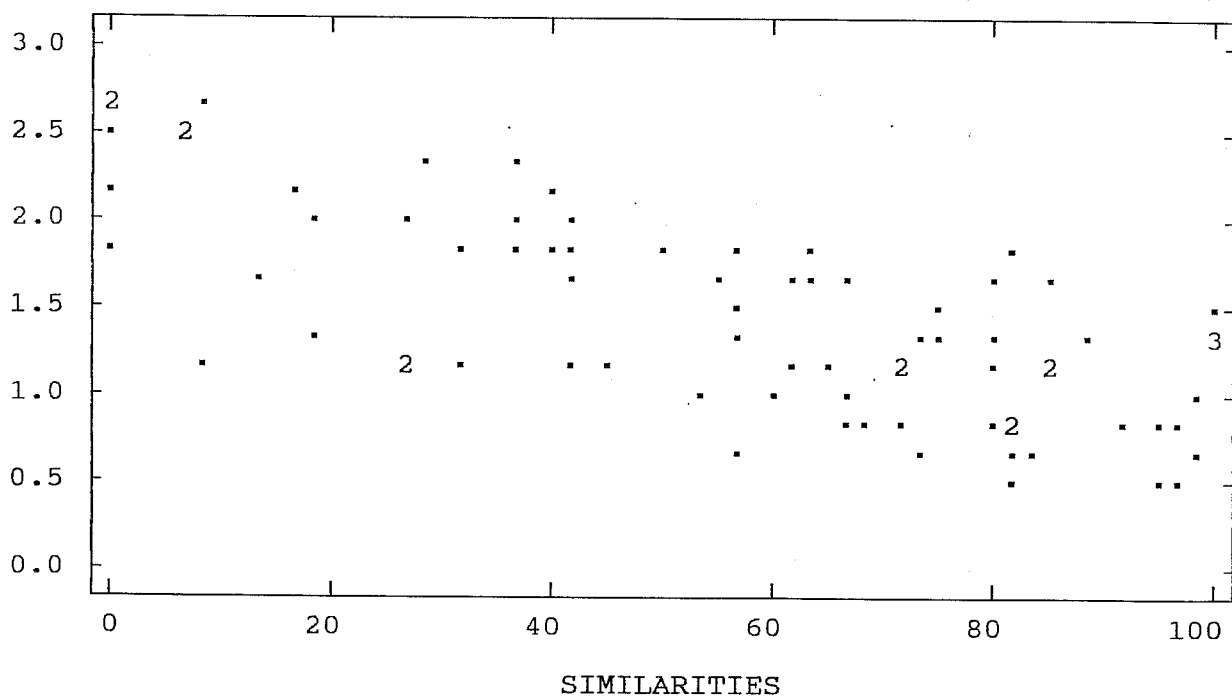
MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

ITERATION	STRESS
0	.299
1	.261
2	.250
3	.246
4	.243
5	.240
6	.237
7	.233
8	.231
9	.228
10	.227
11	.226
12	.226
13	.225
14	.225
15	.225
16	.225
17	.225

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .22473
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .65368

DISTANCES SHEPARD DIAGRAM

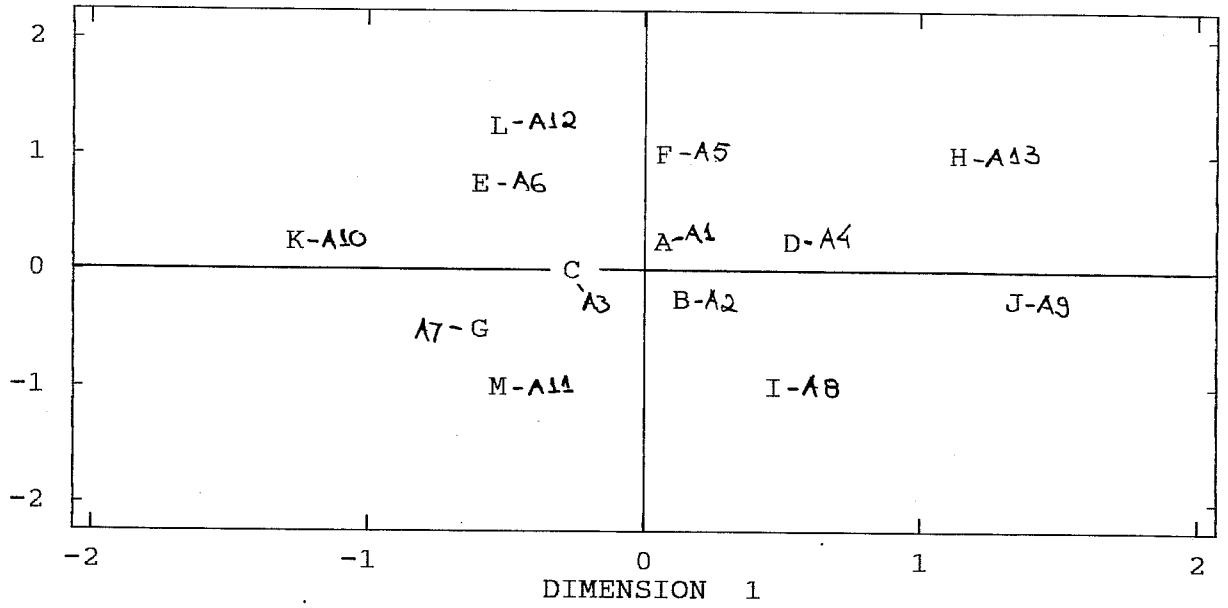


COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
		1	2
MARACA1	A	.06	.13
MARCAA2	B	.16	-.36
MARCAA3	C	-.24	-.17

MARCAA4	D	.53	.13
MARCAA6	E	-.62	.52
MARCAA5	F	.10	.85
MARCAA7	G	-.61	-.61
MARCAA13	H	1.17	.77
MARCAA8	I	.47	-1.03
MARCAA9	J	1.34	-.33
MARCAA10	K	-1.27	.17
MARCAA12	L	-.54	1.18
MARCA11	M	-.55	-1.25

DIMENSION 2



ANEXO K

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

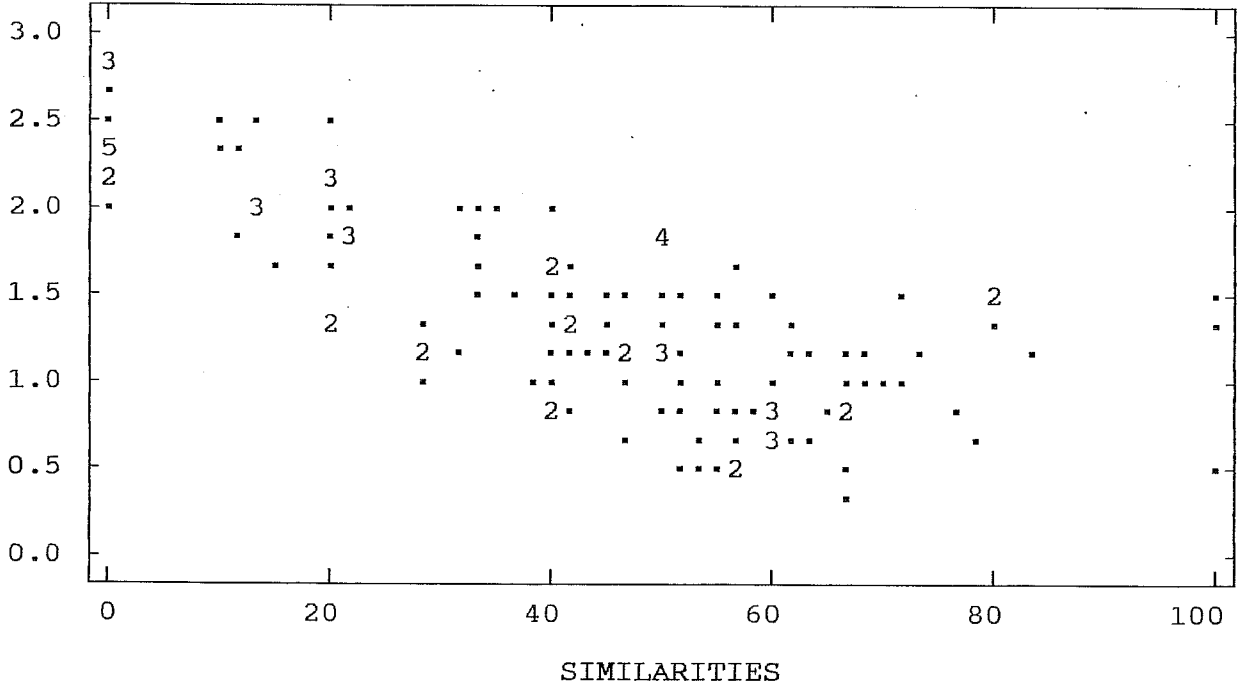
ITERATION	STRESS
0	.245
1	.229
2	.223
3	.219
4	.216
5	.214
6	.212
7	.210
8	.209
9	.207
10	.206
11	.205
12	.205
13	.204
14	.204
15	.204
16	.203
17	.203
18	.203
19	.203

POPULAÇÃO
VASCULAR

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .20288
PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .74679

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

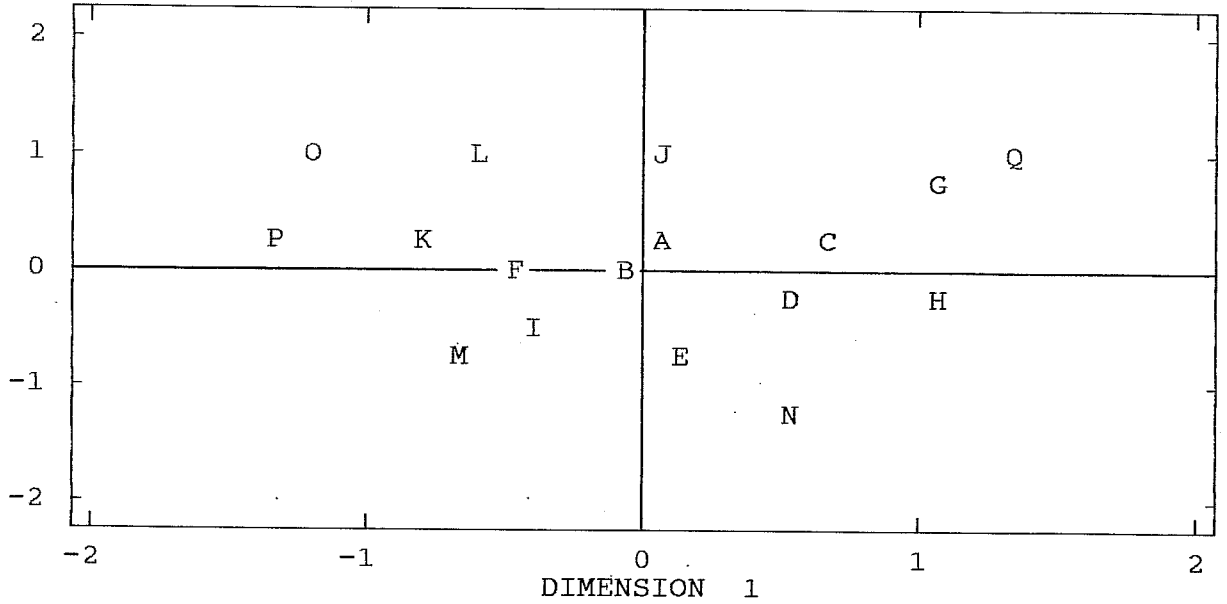


COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
SAUDEL	A	.04	.20

ALICOMPL	B	-.06	-.04
CRESCER	C	.67	.07
CALCIO	D	.56	-.34
VITAMINA	E	.13	-.81
ALIMENTA	F	-.44	-.16
ALIESSEN	G	1.05	.63
CRIANCAS	H	1.04	-.28
ENERGIAS	I	-.39	-.61
BEBIDA	J	.07	.89
DESINTOX	K	-.77	.11
SABOROSO	L	-.61	.77
CALMANTE	M	-.65	-.93
NATURAL	N	.56	-1.26
FACUTIL	O	-1.23	.77
BARATO	P	-1.32	.09
IDOSOS	Q	1.34	.90

DIMENSION 2



HOPENS TOTAL

Nous avons en entrée le fichier : qlmess

		RANGS					
		:FREQ.:	1 *	2 *	3 *	4 *	5 *
		: 1 :	0*	0*	0*	1*	
agradavel		: 13 :	2*	4*	4*	1*	0*
	rangs 6 à 15	1* 1*					
	moyenne : 3.00						
alimentacao		: 26 :	7*	9*	10*		
	moyenne : 2.12						
alimentacao-desportistas		: 1 :	0*	0*	1*		
alimentacao-leve		: 1 :	0*	0*	1*		
alimento-bebe		: 2 :	0*	0*	1*	0*	1*
	moyenne : 4.00						
alimento-completo		: 53 :	25*	10*	14*	3*	1*
	moyenne : 1.96						
alimento-criancas		: 3 :	1*	0*	2*		
	moyenne : 2.33						
alimento-doentes		: 2 :	0*	0*	2*		
	moyenne : 3.00						
alimento-equilibrado		: 1 :	0*	1*			
alimento-essencial		: 17 :	7*	4*	5*	1*	
	moyenne : 2.00						
alimento-idosos		: 1 :	0*	0*	0*	0*	1*
alimento-manha		: 1 :	0*	1*			
alimento-noturno		: 1 :	0*	0*	1*		
alimento-qualidade		: 1 :	0*	0*	0*	0*	1*
alimento-todas-idades		: 4 :	1*	1*	1*	1*	
	moyenne : 2.50						
analgesico		: 1 :	0*	1*			
anticorpos		: 1 :	0*	0*	0*	1*	
barato		: 5 :	0*	1*	0*	2*	0*
	rangs 6 à 15	2*					
	moyenne : 4.40						
bebida		: 12 :	3*	5*	3*	0*	0*
	rangs 6 à 15	1*					
	moyenne : 2.33						
bebida-nao-alcoolica		: 6 :	0*	3*	3*		
	moyenne : 2.50						
bem-estar		: 1 :	0*	1*			
bolos		: 1 :	0*	0*	0*	0*	0*
	rangs 6 à 15	0* 1*					
calcio		: 38 :	12*	13*	12*	1*	
	moyenne : 2.05						
calmante		: 10 :	0*	4*	4*	2*	
	moyenne : 2.80						
calorias		: 3 :	0*	1*	2*		
	moyenne : 2.67						
cereais		: 1 :	0*	1*			
cerebro		: 2 :	0*	1*	1*		

moyenne :	2.50							
complemento		: 11 :	4*	2*	3*	1*	0*	
rangs 6 à 15		1*						
moyenne :	2.45							
componente-doces		: 1 :	0*	1*				
coracao		: 1 :	0*	0*	1*			
corn-flakes		: 2 :	0*	1*	1*			
moyenne :	2.50							
cozinhar		: 4 :	0*	0*	2*	1*	0*	
rangs 6 à 15		0* 0*	1*					
moyenne :	4.50							
crescer		: 45 :	12*	25*	4*	3*	0*	
rangs 6 à 15		1*						
moyenne :	2.04							
criancas		: 19 :	2*	9*	5*	3*		
moyenne :	2.47							
curar		: 2 :	0*	1*	1*			
moyenne :	2.50							
deitar		: 1 :	0*	0*	1*			
dentes		: 2 :	0*	1*	1*			
moyenne :	2.50							
desenvolvimento		: 8 :	4*	1*	2*	1*		
moyenne :	2.00							
desintoxicacao		: 40 :	11*	13*	8*	5*	2*	
rangs 6 à 15		0* 1*						
moyenne :	2.45							
digestao-facil		: 1 :	0*	0*	1*			
doce		: 1 :	0*	0*	1*			
elementos-essenciais		: 2 :	1*	1*				
moyenne :	1.50							
empresas-trabalho		: 1 :	0*	0*	1*			
energia-mental		: 3 :	1*	0*	2*			
moyenne :	2.33							
energias		: 31 :	6*	10*	14*	1*		
moyenne :	2.32							
energias-desportistas		: 1 :	0*	0*	1*			
engorda		: 1 :	0*	1*				
engorda-nao		: 2 :	1*	0*	1*			
moyenne :	2.00							
equilibrado		: 1 :	0*	1*				
equilibrio-metabolico		: 1 :	1*					
equilibrio-organismo		: 1 :	1*					
escola		: 1 :	0*	0*	1*			
estimulante		: 1 :	0*	0*	1*			
facil-digestao		: 1 :	0*	0*	0*	1*		
facil-utilizacao		: 9 :	1*	2*	4*	1*	1*	
moyenne :	2.89							
ferro		: 1 :	0*	1*				
fortificante		: 5 :	1*	1*	1*	0*	1*	

	rangs 6 à 15	0*	0*	1*				
fosforo	moyenne : 3.80	:	1 :	0*	0*	1*		
frescura		:	6 :	2*	1*	2*	0*	0*
	rangs 6 à 15	1*						
	moyenne : 2.67	:	4 :	1*	1*	1*	1*	
gorduras	moyenne : 2.50	:	6 :	3*	1*	2*		
gostar	moyenne : 1.83	:	2 :	1*	0*	1*		
habito	moyenne : 2.00	:	2 :	1*	1*			
idosos	moyenne : 1.50	:	2 :	2*				
juventude	moyenne : 1.00	:	2 :	1*	0*	1*		
lactose	moyenne : 2.00	:	1 :	0*	0*	1*		
leite-vegetal		:	1 :	1*				
liquido		:	1 :	0*	0*	1*		
longa-duracao		:	1 :	0*	0*	0*	1*	
mamar		:	2 :	1*	0*	1*		
manutencao-organismo	moyenne : 2.00	:	1 :	0*	0*	0*	0*	1*
maternidade		:	9 :	2*	6*	1*		
minerais	moyenne : 1.89	:	2 :	0*	1*	1*		
multiusos	moyenne : 2.50	:	1 :	0*	0*	1*		
musculos		:	6 :	3*	2*	1*		
natural	moyenne : 1.67	:	11 :	3*	4*	3*	1*	
nutritivo	moyenne : 2.18	:	1 :	0*	0*	1*		
obrigacao		:	1 :	1*				
organismo		:	23 :	5*	10*	8*		
ossos	moyenne : 2.13	:	1 :	1*				
ossos-criancas		:	1 :	0*	0*	1*		
ossos-idosos		:	1 :	0*	1*			
ossos-juventude		:	1 :	0*	0*	0*	1*	
pele		:	4 :	2*	1*	1*		
pequeno-almoco	moyenne : 1.75	:	2 :	0*	1*	0*	1*	
prazer	moyenne : 3.00	:	3 :	1*	0*	2*		
primeiro-alimento	moyenne : 2.33	:	1 :	1*				
propriedades		:	20 :	9*	6*	4*	1*	
proteinas		:						

pureza	moyenne :	1.85	:	1	:	1*					
raquitismo			:	1	:	0*	1*				
reconfortante			:	1	:	0*	0*	1*			
reconstituante			:	1	:	0*	1*				
refrescante			:	8	:	0*	3*	5*			
saboroso	moyenne :	2.63	:	16	:	1*	4*	9*	1*	1*	
saudavel	moyenne :	2.81	:	69	:	44*	13*	10*	1*	1*	
saude-colon	moyenne :	1.58	:	1	:	1*					
saude-prejudicial			:	1	:	0*	1*				
solidariedade			:	1	:	0*	0*	1*			
tabaco			:	12	:	3*	5*	2*	1*	0*	
	rangs	6 à 15	0*	1*							
	moyenne :	2.50									
tolerancia-organismo			:	1	:	0*	1*				
ulcera-estomago			:	3	:	2*	0*	1*			
vacas	moyenne :	1.67	:	1	:	0*	0*	1*			
verao			:	2	:	0*	0*	1*	0*	0*	
	rangs	6 à 15	1*								
	moyenne :	4.50									
vida			:	3	:	0*	0*	2*	0*	0*	
	rangs	6 à 15	1*								
	moyenne :	4.00									
vigor			:	1	:	0*	1*				
vitaminas			:	35	:	12*	12*	7*	2*	1*	
	rangs	6 à 15	1*								
	moyenne :	2.17									

DISTRIBUTION TOTALE	:	687	:	209*	210*	199*	41*	12*		
RANGS 6 à 15	10*	4*	2*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
RANGS 16 à 25	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
RANGS 26 à 30	0*	0*	0*	0*	0*					

Nombre total de mots différents : 107
 Nombre total de mots cités : 687

moyenne générale : 2.26

DISTRIBUTION DES FREQUENCES

freq. *	nb. mots
1 *	52
2 *	16
3 *	6
4 *	4
5 *	2
6 *	4
8 *	2

9	*	2
10	*	1
11	*	2
12	*	2
13	*	1
16	*	1
17	*	1
19	*	1
20	*	1
23	*	1
26	*	1
31	*	1
35	*	1
38	*	1
40	*	1
45	*	1
53	*	1
69	*	1

MOT						: Freq. :	Distribution rang					
						:	:	*	*	*	*	*
agradavel						: 13 :	:	2*	4*	4*	1*	0*
	en %					:	:	15 *	30 *	30 *	7 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	1*	1*							
	en %		*	7 *	7 *							
alimentacao						: 26 :	:	7*	9*	10*		
	en %					:	:	26 *	34 *	38 *		
alimento-bebe						: 2 :	:	0*	0*	1*	0*	1*
	en %					:	:	0 *	0 *	50 *	0 *	50 *
alimento-completo						: 53 :	:	25*	10*	14*	3*	1*
	en %					:	:	47 *	18 *	26 *	5 *	1 *
alimento-criancas						: 3 :	:	1*	0*	2*		
	en %					:	:	33 *	0 *	66 *		
alimento-doentes						: 2 :	:	0*	0*	2*		
	en %					:	:	0 *	0 *	100 *		
alimento-essencial						: 17 :	:	7*	4*	5*	1*	
	en %					:	:	41 *	23 *	29 *	5 *	
alimento-todas-idades						: 4 :	:	1*	1*	1*	1*	
	en %					:	:	25 *	25 *	25 *	25 *	
barato						: 5 :	:	0*	1*	0*	2*	0*
	en %					:	:	0 *	20 *	0 *	40 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	2*								
bebida						: 12 :	:	3*	5*	3*	0*	0*
	en %					:	:	25 *	41 *	25 *	0 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	1*								
bebida-nao-alcoolica						: 6 :	:	0*	3*	3*		
	en %					:	:	0 *	50 *	50 *		
calcio						: 38 :	:	12*	13*	12*	1*	
	en %					:	:	31 *	34 *	31 *	2 *	
calmante						: 10 :	:	0*	4*	4*	2*	
	en %					:	:	0 *	40 *	40 *	20 *	
calorias						: 3 :	:	0*	1*	2*		
	en %					:	:	0 *	33 *	66 *		
cerebro						: 2 :	:	0*	1*	1*		
	en %					:	:	0 *	50 *	50 *		
complemento						: 11 :	:	4*	2*	3*	1*	0*
	en %					:	:	36 *	18 *	27 *	9 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	1*								
corn-flakes						: 2 :	:	0*	1*	1*		
	en %					:	:	0 *	50 *	50 *		
cozinhar						: 4 :	:	0*	0*	2*	1*	0*
	en %					:	:	0 *	0 *	50 *	25 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	0*	0*	1*						
	en %		*	0 *	0 *	25 *						
crescer						: 45 :	:	12*	25*	4*	3*	0*
	en %					:	:	26 *	55 *	8 *	6 *	0 *
	rangs	6 à 15	*	1*								
criancas						: 19 :	:	2*	9*	5*	3*	
	en %					:	:	10 *	47 *	26 *	15 *	
curar						: 2 :	:	0*	1*	1*		
	en %					:	:	0 *	50 *	50 *		
dentes						: 2 :	:	0*	1*	1*		
	en %					:	:	0 *	50 *	50 *		
desenvolvimento						: 8 :	:	4*	1*	2*	1*	
	en %					:	:	50 *	12 *	25 *	12 *	
desintoxicacao						: 40 :	:	11*	13*	8*	5*	2*
	en %					:	:	27 *	32 *	20 *	12 *	5 *
	rangs	6 à 15	*	0*	1*							
	en %		*	0 *	2 *							
elementos-essenciais						: 2 :	:	1*	1*			

energia-mental	en %	:	:	50 *	50 *				
		:	3 :	1*	0*	2*			
energias	en %	:	:	33 *	0 *	66 *			
		:	31 :	6*	10*	14*	1*		
engorda-nao	en %	:	:	19 *	32 *	45 *	3 *		
		:	2 :	1*	0*	1*			
facil-utilizacao	en %	:	:	50 *	0 *	50 *			
		:	9 :	1*	2*	4*	1*	1*	
fortificante	en %	:	:	11 *	22 *	44 *	11 *	11 *	
		:	5 :	1*	1*	1*	0*	1*	
	en %	:	:	20 *	20 *	20 *	0 *	20 *	
	rangs 6 à 15	*	0*	0*	1*				
	en %	*	0 *	0 *	20 *				
frescura	en %	:	6 :	2*	1*	2*	0*	0*	
		:	:	33 *	16 *	33 *	0 *	0 *	
	rangs 6 à 15	*	1*						
gorduras	en %	:	4 :	1*	1*	1*	1*		
		:	:	25 *	25 *	25 *	25 *		
gostar	en %	:	6 :	3*	1*	2*			
		:	:	50 *	16 *	33 *			
habito	en %	:	2 :	1*	0*	1*			
		:	:	50 *	0 *	50 *			
idosos	en %	:	2 :	1*	1*				
		:	:	50 *	50 *				
juventude	en %	:	2 :	2*					
lactose	en %	:	2 :	1*	0*	1*			
		:	:	50 *	0 *	50 *			
manutencao-organismo	en %	:	2 :	1*	0*	1*			
		:	:	50 *	0 *	50 *			
minerais	en %	:	9 :	2*	6*	1*			
		:	:	22 *	66 *	11 *			
multiusos	en %	:	2 :	0*	1*	1*			
		:	:	0 *	50 *	50 *			
natural	en %	:	6 :	3*	2*	1*			
		:	:	50 *	33 *	16 *			
nutritivo	en %	:	11 :	3*	4*	3*	1*		
		:	:	27 *	36 *	27 *	9 *		
ossos	en %	:	23 :	5*	10*	8*			
		:	:	21 *	43 *	34 *			
pequeno-almoco	en %	:	4 :	2*	1*	1*			
		:	:	50 *	25 *	25 *			
prazer	en %	:	2 :	0*	1*	0*	1*		
		:	:	0 *	50 *	0 *	50 *		
primeiro-alimento	en %	:	3 :	1*	0*	2*			
		:	:	33 *	0 *	66 *			
proteinas	en %	:	20 :	9*	6*	4*	1*		
		:	:	45 *	30 *	20 *	5 *		
refrescante	en %	:	8 :	0*	3*	5*			
		:	:	0 *	37 *	62 *			
saboroso	en %	:	16 :	1*	4*	9*	1*	1*	
		:	:	6 *	25 *	56 *	6 *	6 *	
saudavel	en %	:	69 :	44*	13*	10*	1*	1*	
		:	:	63 *	18 *	14 *	1 *	1 *	
tabaco	en %	:	12 :	3*	5*	2*	1*	0*	
		:	:	25 *	41 *	16 *	8 *	0 *	
	rangs 6 à 15	*	0*	1*					
	en %	*	0 *	8 *					
ulcera-estomago	en %	:	3 :	2*	0*	1*			
		:	:	66 *	0 *	33 *			
verao	en %	:	2 :	0*	0*	1*	0*	0*	
		:	:	0 *	0 *	50 *	0 *	0 *	
	rangs 6 à 15	*	1*						
vida	en %	:	3 :	0*	0*	2*	0*	0*	
		:	:	0 *	0 *	66 *	0 *	0 *	

rangs 6 à 15 * 1*
 vitamines : 35 : 12* 12* 7* 2* 1*
 en % : : 34 * 34 * 20 * 5 * 2 *

TOTAL PAR CATEGORIE

Catégorie*	Freq.*	Moy. *	Distribution des Rang de :										
			1 10										
1 *	80 *	1.7 *	48*	14*	15*	1*	1*	1*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			60 *	17 *	18 *	1 *	1 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
2 *	64 *	2.1 *	27*	12*	19*	3*	3*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			42 *	18 *	29 *	4 *	4 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
3 *	53 *	2.0 *	16*	26*	6*	4*	0*	1*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			30 *	49 *	11 *	7 *	0 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
4 *	67 *	2.1 *	18*	26*	22*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			26 *	38 *	32 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
5 *	72 *	2.1 *	25*	27*	14*	4*	1*	1*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			34 *	37 *	19 *	5 *	1 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
6 *	56 *	2.3 *	15*	16*	21*	2*	1*	1*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			26 *	28 *	37 *	3 *	1 *	1 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
7 *	17 *	2.0 *	7*	4*	5*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			41 *	23 *	29 *	5 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
8 *	22 *	2.4 *	4*	9*	6*	3*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			18 *	40 *	27 *	13 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
9 *	55 *	2.5 *	10*	18*	23*	2*	1*	0*	0*	1*	0*	0*	
* en % *			18 *	32 *	41 *	3 *	1 *	0 *	0 *	1 *	0 *	0 *	
10 *	35 *	2.6 *	6*	12*	14*	0*	0*	3*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			17 *	34 *	40 *	0 *	0 *	8 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
11 *	52 *	2.5 *	14*	18*	10*	6*	2*	0*	2*	0*	0*	0*	
* en % *			26 *	34 *	19 *	11 *	3 *	0 *	3 *	0 *	0 *	0 *	
12 *	38 *	2.7 *	6*	11*	15*	3*	1*	1*	1*	0*	0*	0*	
* en % *			15 *	28 *	39 *	7 *	2 *	2 *	2 *	0 *	0 *	0 *	
13 *	12 *	2.8 *	0*	4*	6*	2*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			0 *	33 *	50 *	16 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
14 *	7 *	1.6 *	4*	2*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			57 *	28 *	14 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
15 *	11 *	2.8 *	1*	3*	5*	1*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			9 *	27 *	45 *	9 *	9 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
16 *	5 *	4.4 *	0*	1*	0*	2*	0*	2*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			0 *	20 *	0 *	40 *	0 *	40 *	0 *	0 *	0 *	0 *	
17 *	2 *	1.5 *	1*	1*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			50 *	50 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	

Catégorie*	Freq.*	Moy. *	Distribution des Rang de :										
			11 20										
1 *	80 *	1.7 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	
* en % *			0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	

6 *	56 *	2.3 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
7 *	17 *	2.0 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
8 *	22 *	2.4 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
9 *	55 *	2.5 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
10 *	35 *	2.6 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
11 *	52 *	2.5 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
12 *	38 *	2.7 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
13 *	12 *	2.8 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
14 *	7 *	1.6 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
15 *	11 *	2.8 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
16 *	5 *	4.4 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
17 *	2 *	1.5 *	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*
*	* en % *		0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *	0 *
TOTAL *	648 *	2.2 *											

question 1 essai

FORMAT DE LECTURE: (4x, 10I2)

10	9	1	11	5	3	12	9	0	0	6	9	5	0	0	0
11	1	13	6	0	0	0	0	0	0	2	4	5	4	0	0
3	4	9	11	0	0	0	0	0	0	10	1	10	11	6	5
12	10	1	0	0	0	0	0	0	0	1	9	5	2	11	0
2	6	10	10	0	0	0	0	0	0	11	11	3	9	12	0

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 81

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

57.	48.	41.	41.	41.	40.	14.	19.	39.	24.
35.	27.	9.	7.	10.	5.	2.			

question 1 essai

TABLEAU DE SIMILITUDE

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi sabo calm natu fac

saud*	0																		
alim*	66	0																	
cres*	60	56	0																
calc*	65	60	56	0															
vita*	73	58	46	63	0														
alim*	62	55	52	47	47	0													
alim*	64	42	50	50	50	50	0												
cria*	84	68	78	52	31	52	28	0											
ener*	69	53	61	38	46	53	35	47	0										
bebi*	66	70	45	45	50	50	28	15	41	0									
desi*	77	60	40	45	57	57	14	31	40	62	0								
sabo*	66	51	33	40	33	55	21	21	37	41	51	0							
calm*	55	66	33	55	55	66	11	11	66	33	44	22	0						
natu*	57	71	42	71	57	42	14	28	42	0	14	14	28	0					
faci*	60	80	20	20	20	40	10	10	40	20	40	60	22	0					
bara*	80	80	20	40	20	60	0	20	40	20	60	40	20	0	6				
idos*	50	50	50	100	0	0	100	50	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TABLEAU DE SIMILITUDE

* bara idos

bara*	0	
idos*	0	0

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR	* Rang en %	* Valeur en °/oo	* Valeur en °/oo	*
	*	*	* dans la tranche	* cumulée	*
12	* 71	* 8	* 171	* 171	*
23	* 64	* 16	* 126	* 297	*
35	* 60	* 25	* 125	* 422	*
47	* 55	* 34	* 115	* 538	*
64	* 50	* 47	* 148	* 687	*
77	* 42	* 56	* 99	* 787	*
88	* 40	* 64	* 76	* 863	*
101	* 28	* 74	* 71	* 934	*
114	* 20	* 83	* 45	* 980	*
136	* 0	* 100	* 19	* 1000	*

ARETES DE L ARBRE

bebida	* idosos	RANG =	1	VALEUR =	100
alimento	* idosos	RANG =	2	VALEUR =	100
calcio	* idosos	RANG =	3	VALEUR =	100
saudavel	* crianças	RANG =	4	VALEUR =	84
saudavel	* barato	RANG =	5	VALEUR =	80
alimento	* barato	RANG =	6	VALEUR =	80
alimento	* facil-ut	RANG =	7	VALEUR =	80
crecer	* crianças	RANG =	8	VALEUR =	78
saudavel	* desintox	RANG =	9	VALEUR =	77
saudavel	* vitamina	RANG =	10	VALEUR =	73
calcio	* natural	RANG =	11	VALEUR =	71
alimento	* natural	RANG =	12	VALEUR =	71
saudavel	* energias	RANG =	14	VALEUR =	69
energias	* calmante	RANG =	16	VALEUR =	66
alimenta	* calmante	RANG =	18	VALEUR =	66
alimento	* calmante	RANG =	19	VALEUR =	66
saudavel	* saboroso	RANG =	20	VALEUR =	66

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL =	100	CLIQUE =	bebida	idosos
SEUIL =	100	CLIQUE =	alimento	idosos
SEUIL =	100	CLIQUE =	calcio	idosos
SEUIL =	84	CLIQUE =	saudavel	criancas
SEUIL =	80	CLIQUE =	saudavel	barato
SEUIL =	80	CLIQUE =	alimento	barato
SEUIL =	80	CLIQUE =	alimento	facil-ut
SEUIL =	78	CLIQUE =	crescer	criancas
SEUIL =	77	CLIQUE =	saudavel	desintox
SEUIL =	73	CLIQUE =	saudavel	vitamina

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 73

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** bebida idosos
** alimento idosos
** calcio idosos
** saudavel criancas
** saudavel barato
** alimento barato
** alimento facil-ut
** crescer criancas
** saudavel desintox
** saudavel vitamina

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL =	71	CLIQUE =	calcio	natural
SEUIL =	71	CLIQUE =	alimento	natural
SEUIL =	70	CLIQUE =	alimento	bebida
SEUIL =	69	CLIQUE =	saudavel	energias
SEUIL =	68	CLIQUE =	alimento	criancas
SEUIL =	66	CLIQUE =	energias	calmante
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel	alimento criancas
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel	alimento barato
SEUIL =	66	CLIQUE =	alimento	calmante
SEUIL =	66	CLIQUE =	alimento	calmante
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel	saboroso
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel	alimento bebida

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 66

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** bebida idosos

** alimento idosos
 ** calcio idosos
 ** alimento facil-ut
 ** crescer crianças
 ** saudavel desintox
 ** saudavel vitamina
 ** calcio natural
 ** alimento natural
 ** saudavel energias
 ** energias calmante
 ** saudavel alimento crianças
 ** saudavel alimento barato
 ** alimenta calmante
 ** alimento calmante
 ** saudavel saboroso
 ** saudavel alimento bebida

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 65 CLIQUE = saudavel calcio
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel alimento
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel calcio vitamina
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel alimenta
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel bebida desintox
 SEUIL = 61 CLIQUE = crescer energias
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento bebida desintox
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento facil-ut barato
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel saboroso facil-ut
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel crescer energias
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel crescer crianças
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento desintox barato
 SEUIL = 60 CLIQUE = alimento calcio natural
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento calcio
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimenta barato

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 60

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** bebida idosos
 ** alimento idosos
 ** calcio idosos
 ** energias calmante
 ** saudavel alimento crianças
 ** alimenta calmante
 ** alimento calmante
 ** saudavel alimento
 ** saudavel calcio vitamina
 ** saudavel alimento bebida desintox
 ** saudavel alimento facil-ut barato
 ** saudavel saboroso facil-ut
 ** saudavel crescer energias
 ** saudavel crescer crianças
 ** saudavel alimento desintox barato
 ** alimento calcio natural
 ** saudavel alimento calcio
 ** saudavel alimenta barato

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina
SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina natural
SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimenta desintox barato
SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento vitamina desintox
SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento crescer crianças
SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio
SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimenta saboroso
SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento alimenta desintox barato
SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel energias calmante
SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina calmante
SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento alimenta calmante

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 55

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** bebida idosos
** alimento idosos
** calcio idosos
** saudavel alimento
** saudavel alimento bebida desintox
** saudavel alimento facil-ut barato
** saudavel saboroso facil-ut
** saudavel crescer energias
** saudavel alimento calcio vitamina natural
** saudavel alimento vitamina desintox
** saudavel alimento crescer crianças
** saudavel alimento crescer calcio
** saudavel alimenta saboroso
** saudavel alimento alimenta desintox barato
** saudavel energias calmante
** saudavel alimento calcio vitamina calmante
** saudavel alimento alimenta calmante

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento crescer energias
SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento alimenta energias calmante
SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio crianças
SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento crescer alimenta energias
SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento crescer alimenta crianças
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento saboroso facil-ut
SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento alimenta desintox saboroso
SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento alimenta bebida desintox

SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel calcio vitamina alimento
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimento idosos
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio crianças
 idosos
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento bebida idosos
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer alimenta alimento
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento vitamina bebida desintox

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel alimento facil-ut barato
 ** saudavel alimento calcio vitamina natural
 ** saudavel alimento alimenta desintox barato
 ** saudavel alimento calcio vitamina calmante
 ** saudavel alimento alimenta energias calmante
 ** saudavel alimento crescer alimenta energias
 ** saudavel alimento crescer alimenta crianças
 ** saudavel alimento saporoso facil-ut
 ** saudavel alimento alimenta desintox saporoso
 ** saudavel alimento alimenta bebida desintox
 ** saudavel calcio vitamina alimento
 ** saudavel crescer calcio alimento idosos
 ** saudavel alimento crescer calcio crianças idosos
 ** saudavel alimento bebida idosos
 ** saudavel crescer alimenta alimento
 ** saudavel alimento vitamina bebida desintox

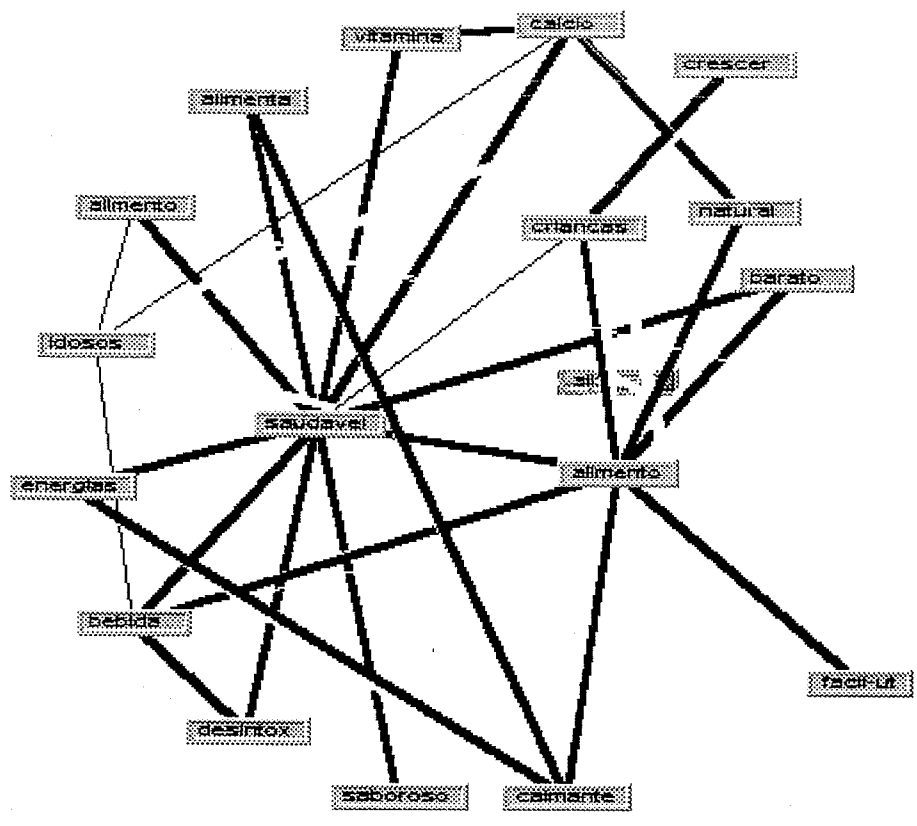
NOUVELLES CLIQUES

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel alimento facil-ut barato
 ** saudavel alimento calcio vitamina natural
 ** saudavel alimento alimenta desintox barato
 ** saudavel alimento calcio vitamina calmante
 ** saudavel alimento alimenta energias calmante
 ** saudavel alimento crescer alimenta energias
 ** saudavel alimento crescer alimenta crianças
 ** saudavel alimento saporoso facil-ut
 ** saudavel alimento alimenta desintox saporoso
 ** saudavel alimento alimenta bebida desintox
 ** saudavel calcio vitamina alimento
 ** saudavel crescer calcio alimento idosos
 ** saudavel alimento crescer calcio crianças idosos

** saudavel alimento bebida idosos
** saudavel crescer alimenta alimento
** saudavel alimento vitamina bebida desintox



ANEXO L

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

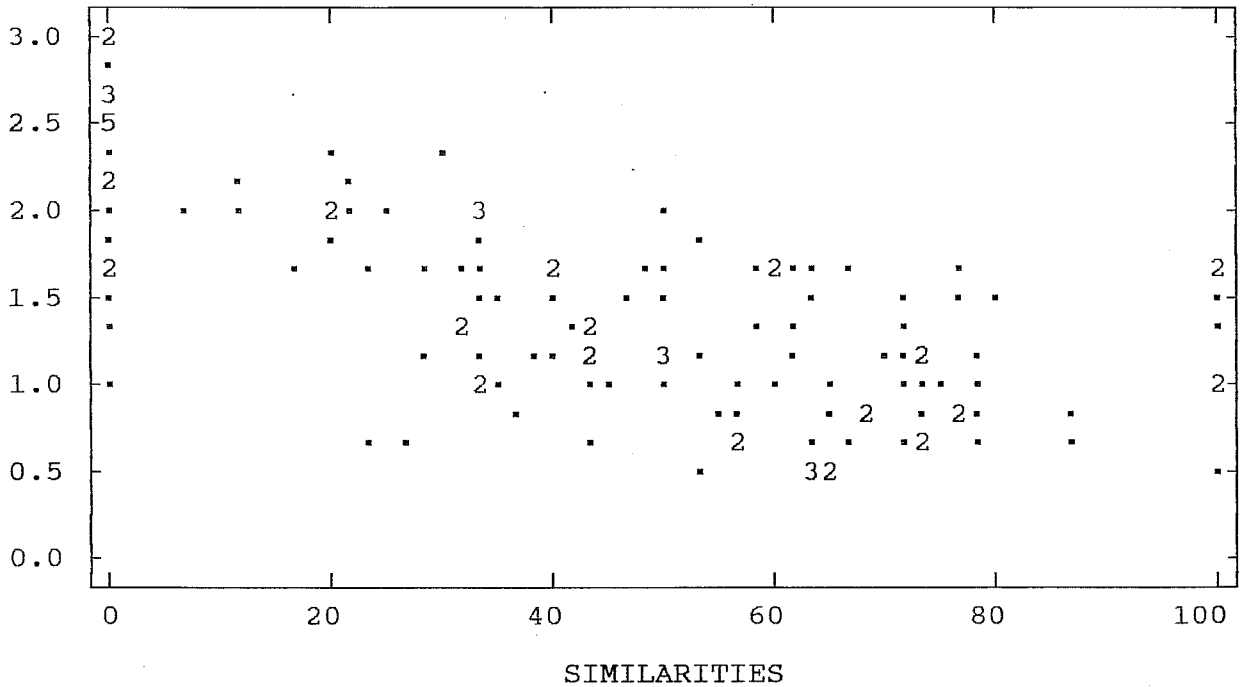
ITERATION	STRESS
0	.303
1	.280
2	.266
3	.257
4	.252
5	.247
6	.242
7	.239
8	.237
9	.236
10	.235
11	.234
12	.234
13	.233
14	.233
15	.232
16	.232
17	.232
18	.232

POPULAÇÃO
FEMÍNINA

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .23194
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .67828

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

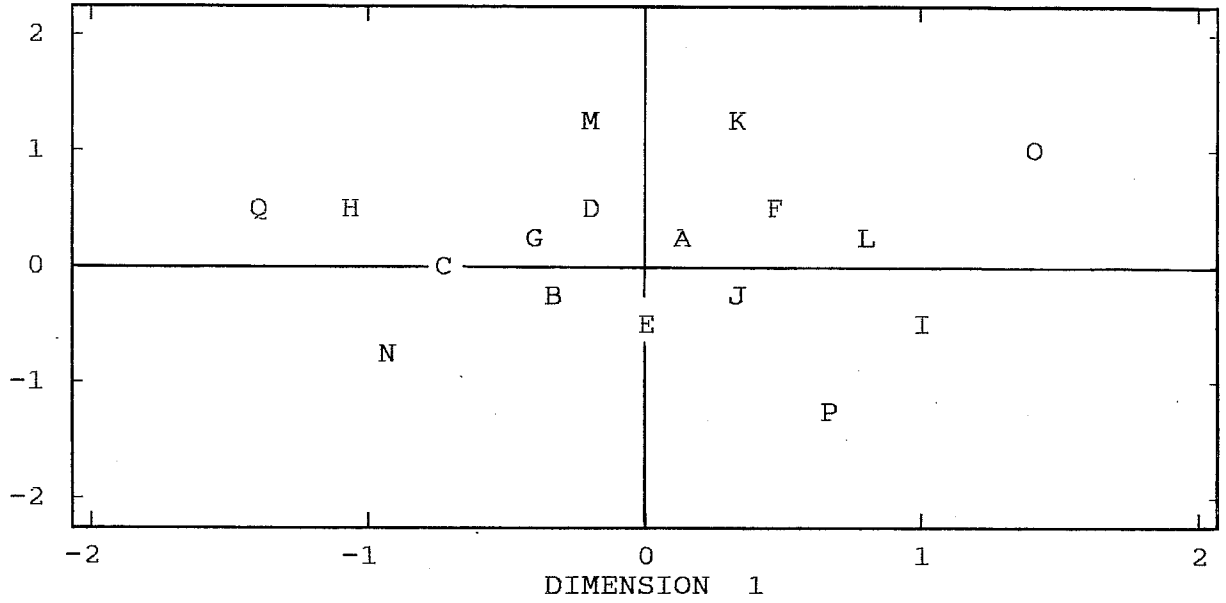


COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
		1	2
SAUDELVEL	A	.14	.00
ALICOMPL	B	-.34	-.47

CRESCER	C	-.72	-.16
CALCIO	D	-.18	.40
VITAMINA	E	.02	-.53
ALIMENTA	F	.50	.41
ALIESSEN	G	-.42	.09
CRIANCAS	H	-1.09	.31
ENERGIAS	I	1.00	-.53
BEBIDA	J	.36	-.48
DESINTOX	K	.36	1.03
AGRADAVE	L	.81	.10
CALMANTE	M	-.22	1.00
NATURAL	N	-.90	-.97
FACUTIL	O	1.41	.84
BARATO	P	.70	-1.42
IDOSOS	Q	-1.42	.43

DIMENSION 2



question 1 essai

FORMAT DE LECTURE: (4x, 10I2)

5	7	7	9	7	2	3	0	0	0	7	1	5	5	7	3
7	2	7	4	3	12	10	10	0	0	1	0	0	0	0	0
5	4	5	11	2	0	0	0	0	0	13	7	2	4	11	0
3	7	2	5	13	13	0	0	0	0	1	3	4	12	6	11
5	5	3	5	5	4	9	4	9	9	10	2	6	5	5	7

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 92

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

71.	59.	46.	67.	52.	46.	33.	32.	30.	23.
32.	31.	14.	9.	2.	3.	5.			

question 1 essai

TABLEAU DE SIMILITUDE

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi agra calm natu fac

saud*	0														
alim*	77	0													
cres*	78	63	0												
calc*	74	72	65	0											
vita*	73	65	50	73	0										
alim*	78	58	47	69	50	0									
alim*	66	57	63	63	69	45	0								
cria*	71	62	71	75	40	40	37	0							
ener*	73	63	53	60	60	43	23	30	0						
bebi*	86	73	43	73	65	65	34	17	26	0					
desi*	71	59	40	78	62	43	31	31	33	34	0				
agra*	87	61	48	70	54	54	32	25	23	56	38	0			
calm*	78	71	42	64	64	57	35	28	7	28	57	35	0		
natu*	77	77	55	77	44	22	44	44	11	33	0	22	11	0	
faci*	100	0	0	50	0	50	50	0	50	0	50	100	0	0	
bara*	100	100	33	0	33	33	33	0	33	0	0	66	0	0	
idos*	60	80	100	100	20	20	40	100	0	0	20	20	0	0	

TABLEAU DE SIMILITUDE

* bara idos

bara*	0	
idos*	0	0

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR	* Rang en %	* Valeur en °/oo	* Valeur en °/oo	*
	*	*	* dans la tranche	* cumulée	*
14	* 78	* 10	* 204	* 204	*
25	* 73	* 18	* 132	* 337	*
39	* 65	* 28	* 154	* 491	*
51	* 60	* 37	* 120	* 611	*
68	* 50	* 50	* 146	* 758	*
82	* 40	* 60	* 97	* 856	*
95	* 33	* 69	* 71	* 927	*
107	* 22	* 78	* 51	* 979	*
136	* 0	* 100	* 20	* 1000	*

ARETES DE L ARBRE

agradave	* facil-ut	RANG = 1	VALEUR = 100
saudavel	* facil-ut	RANG = 2	VALEUR = 100
crescer	* idosos	RANG = 3	VALEUR = 100
criancas	* idosos	RANG = 4	VALEUR = 100
alimento	* barato	RANG = 5	VALEUR = 100
calcio	* idosos	RANG = 6	VALEUR = 100
saudavel	* barato	RANG = 7	VALEUR = 100
saudavel	* bebida	RANG = 9	VALEUR = 86
alimento	* idosos	RANG = 10	VALEUR = 80
saudavel	* alimenta	RANG = 12	VALEUR = 78
saudavel	* calmante	RANG = 13	VALEUR = 78
calcio	* desintox	RANG = 14	VALEUR = 78
calcio	* natural	RANG = 16	VALEUR = 77
alimento	* natural	RANG = 17	VALEUR = 77
saudavel	* natural	RANG = 18	VALEUR = 77
saudavel	* energia	RANG = 21	VALEUR = 73
saudavel	* vitamina	RANG = 24	VALEUR = 73
calcio	* vitamina	RANG = 25	VALEUR = 73
vitamina	* alimento	RANG = 32	VALEUR = 69

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 100 CLIQUE = agradave facil-ut
SEUIL = 100 CLIQUE = saudavel facil-ut
SEUIL = 100 CLIQUE = crescer idosos
SEUIL = 100 CLIQUE = criancas idosos
SEUIL = 100 CLIQUE = alimento barato
SEUIL = 100 CLIQUE = calcio idosos
SEUIL = 100 CLIQUE = saudavel barato
SEUIL = 87 CLIQUE = saudavel agradave facil-ut
SEUIL = 86 CLIQUE = saudavel bebida
SEUIL = 80 CLIQUE = alimento idosos

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 80

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** crescer idosos
** criancas idosos
** alimento barato
** calcio idosos
** saudavel barato
** saudavel agradave facil-ut
** saudavel bebida
** alimento idosos

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 78 CLIQUE = saudavel crescer
SEUIL = 78 CLIQUE = saudavel alimenta
SEUIL = 78 CLIQUE = saudavel calmante
SEUIL = 78 CLIQUE = calcio desintox
SEUIL = 77 CLIQUE = saudavel alimento barato
SEUIL = 77 CLIQUE = calcio natural
SEUIL = 77 CLIQUE = saudavel alimento natural
SEUIL = 75 CLIQUE = calcio criancas idosos
SEUIL = 74 CLIQUE = saudavel calcio natural

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 74

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** crescer idosos
** saudavel agradave facil-ut
** saudavel bebida
** alimento idosos
** saudavel crescer
** saudavel alimenta

** saudavel calmante
 ** calcio desintox
 ** saudavel alimento barato
 ** saudavel alimento natural
 ** calcio crianas idosos
 ** saudavel calcio natural

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 73 CLIQUE = saudavel energia
 SEUIL = 73 CLIQUE = saudavel alimento bebida
 SEUIL = 73 CLIQUE = saudavel calcio bebida
 SEUIL = 73 CLIQUE = saudavel calcio vitamina
 SEUIL = 72 CLIQUE = alimento calcio idosos
 SEUIL = 72 CLIQUE = saudavel alimento calcio natural
 SEUIL = 72 CLIQUE = saudavel alimento calcio bebida
 SEUIL = 71 CLIQUE = saudavel calcio desintox
 SEUIL = 71 CLIQUE = crescer crianas idosos
 SEUIL = 71 CLIQUE = saudavel alimento calmante
 SEUIL = 71 CLIQUE = saudavel crescer crianas
 SEUIL = 71 CLIQUE = saudavel calcio crianas
 SEUIL = 70 CLIQUE = saudavel calcio agradave

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 70

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel agradave facil-ut
 ** saudavel alimenta
 ** saudavel alimento barato
 ** calcio crianas idosos
 ** saudavel energia
 ** saudavel calcio vitamina
 ** alimento calcio idosos
 ** saudavel alimento calcio natural
 ** saudavel alimento calcio bebida
 ** saudavel calcio desintox
 ** crescer crianas idosos
 ** saudavel alimento calmante
 ** saudavel crescer crianas
 ** saudavel calcio crianas
 ** saudavel calcio agradave

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 69 CLIQUE = vitamina alimento
 SEUIL = 69 CLIQUE = saudavel calcio alimenta
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel vitamina alimento
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel agradave barato
 SEUIL = 65 CLIQUE = saudavel calcio alimenta bebida
 SEUIL = 65 CLIQUE = crescer calcio crianas idosos
 SEUIL = 65 CLIQUE = saudavel crescer calcio crianas
 SEUIL = 65 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina calmante

SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel calcio vitamina alimento
 SEUIL = 63 CLIQUE = alimento crescer calcio idosos
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimento
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel alimento energia

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 63

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel agradave facil-ut
 ** saudavel alimento barato
 ** saudavel alimento calcio natural
 ** saudavel calcio desintox
 ** saudavel calcio agradave
 ** saudavel agradave barato
 ** saudavel calcio alimenta bebida
 ** crescer calcio criancas idosos
 ** saudavel crescer calcio criancas
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida
 ** saudavel alimento calcio vitamina calmante
 ** saudavel calcio vitamina alimento
 ** alimento crescer calcio idosos
 ** saudavel alimento crescer calcio
 ** saudavel crescer calcio alimento
 ** saudavel alimento energia

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel calcio vitamina desintox
 SEUIL = 62 CLIQUE = alimento crescer calcio criancas idosos
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio criancas
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel alimento agradave barato
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel alimento calcio agradave
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio criancas
 idosos
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina energia
 SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina desintox
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento calcio alimenta bebida
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina alimento
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio alimento
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento calcio alimenta calmante
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina desintox
 calmante

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

- ** saudavel agradave facil-ut
- ** saudavel alimento calcio natural
- ** saudavel alimento calcio vitamina bebida
- ** saudavel alimento agradave barato
- ** saudavel alimento calcio agradave
- ** saudavel alimento crescer calcio crianas idosos
- ** saudavel alimento calcio vitamina energia
- ** saudavel alimento calcio alimenta bebida
- ** saudavel alimento calcio vitamina alimento
- ** saudavel alimento crescer calcio alimento
- ** saudavel alimento calcio alimenta calmante
- ** saudavel alimento calcio vitamina desintox calmante

NOUVELLES CLIQUES

- SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento calcio bebida agradave
- SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio natural
- SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida
- SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel alimento calcio alimenta bebida
- SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio energia
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina alimenta
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina alimenta
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel calcio energia facil-ut
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel calcio alimenta agradave facil-ut
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel calcio desintox facil-ut
- SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel calcio alimento facil-ut

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

- ** saudavel alimento agradave barato
- ** saudavel alimento crescer calcio crianas idosos
- ** saudavel alimento calcio vitamina desintox calmante
- ** saudavel alimento crescer calcio natural
- ** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimento
- ** saudavel alimento crescer calcio vitamina energia
- ** saudavel alimento calcio vitamina alimenta calmante
- ** saudavel alimento calcio vitamina alimenta bebida agradave

** saudavel calcio energia facil-ut
** saudavel calcio alimenta agradave facil-ut
** saudavel calcio desintox facil-ut
** saudavel calcio alimento facil-ut

ANEXO M

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

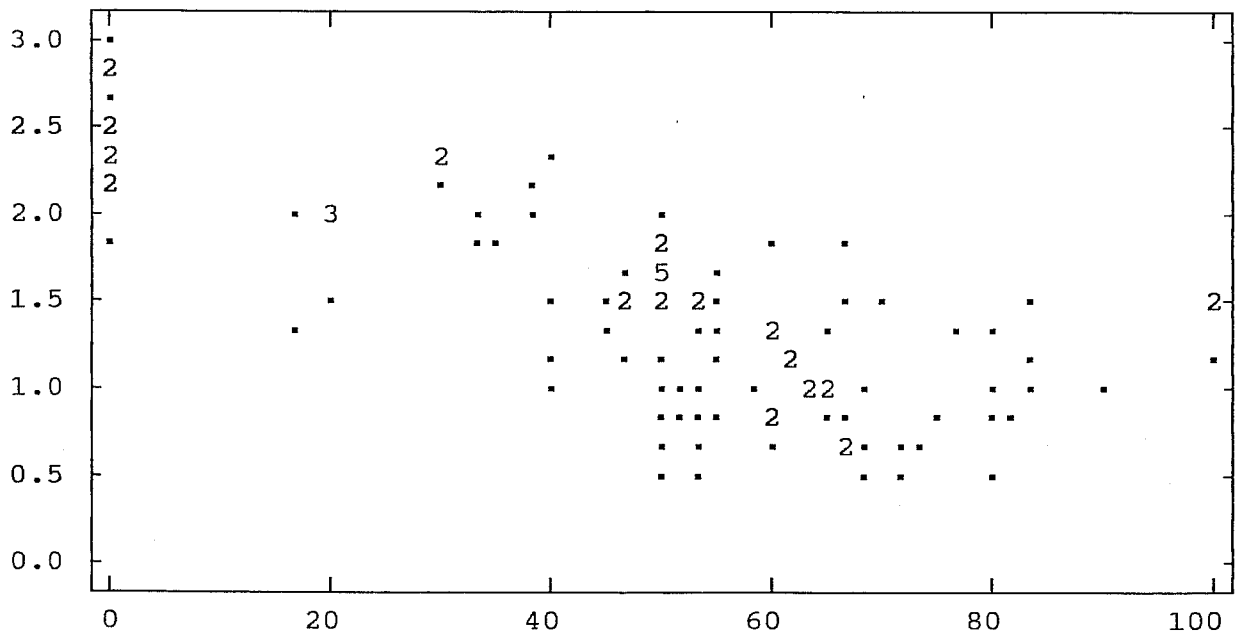
ITERATION	STRESS
0	.272
1	.253
2	.243
3	.235
4	.228
5	.223
6	.218
7	.215
8	.213
9	.212
10	.211
11	.210
12	.208
13	.207
14	.205
15	.204
16	.203
17	.202
18	.202
19	.201
20	.200
21	.200
22	.200
23	.199
24	.199
25	.199
26	.199
27	.199

IDEAS
13 = 25 ANOS

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .19882
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .75000

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

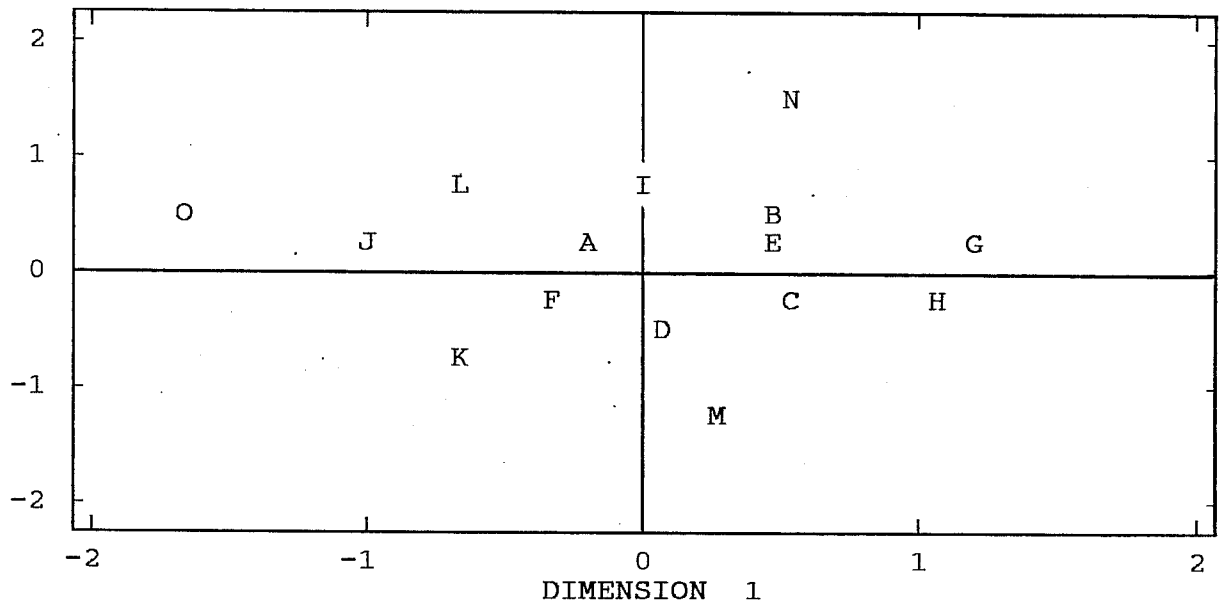


SIMILARITIES

COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
-----	-----	-----	-----
		1	2
SAUDAVEL	A	-.19	.19
ALICOMPL	B	.46	.45
CRESCER	C	.51	-.39
CALCIO	D	.06	-.75
VITAMINA	E	.45	.05
ALIMENTA	F	-.36	-.35
ALIESSEN	G	1.20	.21
CRIANCAS	H	1.05	-.26
ENERGIAS	I	.01	.57
BEBIDA	J	-.99	.16
DESINTOX	K	-.66	-.95
SABOROSO	L	-.69	.73
CALMANTE	M	.24	-1.31
NATURAL	N	.55	1.37
FACUTIL	O	-1.64	.27

DIMENSION 2



MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 3 DIMENSIONS

ITERATION	STRESS
0	.204
1	.176
2	.164
3	.158
4	.155
5	.152
6	.150
7	.148
8	.147
9	.145
10	.143
11	.142
12	.141
13	.140
14	.139
15	.138
16	.137
17	.137
18	.136
19	.136
20	.135
21	.135
22	.135
23	.135
24	.134
25	.134
26	.134
27	.134
28	.134
29	.133
30	.133
31	.133
32	.133
33	.133
34	.133
35	.132
36	.132
37	.132
38	.132
39	.132
40	.132
41	.131
42	.131
43	.131
44	.131
45	.131
46	.131
47	.131
48	.130
49	.130

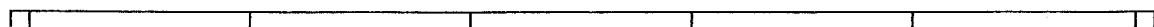
INDICES A

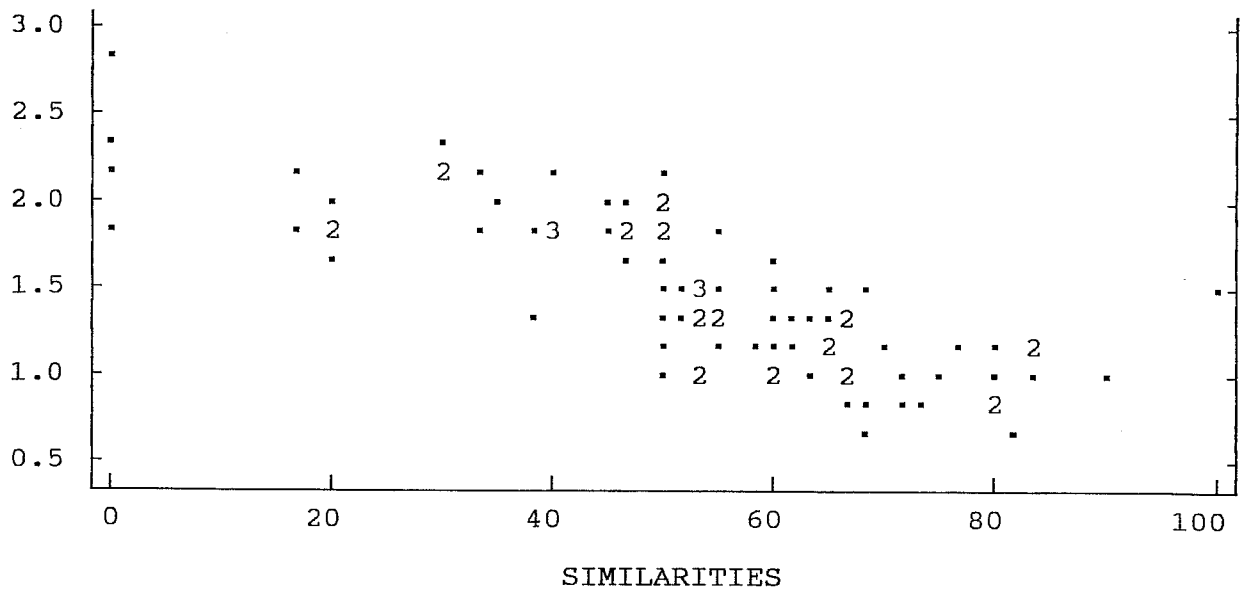
3 -
DIMENSIONS

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .13036
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .81238

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

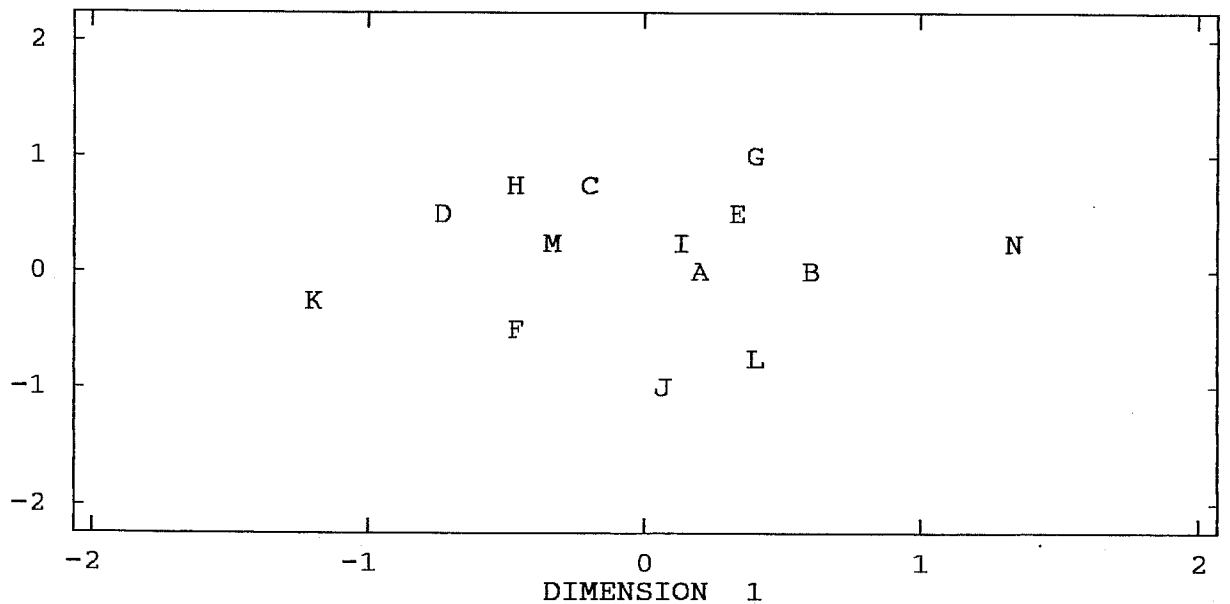




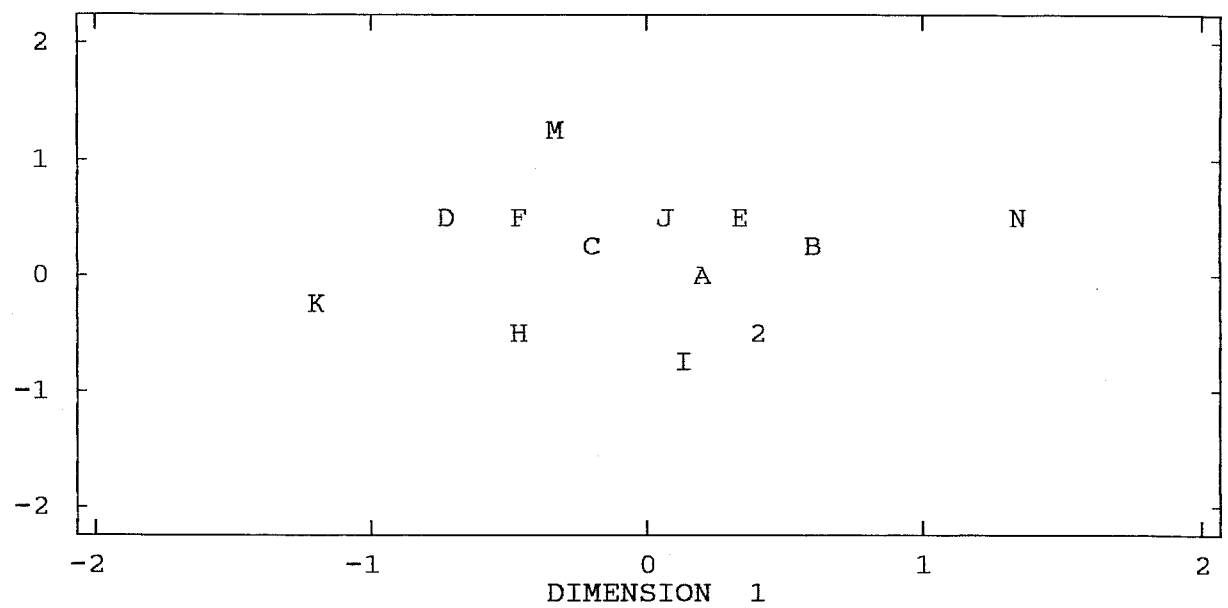
COORDINATES IN 3 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION		
-----	----	-----	-----	-----
		1	2	3
SAUDAVEL	A	.18	-.17	-.23
ALICOMPL	B	.57	-.08	.20
CRESCER	C	-.22	.63	.14
CALCIO	D	-.76	.32	.46
VITAMINA	E	.32	.39	.49
ALIMENTA	F	-.47	-.54	.26
ALIESSEN	G	.39	.88	-.61
CRIANCAS	H	-.44	.66	-.54
ENERGIAS	I	.13	.07	-.95
BEBIDA	J	.10	-1.20	.25
DESINTOX	K	-1.19	-.34	-.39
SABOROSO	L	.41	-.92	-.63
CALMANTE	M	-.35	.17	1.12
NATURAL	N	1.32	.13	.42

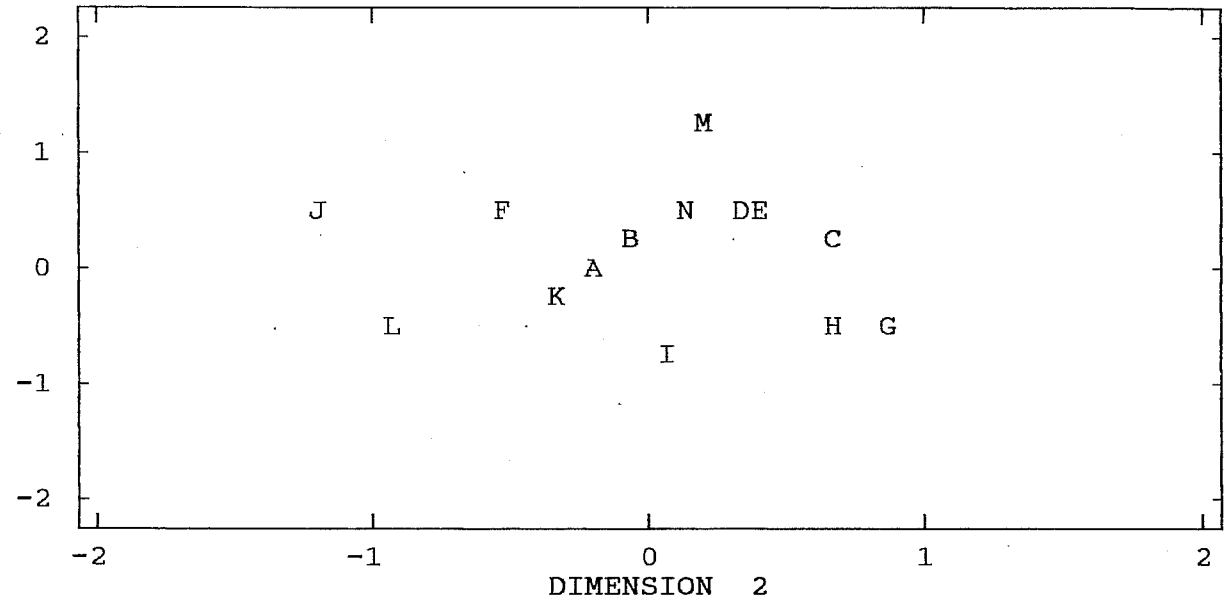
DIMENSION 2



DIMENSION 3



DIMENSION 3



question 1 essai

FORMAT DE LECTURE: (4x, 10I2)

7	9	2	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
5	4	5	11	6	0	0	0	0	0	3	2	5	13	13	0
1	3	4	12	6	11	5	0	0	0	5	3	5	4	4	9
10	6	5	0	0	0	0	0	0	0	2	10	6	13	1	0
2	12	10	5	8	8	1	11	11	11	5	9	5	0	0	0

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 56

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

42.	32.	37.	35.	29.	30.	10.	13.	31.	15.
20.	20.	6.	5.	2.					

question 1 essai

TABLEAU DE SIMILITUDE

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi sabo calm natu fac

saud*	0														
alim*	81	0													
cres*	64	59	0												
calc*	65	53	74	0											
vita*	72	68	72	65	0										
alim*	66	50	63	60	51	0									
alim*	70	60	90	50	50	50	0								
cria*	76	69	69	61	53	53	50	0							
ener*	80	54	61	45	51	53	80	53	0						
bebi*	80	66	46	46	46	66	30	30	40	0					
desi*	60	35	65	65	45	60	30	38	55	46	0				
sabo*	75	55	50	50	55	55	20	38	55	53	50	0			
calm*	50	66	83	66	83	83	33	16	16	33	50	0	0		
natu*	100	80	60	40	60	20	20	0	40	20	0	40	0	0	
faci*	100	0	0	50	0	50	0	0	50	50	50	100	0	0	

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR *	* Rang en % *	* Valeur en °/oo * dans la tranche *	* Valeur en °/oo * cumulée *
12	* 80	* 11	* 197	* 197
26	* 66	* 24	* 185	* 383
40	* 60	* 38	* 165	* 548
53	* 53	* 50	* 134	* 683

70 *	50 *	66 *	162 *	845 *
82 *	38 *	78 *	97 *	942 *
94 *	16 *	89 *	57 *	1000 *
105 *	0 *	100 *	0 *	1000 *

ARETES DE L ARBRE

saudavel *	facilida	RANG =	1	VALEUR =	100
saboroso *	facilida	RANG =	2	VALEUR =	100
saudavel *	natural	RANG =	3	VALEUR =	100
crecser *	alimento	RANG =	4	VALEUR =	90
vitamina *	calmante	RANG =	5	VALEUR =	83
crecser *	calmante	RANG =	6	VALEUR =	83
alimenta *	calmante	RANG =	7	VALEUR =	83
saudavel *	alimento	RANG =	8	VALEUR =	81
alimento *	energias	RANG =	9	VALEUR =	80
saudavel *	bebida	RANG =	10	VALEUR =	80
saudavel *	energias	RANG =	11	VALEUR =	80
saudavel *	criancas	RANG =	13	VALEUR =	76
crecser *	calcio	RANG =	15	VALEUR =	74
crecser *	desintox	RANG =	29	VALEUR =	65
calcio *	desintox	RANG =	30	VALEUR =	65

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 100 CLIQUE = saudavel facilida
SEUIL = 100 CLIQUE = saboroso facilida
SEUIL = 100 CLIQUE = saudavel natural
SEUIL = 90 CLIQUE = crescer alimento
SEUIL = 83 CLIQUE = vitamina calmante
SEUIL = 83 CLIQUE = crescer calmante
SEUIL = 83 CLIQUE = alimenta calmante
SEUIL = 81 CLIQUE = saudavel alimento
SEUIL = 80 CLIQUE = alimento energias
SEUIL = 80 CLIQUE = saudavel bebida
SEUIL = 80 CLIQUE = saudavel energias
SEUIL = 80 CLIQUE = saudavel alimento natural

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 80

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel facilida
** saboroso facilida
** crescer alimento
** vitamina calmante
** crescer calmante
** alimenta calmante
** alimento energias
** saudavel bebida
** saudavel energias
** saudavel alimento natural

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 76 CLIQUE = saudavel crianças
SEUIL = 75 CLIQUE = saudavel saboroso facilida
SEUIL = 74 CLIQUE = crescer calcio
SEUIL = 72 CLIQUE = crescer vitamina calmante
SEUIL = 72 CLIQUE = saudavel vitamina
SEUIL = 70 CLIQUE = saudavel alimento energias
SEUIL = 69 CLIQUE = crescer crianças
SEUIL = 69 CLIQUE = saudavel alimento crianças

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 69

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** crescer alimento
** alimenta calmante
** saudavel bebida

** saudavel alimento natural
 ** saudavel saboroso facilida
 ** crescer calcio
 ** crescer vitamina calmante
 ** saudavel vitamina
 ** saudavel alimento energias
 ** crescer criancas
 ** saudavel alimento criancas

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 68 CLIQUE = saudavel alimento vitamina
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel alimento bebida
 SEUIL = 66 CLIQUE = alimento vitamina calmante
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel alimenta bebida
 SEUIL = 66 CLIQUE = crescer calcio calmante
 SEUIL = 65 CLIQUE = crescer calcio vitamina calmante
 SEUIL = 65 CLIQUE = saudavel calcio vitamina
 SEUIL = 65 CLIQUE = crescer calcio desintox
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel crescer alimento
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel crescer criancas
 SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel crescer calcio vitamina

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 64

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** alimenta calmante
 ** saudavel alimento natural
 ** saudavel saboroso facilida
 ** saudavel alimento energias
 ** saudavel alimento criancas
 ** saudavel alimento vitamina
 ** saudavel alimento bebida
 ** alimento vitamina calmante
 ** saudavel alimenta bebida
 ** crescer calcio vitamina calmante
 ** crescer calcio desintox
 ** saudavel crescer alimento
 ** saudavel crescer criancas
 ** saudavel crescer calcio vitamina

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 63 CLIQUE = crescer alimenta calmante
 SEUIL = 63 CLIQUE = saudavel crescer alimenta
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel crescer alimento energias
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel crescer calcio criancas
 SEUIL = 60 CLIQUE = crescer calcio alimenta calmante
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento vitamina natural
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel crescer vitamina natural
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimenta desintox
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento alimento
 SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimento crescer criancas

SEUIL = 59 CLIQUE = alimento crescer vitamina calmante
 SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimento crescer vitamina natural
 SEUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimento crescer alimento
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento vitamina saboroso
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel crescer energias desintox
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimenta saboroso
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel energias saboroso

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 55

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel saboroso facilida
 ** saudavel alimento bebida
 ** saudavel alimenta bebida
 ** crescer calcio vitamina calmante
 ** saudavel crescer calcio vitamina
 ** saudavel crescer alimento energias
 ** saudavel crescer calcio crianas
 ** crescer calcio alimenta calmante
 ** saudavel crescer calcio alimenta desintox
 ** saudavel alimento crescer crianas
 ** alimento crescer vitamina calmante
 ** saudavel alimento crescer vitamina natural
 ** saudavel alimento crescer alimento
 ** saudavel alimento vitamina saboroso
 ** saudavel crescer energias desintox
 ** saudavel alimenta saboroso
 ** saudavel energias saboroso

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel alimento crescer alimento energias
 SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel alimento energias saboroso
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimenta crianas
 SEUIL = 53 CLIQUE = alimento crescer calcio vitamina calmante
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento bebida saboroso
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimenta bebida saboroso
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina
 crianas
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel crescer alimenta energias desintox
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimenta energias saboroso
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel crescer alimenta crianas energias
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento crescer crianas energias
 SEUIL = 51 CLIQUE = crescer calcio vitamina alimenta calmante
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel crescer calcio vitamina alimenta
 crianas
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento vitamina energias saboroso

SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento crescer vitamina crianças energias
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta energias saboroso
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel crescer vitamina alimenta crianças energias
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento alimenta bebida saboroso
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer vitamina alimenta energias saboroso
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta saboroso
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta calmante
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimenta desintox saboroso
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer alimenta energias desintox saboroso
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta alimento crianças
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer vitamina alimenta alimento crianças energias
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel calcio alimenta desintox saboroso facilida
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimenta desintox calmante
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimenta bebida saboroso facilida
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimenta energias desintox saboroso facilida

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

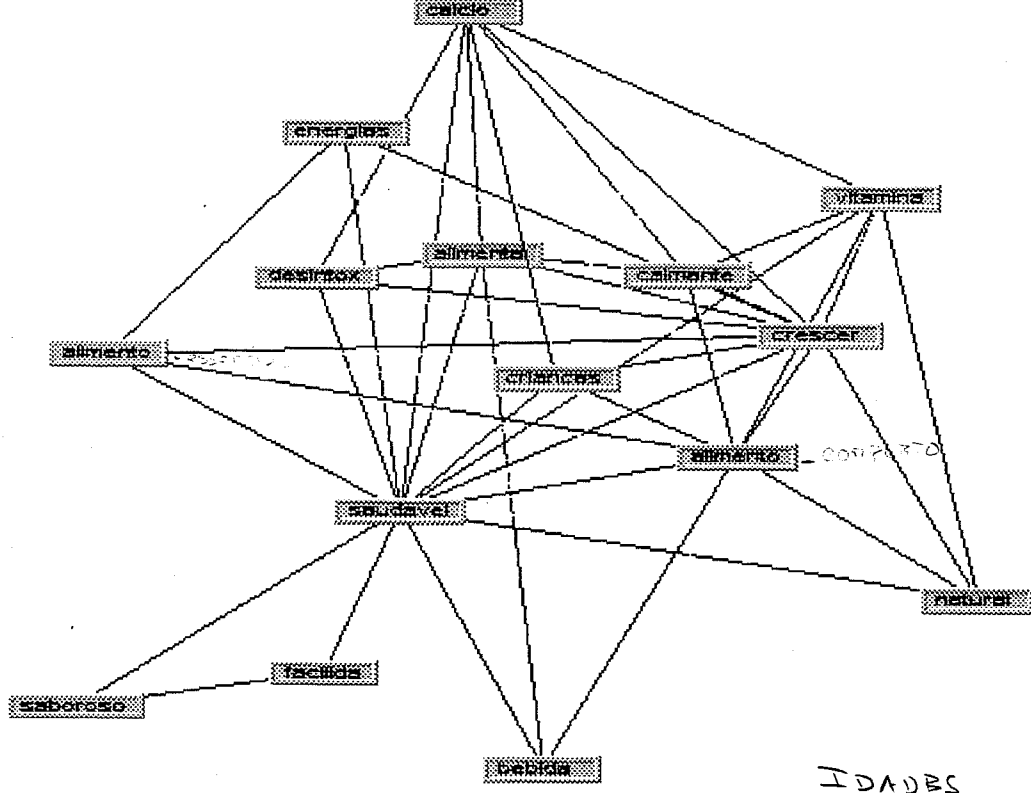
- ** saudavel alimento crescer vitamina natural
- ** saudavel alimento alimenta bebida saboroso
- ** saudavel alimento crescer vitamina alimenta energias saboroso
- ** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta saboroso
- ** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta calmante
- ** saudavel crescer calcio alimenta desintox saboroso
- ** saudavel crescer alimenta energias desintox saboroso
- ** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta alimento crianças
- ** saudavel alimento crescer vitamina alimenta alimento crianças energias
- ** saudavel calcio alimenta desintox saboroso facilida
- ** saudavel crescer calcio alimenta desintox calmante
- ** saudavel alimenta bebida saboroso facilida
- ** saudavel alimenta energias desintox saboroso facilida

NOUVELLES CLIQUES

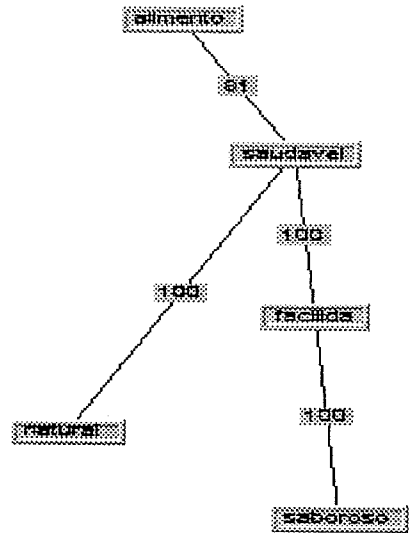
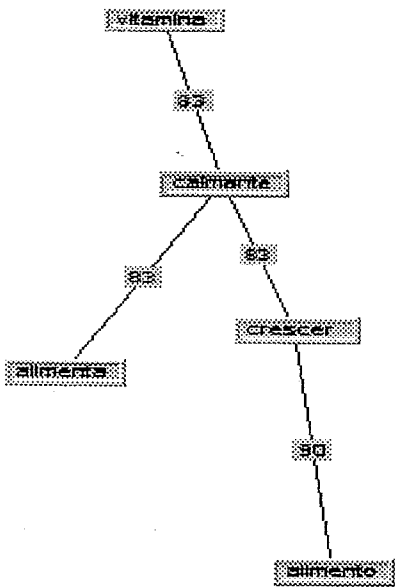
RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel alimento crescer vitamina natural
** saudavel alimento alimenta bebida saboroso
** saudavel alimento crescer vitamina alimenta energias saboroso
** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta saboroso
** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta calmante
** saudavel crescer calcio alimenta desintox saboroso
** saudavel crescer alimenta energias desintox saboroso
** saudavel alimento crescer calcio vitamina alimenta alimento crianças
** saudavel alimento crescer vitamina alimenta alimento crianças energias
** saudavel calcio alimenta desintox saboroso facilida
** saudavel crescer calcio alimenta desintox calmante
** saudavel alimenta bebida saboroso facilida
** saudavel alimenta energias desintox saboroso facilida



IDADES
13 A 25 ANOS



IDADES

13 A 25

FILTRO 80

ANEXO N

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

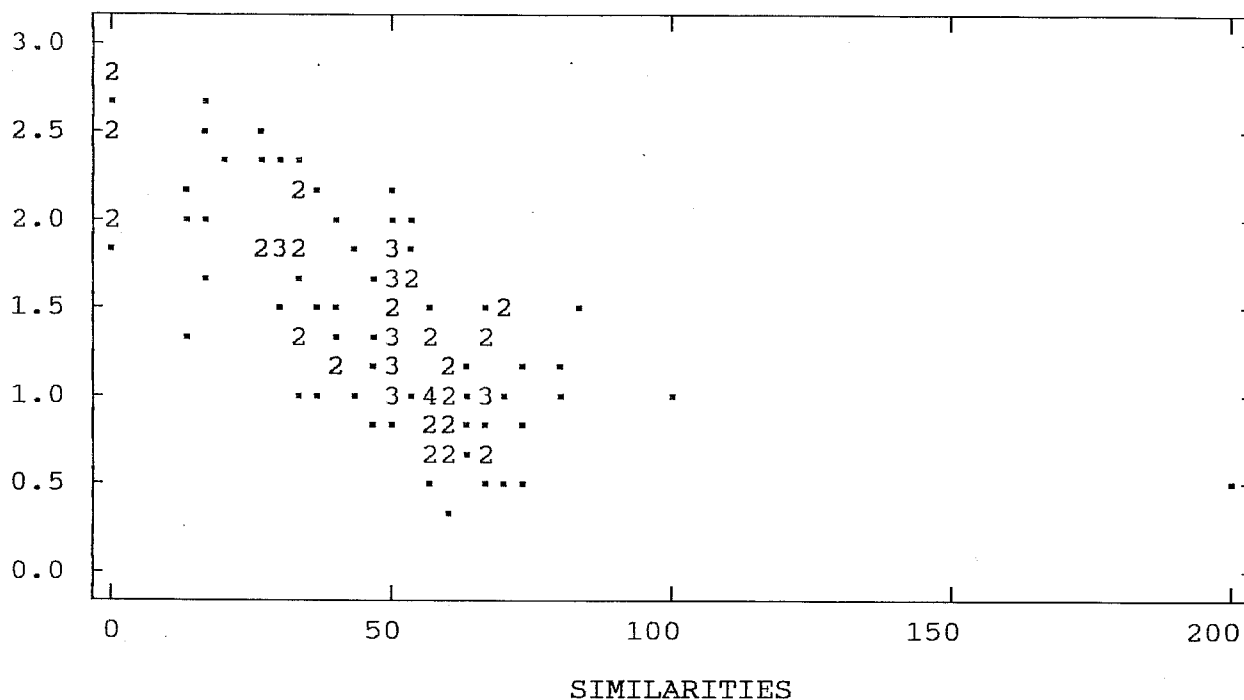
ITERATION	STRESS
0	.284
1	.253
2	.240
3	.232
4	.226
5	.222
6	.220
7	.218
8	.216
9	.215
10	.214
11	.213
12	.212
13	.211
14	.211
15	.211
16	.210
17	.210
18	.210
19	.210

7 DADES
25 A 54 ANOS

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .20984
PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .71215

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

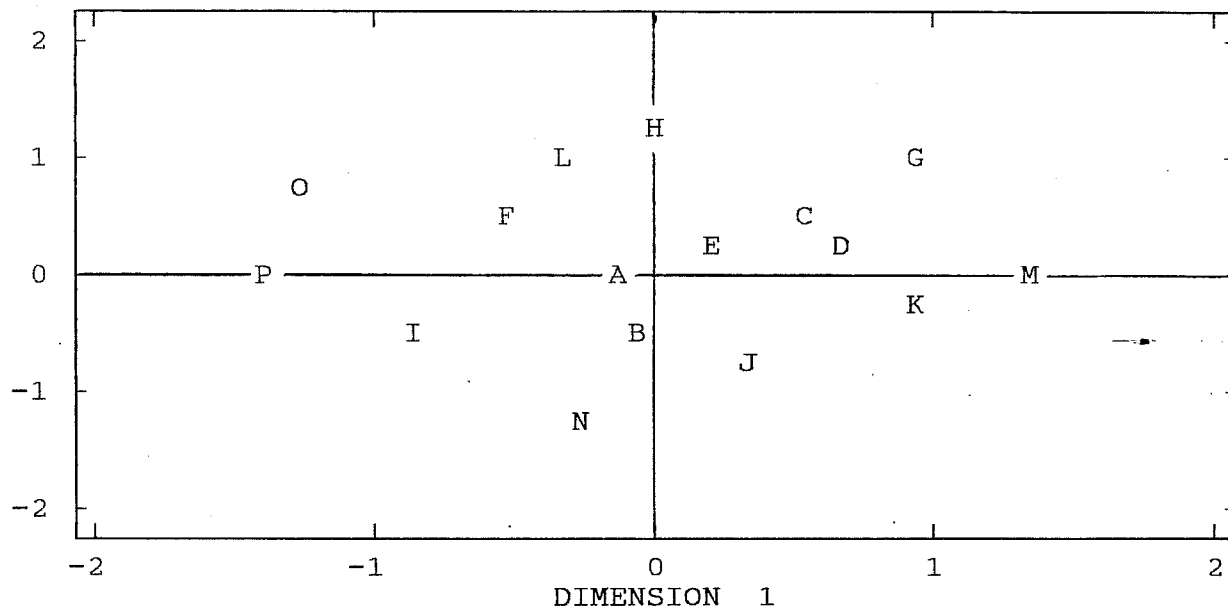


COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
SAUDEL	A	1	2
		-.13	-.04

ALICOMPL	B	-.08	-.51
CRESCER	C	.55	.48
CALCIO	D	.66	.05
VITAMINA	E	.19	.04
ALIMENTA	F	-.57	.26
ALIESSEN	G	.92	.84
ERIANCAS	H	.03	1.06
ENERGIAS	I	-.86	-.54
BEBIDA	J	.35	-.87
DESINTOX	K	.92	-.45
AGRADAVE	L	-.33	.77
CALMANTE	M	1.30	-.20
NATURAL	N	-.28	-1.41
FACILUTI	O	-1.24	.72
BARATO	P	-1.43	-.19

DIMENSION 2



MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 3 DIMENSIONS

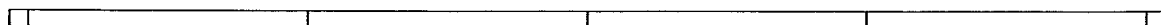
ITERATION	STRESS
0	.253
1	.202
2	.186
3	.177
4	.172
5	.169
6	.166
7	.165
8	.163
9	.162
10	.161
11	.160
12	.159
13	.158
14	.157
15	.156
16	.156
17	.155
18	.155
19	.154
20	.154
21	.153
22	.153
23	.152
24	.152
25	.152
26	.151
27	.151
28	.151
29	.150
30	.150
31	.149
32	.149
33	.149
34	.148
35	.148
36	.148
37	.148
38	.147
39	.147
40	.147
41	.146
42	.146
43	.146
44	.145
45	.145
46	.145
47	.145
48	.144
49	.144

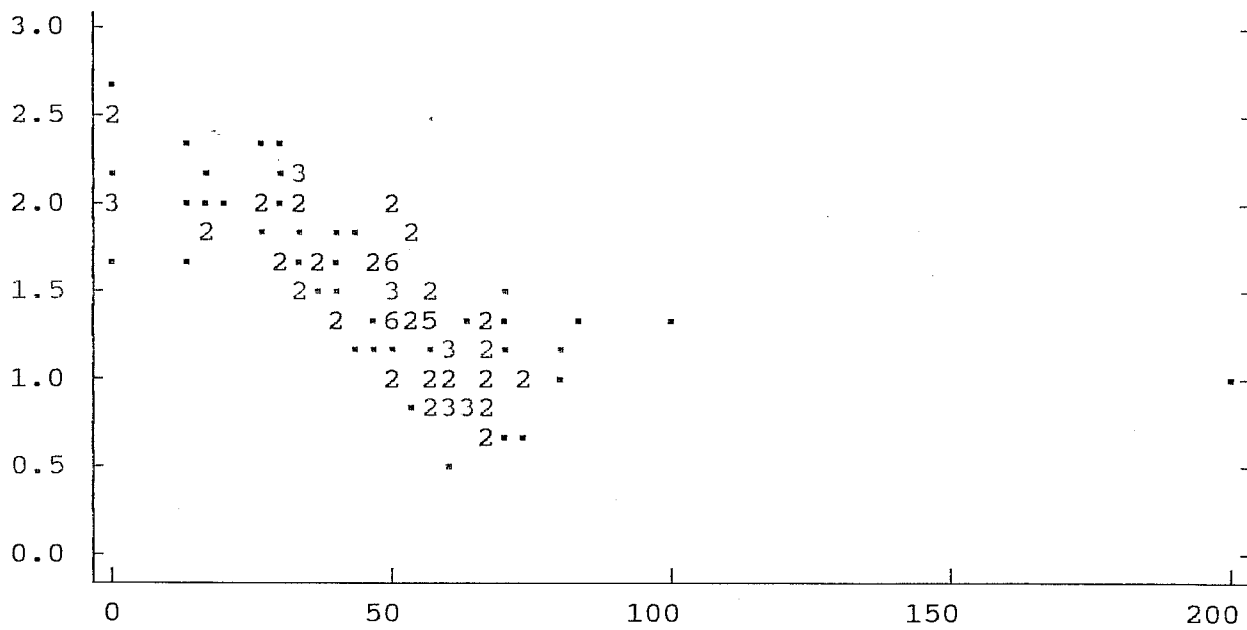
STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .14415

PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .79795

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES



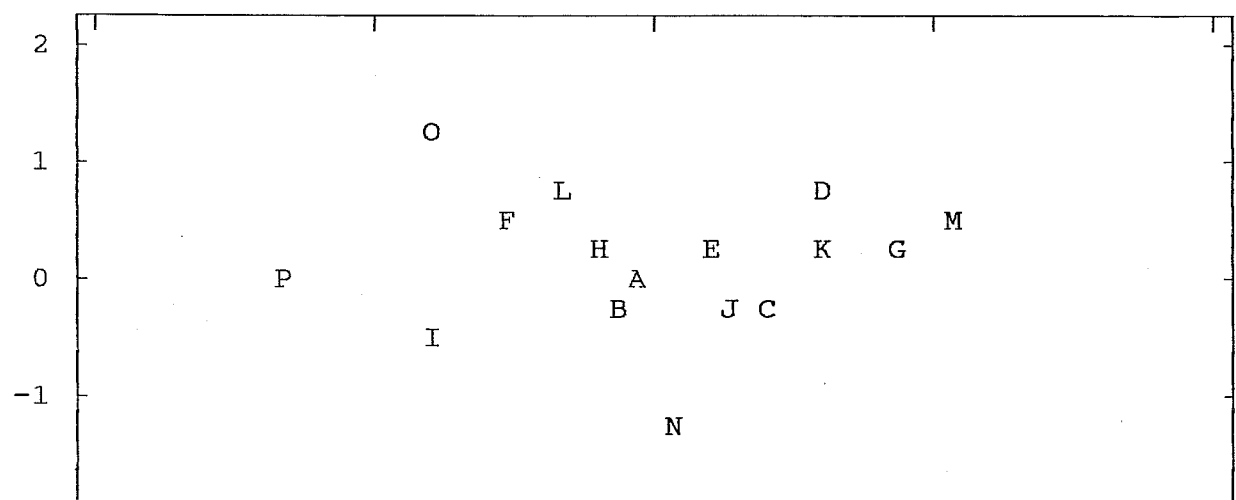


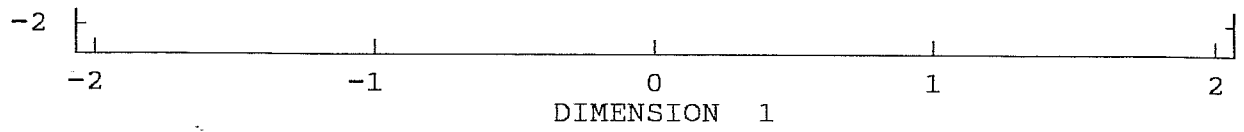
SIMILARITIES

COORDINATES IN 3 DIMENSIONS

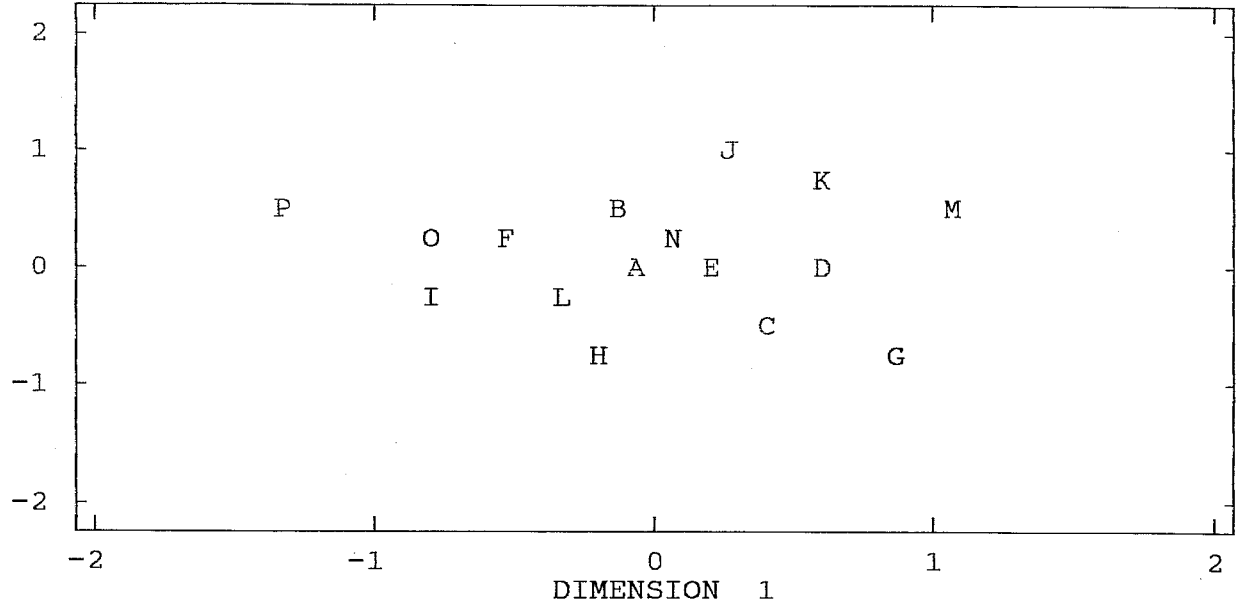
VARIABLE	PLOT	DIMENSION		
		1	2	3
SAUDAVEL	A	-.07	-.24	-.13
ALICOMPL	B	-.16	-.26	.49
CRESCER	C	.43	-.49	-.64
CALCIO	D	.63	.53	-.02
VITAMINA	E	.22	.10	-.05
ALIMENTA	F	-.54	.36	.18
ALIESSEN	G	.88	.11	-.78
CRIANÇAS	H	-.18	.14	-1.00
ENERGIAS	I	-.80	-.72	-.35
BEBIDA	J	.24	-.42	.86
DESINTOX	K	.63	.23	.73
AGRADAVE	L	-.33	.71	-.36
CALMANTE	M	1.09	.31	.44
NATURAL	N	.05	-1.37	.12
FACILUTI	O	-.77	1.14	.18
BARATO	P	-1.31	-.11	.33

DIMENSION 2

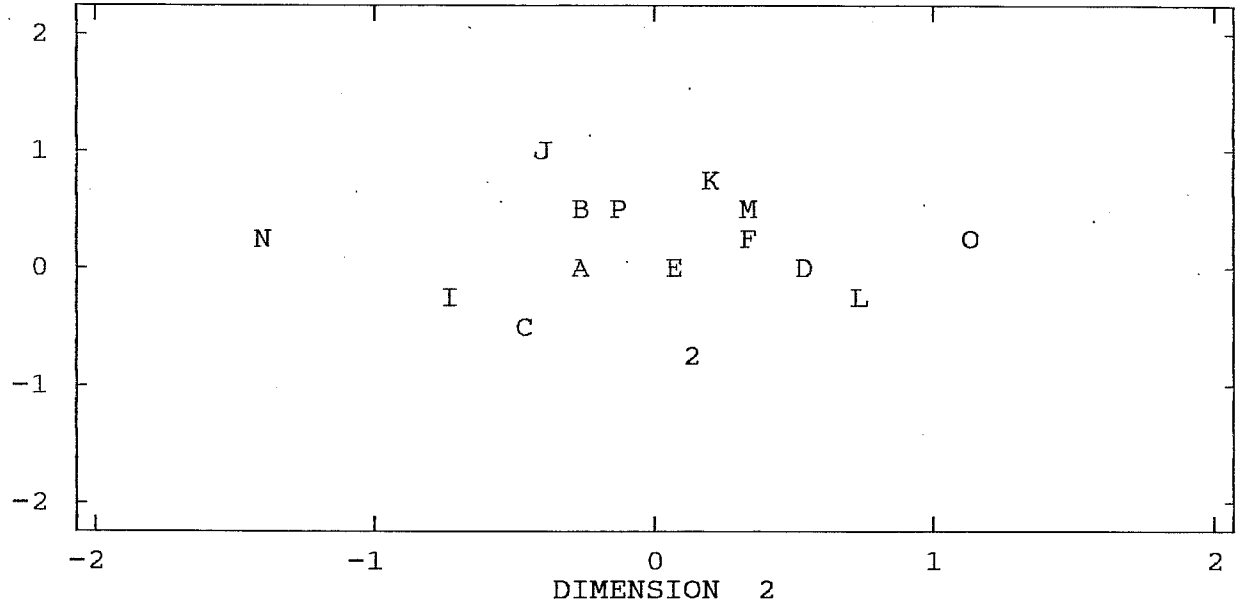




DIMENSION 3



DIMENSION 3



question 1 essai

FORMAT DE LECTURE: (4x, 10I2)

7	1	5	5	7	3	4	12	13	13	2	4	3	12	10	12
13	12	7	2	4	11	0	0	0	0	2	7	3	12	10	13
4	6	5	5	0	0	0	0	0	0	2	4	4	4	7	0
1	6	7	3	12	0	0	0	0	0	4	12	6	0	0	0
14	14	2	6	0	0	0	0	0	0	10	9	1	11	5	3

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 74

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

48.	41.	33.	40.	48.	43.	23.	26.	29.	21.
31.	27.	10.	6.	8.	6.				

question 1 essai

TABLEAU DE SIMILITUDE

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi agra calm natu faci

saud*	0																		
alim*	65	0																	
cres*	66	51	0																
calc*	60	55	57	0															
vita*	60	58	57	72	0														
alim*	65	53	48	45	65	0													
alim*	69	43	60	56	73	52	0												
cria*	61	46	73	50	61	57	43	0											
ener*	51	48	51	34	58	55	21	53	0										
bebi*	66	66	38	57	71	57	28	14	33	0									
desi*	64	51	51	61	80	54	39	50	31	57	0								
agra*	59	66	37	55	59	62	34	19	29	52	29	0							
calm*	40	70	50	60	80	50	40	30	30	40	70	40	0						
natu*	66	100	50	33	50	33	16	0	50	50	16	33	0	0					
faci*	50	50	25	37	50	62	12	12	50	25	25	62	0	0					
para*	66	83	33	33	50	66	0	16	50	0	16	50	0	0	3				

TABLEAU DE SIMILITUDE

* bara

*

para* 0

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR	* Rang en %	* Valeur en °/oo	* Valeur en °/oo	* *
	*	*	* dans la tranche	* cumulée	*
11	* 69	* 9	* 152	* 152	* *
22	* 64	* 18	* 130	* 283	* *
34	* 59	* 28	* 131	* 415	* *
46	* 55	* 38	* 123	* 538	* *
71	* 50	* 59	* 230	* 768	* *
82	* 39	* 68	* 85	* 854	* *
94	* 33	* 78	* 74	* 928	* *
105	* 19	* 87	* 52	* 981	* *
120	* 0	* 100	* 18	* 1000	* *

ARETES DE L ARBRE

alimento * natural	RANG = 1	VALEUR = 100
alimento * barato	RANG = 2	VALEUR = 83
vitamina * desintox	RANG = 3	VALEUR = 80
vitamina * calmante	RANG = 4	VALEUR = 80
crescer * crianças	RANG = 5	VALEUR = 73
vitamina * alimento	RANG = 6	VALEUR = 73
calcio * vitamina	RANG = 7	VALEUR = 72
vitamina * bebida	RANG = 8	VALEUR = 71
alimento * calmante	RANG = 10	VALEUR = 70
saudavel * alimento	RANG = 11	VALEUR = 69
alimento * agradave	RANG = 13	VALEUR = 66
alimenta * barato	RANG = 17	VALEUR = 66
saudavel * crescer	RANG = 18	VALEUR = 66
alimenta * facil-ut	RANG = 23	VALEUR = 62
agradave * facil-ut	RANG = 25	VALEUR = 62
vitamina * energias	RANG = 35	VALEUR = 58

** calcio vitamina
 ** vitamina bebida
 ** vitamina desintox calmante
 ** alimento calmante
 ** saudavel alimento
 ** alimento agradave
 ** saudavel crescer
 ** saudavel alimenta barato
 ** saudavel alimento bebida
 ** saudavel alimento natural
 ** saudavel alimento barato
 ** vitamina alimenta

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 64 CLIQUE = saudavel desintox
 SEUIL = 62 CLIQUE = alimenta agradave facil-ut
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel crescer crianças
 SEUIL = 61 CLIQUE = vitamina crianças
 SEUIL = 61 CLIQUE = calcio vitamina desintox
 SEUIL = 60 CLIQUE = calcio vitamina desintox calmante
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel crescer alimento
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel vitamina bebida
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel vitamina crianças
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel vitamina alimento
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel calcio vitamina desintox

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 60

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** alimento calmante
 ** alimento agradave
 ** saudavel alimenta barato
 ** saudavel alimento bebida
 ** saudavel alimento natural
 ** saudavel alimento barato
 ** alimenta agradave facil-ut
 ** saudavel crescer crianças
 ** calcio vitamina desintox calmante
 ** saudavel crescer alimento
 ** saudavel vitamina alimenta
 ** saudavel vitamina bebida
 ** saudavel vitamina crianças
 ** saudavel vitamina alimento
 ** saudavel calcio vitamina desintox

NOUVELLES CLIQUES

EUIL = 59 CLIQUE = saudavel alimento agradave
 EUIL = 59 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta agradave
 EUIL = 58 CLIQUE = vitamina energias
 EUIL = 58 CLIQUE = alimento vitamina calmante
 EUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento vitamina bebida

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL =	100	CLIQUE =	alimento natural
SEUIL =	83	CLIQUE =	alimento barato
SEUIL =	80	CLIQUE =	vitamina desintox
SEUIL =	80	CLIQUE =	vitamina calmante
SEUIL =	73	CLIQUE =	crescer crianças
SEUIL =	73	CLIQUE =	vitamina alimento
SEUIL =	72	CLIQUE =	calcio vitamina
SEUIL =	71	CLIQUE =	vitamina bebida
SEUIL =	70	CLIQUE =	vitamina desintox calmante
SEUIL =	70	CLIQUE =	alimento calmante

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 70

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** alimento natural
** alimento barato
** crescer crianças
** vitamina alimento
** calcio vitamina
** vitamina bebida
** vitamina desintox calmante
** alimento calmante

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL =	69	CLIQUE =	saudavel alimento
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel bebida
SEUIL =	66	CLIQUE =	alimento agradave
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel natural
SEUIL =	66	CLIQUE =	alimento bebida
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel barato
SEUIL =	66	CLIQUE =	alimenta barato
SEUIL =	66	CLIQUE =	saudavel crescer
SEUIL =	65	CLIQUE =	saudavel alimenta barato
SEUIL =	65	CLIQUE =	saudavel alimento bebida
SEUIL =	65	CLIQUE =	saudavel alimento natural
SEUIL =	65	CLIQUE =	saudavel alimento barato
SEUIL =	65	CLIQUE =	vitamina alimenta

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 65

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** crescer crianças
** vitamina alimento

SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento vitamina agradave
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta crianas
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel crescer vitamina crianas
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel crescer vitamina alimento
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel crescer calcio vitamina
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta bebida
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel calcio vitamina bebida desintox
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel crescer calcio vitamina alimento

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 56

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel alimenta barato
 ** saudavel alimento natural
 ** saudavel alimento barato
 ** alimenta agradave facil-ut
 ** calcio vitamina desintox calmante
 ** saudavel vitamina alimenta agradave
 ** vitamina energias
 ** alimento vitamina calmante
 ** saudavel alimento vitamina bebida
 ** saudavel alimento vitamina agradave
 ** saudavel vitamina alimenta crianas
 ** saudavel crescer vitamina crianas
 ** saudavel vitamina alimenta bebida
 ** saudavel calcio vitamina bebida desintox
 ** saudavel crescer calcio vitamina alimento

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 55 CLIQUE = vitamina alimenta energias
 SEUIL = 55 CLIQUE = alimento calcio vitamina calmante
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina agradave
 SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta bebida desintox
 SEUIL = 53 CLIQUE = vitamina alimenta crianas energias
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento alimenta barato
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta bebida
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta agradave
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta alimento
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta bebida
 SEUIL = 51 CLIQUE = alimento calcio vitamina desintox calmante
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta bebida

desintox
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio vitamina
 desintox
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta criancas energias
 SEUIL = 51 CLIQUE = saudavel crescer vitamina criancas energias

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 51

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel alimento natural
 ** alimenta agradave facil-ut
 ** saudavel crescer calcio vitamina alimento
 ** saudavel alimento alimenta barato
 ** saudavel vitamina alimenta alimento
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida agradave
 ** saudavel alimento vitamina alimenta bebida agradave
 ** alimento calcio vitamina desintox calmante
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida desintox
 ** saudavel alimento vitamina alimenta bebida desintox
 ** saudavel alimento crescer calcio vitamina desintox
 ** saudavel vitamina alimenta criancas energias
 ** saudavel crescer vitamina criancas energias

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 50 CLIQUE = alimento crescer calcio vitamina desintox
 calmante
 SEUIL = 50 CLIQUE = alimento vitamina alimenta desintox calmante
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta agradave
 barato
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento vitamina bebida natural
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer vitamina natural
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer vitamina energias natural
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta criancas desintox
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel crescer calcio vitamina criancas
 desintox
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta energias barato
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta agradave
 facil-ut
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta energias facil-ut

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel crescer calcio vitamina alimento
 ** saudavel vitamina alimenta alimento
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida agradave
 ** saudavel alimento vitamina alimenta bebida agradave
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida desintox
 ** saudavel alimento vitamina alimenta bebida desintox
 ** saudavel alimento crescer calcio vitamina desintox
 ** saudavel vitamina alimenta crianas energias
 ** saudavel crescer vitamina crianas energias
 ** alimento crescer calcio vitamina desintox calmante
 ** alimento vitamina alimenta desintox calmante
 ** saudavel alimento vitamina alimenta agradave barato
 ** saudavel alimento vitamina bebida natural
 ** saudavel alimento crescer vitamina natural
 ** saudavel crescer vitamina energias natural
 ** saudavel vitamina alimenta crianas desintox
 ** saudavel crescer calcio vitamina crianas desintox
 ** saudavel vitamina alimenta energias barato
 ** saudavel alimento vitamina alimenta agradave facil-ut
 ** saudavel vitamina alimenta energias facil-ut

NOUVELLES CLIQUES

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel crescer calcio vitamina alimento
 ** saudavel vitamina alimenta alimento
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida agradave
 ** saudavel alimento vitamina alimenta bebida agradave
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida desintox
 ** saudavel alimento vitamina alimenta bebida desintox
 ** saudavel alimento crescer calcio vitamina desintox
 ** saudavel vitamina alimenta crianas energias
 ** saudavel crescer vitamina crianas energias
 ** alimento crescer calcio vitamina desintox calmante
 ** alimento vitamina alimenta desintox calmante
 ** saudavel alimento vitamina alimenta agradave barato
 ** saudavel alimento vitamina bebida natural
 ** saudavel alimento crescer vitamina natural
 ** saudavel crescer vitamina energias natural
 ** saudavel vitamina alimenta crianas desintox
 ** saudavel crescer calcio vitamina crianas desintox
 ** saudavel vitamina alimenta energias barato
 ** saudavel alimento vitamina alimenta agradave facil-ut
 ** saudavel vitamina alimenta energias facil-ut

ANEXO 0

MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 2 DIMENSIONS

ITERATION	STRESS
0	.260
1	.242
2	.237
3	.235
4	.233
5	.232
6	.231
7	.230
8	.229
9	.228
10	.227
11	.227
12	.226
13	.225
14	.225
15	.224
16	.223
17	.223
18	.222
19	.222
20	.221
21	.221
22	.221
23	.220
24	.220
25	.219
26	.218
27	.218
28	.217
29	.217
30	.217
31	.217
32	.216
33	.216

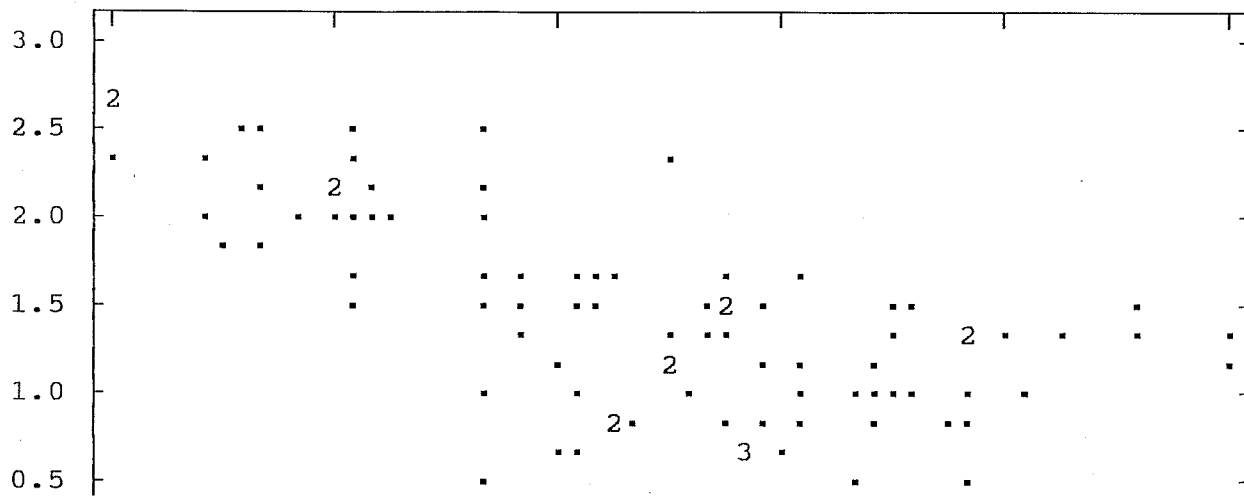
I DADS

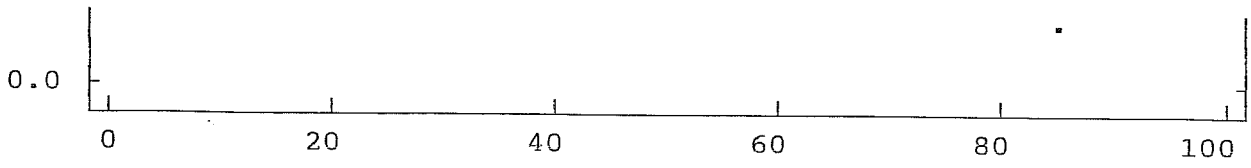
> 54 ANOS

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .21638
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .68041

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES



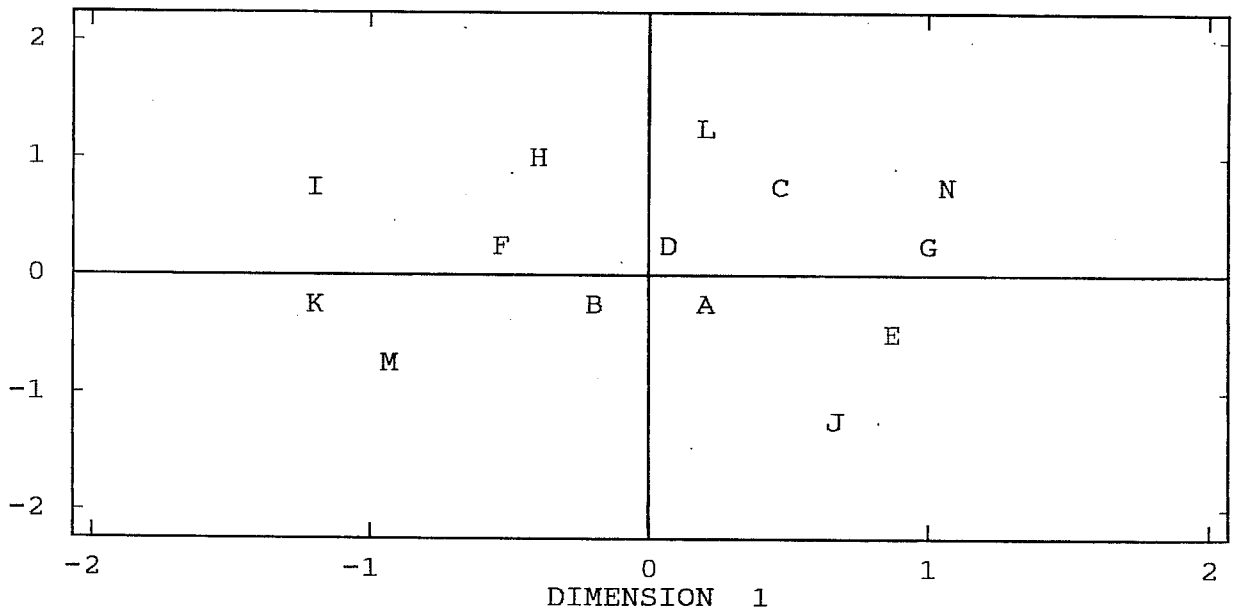


SIMILARITIES

COORDINATES IN 2 DIMENSIONS

VARIABLE	PLOT	DIMENSION	
		1	2
SAUDAVEL	A	.17	-.28
ALICOMPL	B	-.21	-.39
CRESCER	C	.44	.60
CALCIO	D	.04	.02
VITAMINA	E	.86	-.67
ALIMENTA	F	-.54	.15
ALIMESSE	G	.98	.07
CRIANCA	H	-.37	.82
ENERGIAS	I	-1.19	.60
BEBIDA	J	.64	-1.32
DESINTOX	K	-1.17	-.34
GRADAVE	L	.18	1.03
CALMANTE	M	-.91	-.94
IDOSOS	N	1.10	.64

DIMENSION 2



MONOTONIC MULTIDIMENSIONAL SCALING

MINIMIZING KRUSKAL STRESS (FORM 1) IN 3 DIMENSIONS

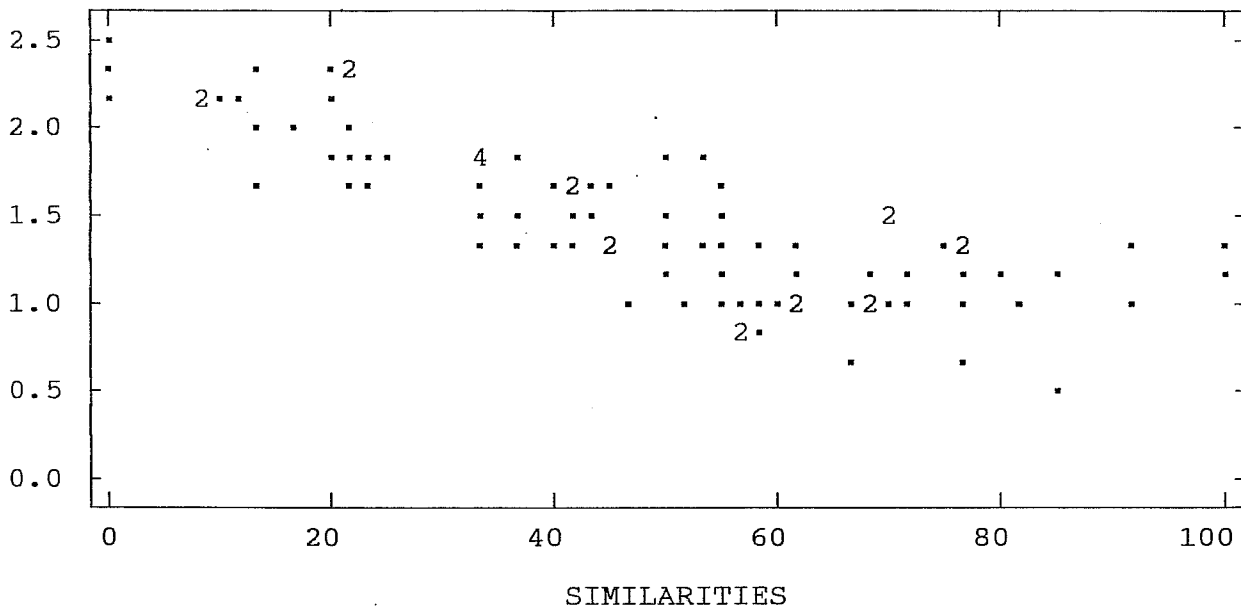
ITERATION	STRESS
0	.175
1	.156
2	.148
3	.143
4	.140
5	.137
6	.135
7	.134
8	.133
9	.132
10	.131
11	.131
12	.131
13	.131
14	.130
15	.130
16	.130
17	.130
18	.130

TABLE 2

STRESS OF FINAL CONFIGURATION IS: .12998
 PROPORTION OF VARIANCE (RSQ) IS: .81825

SHEPARD DIAGRAM

DISTANCES

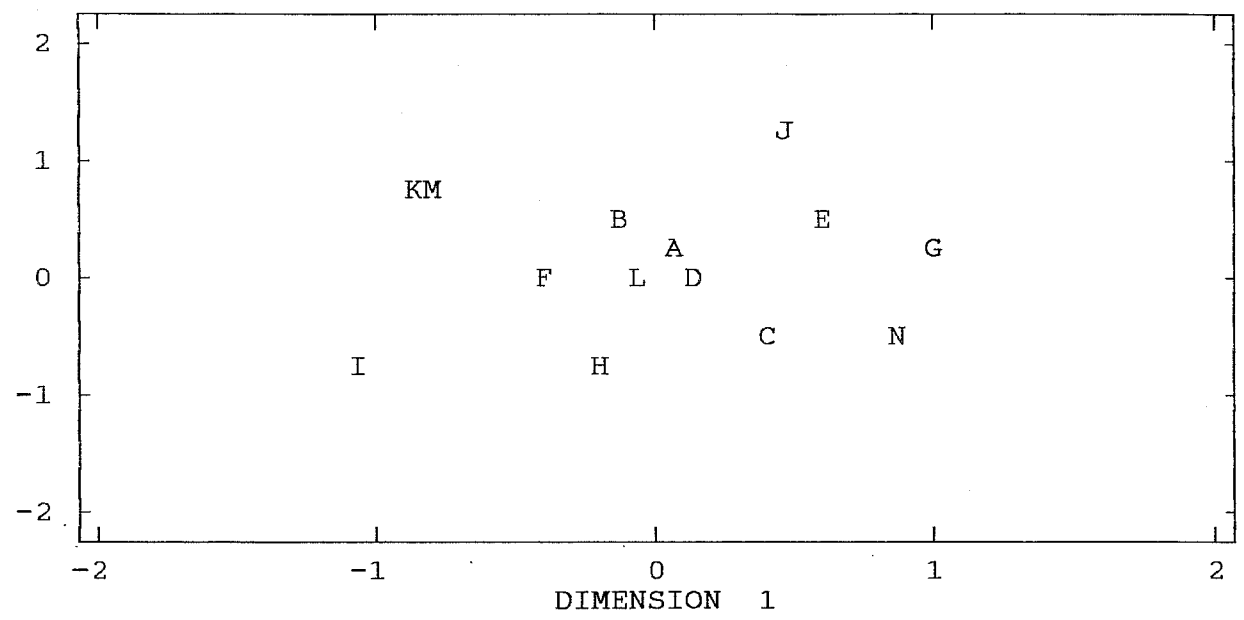


COORDINATES IN 3 DIMENSIONS

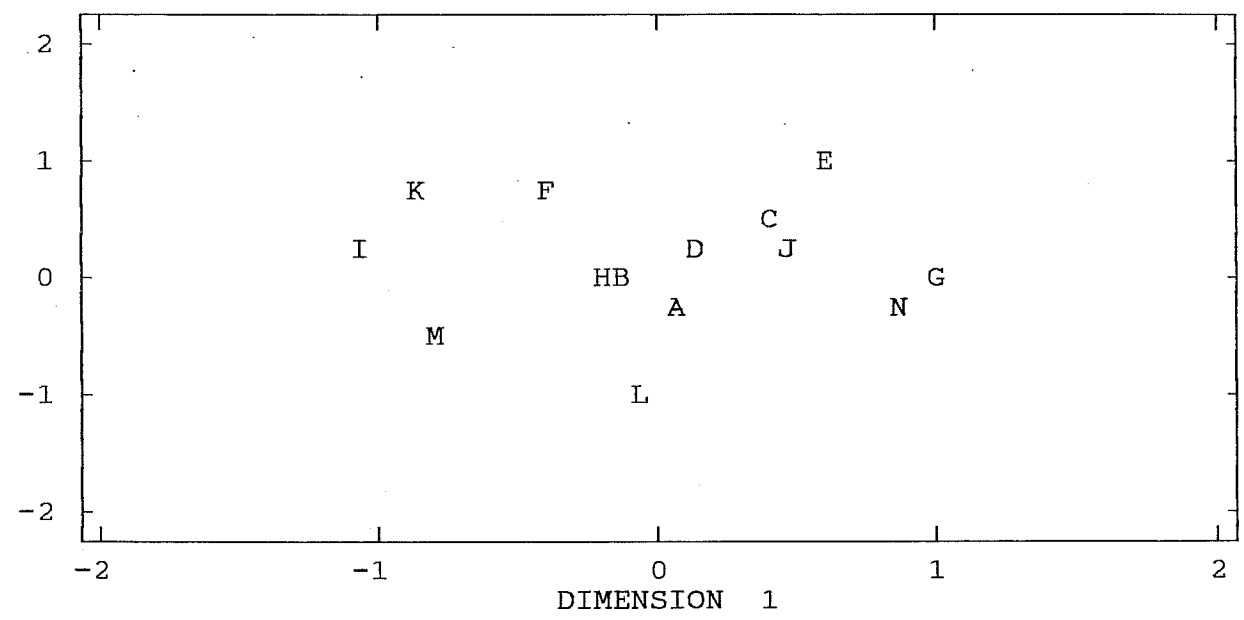
VARIABLE	PLOT	DIMENSION		
		1	2	3
SAUDAVEL	A	.08	.11	-.29
ALICOMPL	B	-.16	.49	.00
CRESCER	C	.41	-.72	.50
CALCIO	D	.11	-.07	.16
VITAMINA	E	.63	.44	.80

ALIMENTA	F	-.42	-.25	.56
ALIMESSE	G	1.03	.04	-.22
ALCRIANCA	H	-.22	-.88	-.13
ALNERGIAS	I	-1.04	-.77	.18
ALBEBIDA	J	.45	1.20	.11
ALDESINTOX	K	-.89	.51	.52
ALGRADAVE	L	-.06	-.03	-1.12
ALCALMANTE	M	-.82	.63	-.71
ALIDOSOS	N	.90	-.69	-.35

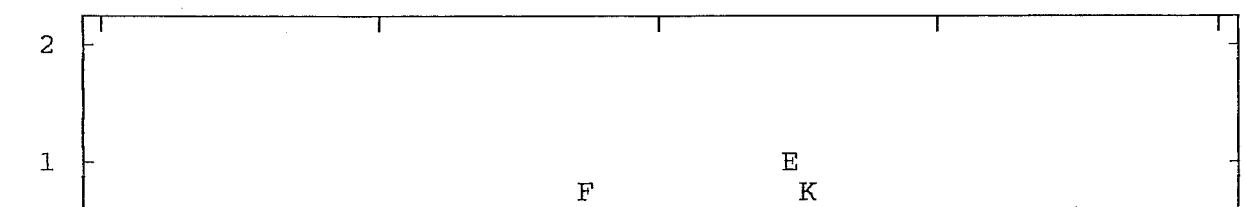
DIMENSION 2

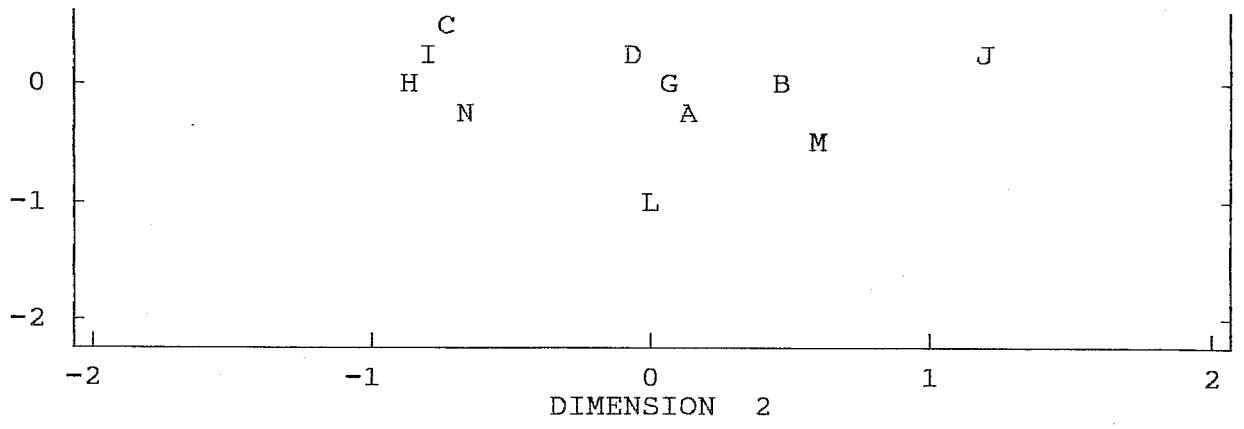


DIMENSION 3



DIMENSION 3





question 1 essai

FORMAT DE LECTURE: (4x, 10I2)

2	6	1	11	6	8	0	0	0	0	1	11	11	12	12	0
4	9	4	3	5	0	0	0	0	0	1	9	6	8	0	0
2	6	1	0	0	0	0	0	0	0	2	10	12	6	8	0
2	11	11	10	10	0	0	0	0	0	1	3	8	4	0	0
4	2	13	11	0	0	0	0	0	0	1	12	0	0	0	0

NOMBRE D ENREGISTREMENT = 42

DISTRIBUTION DES VARIABLES :

34.	27.	17.	28.	16.	23.	11.	18.	9.	9.
13.	12.	10.	7.						

question 1 essai

TABLEAU DE SIMILITUDE

* saud alim cres calc vita alim alim cria ener bebi desi agra calm idos

saud*	0													
alim*	77	0												
cres*	76	70	0											
calc*	85	66	58	0										
vita*	75	62	37	68	0									
alim*	69	60	58	56	62	0								
alim*	81	54	45	72	45	36	0							
cria*	77	50	52	61	25	61	45	0						
ener*	55	44	44	55	11	77	22	66	0					
bebi*	100	55	22	55	55	33	33	22	0	0				
desi*	92	69	23	76	23	46	9	53	33	33	0			
agra*	91	58	33	50	8	50	36	41	22	33	16	0		
calm*	80	70	20	70	10	40	20	20	33	22	40	50	0	
idos*	100	42	57	85	42	14	57	71	0	14	14	42	0	0

STATISTIQUE DES ARETES DONT LA VALEUR EST SUPERIEURES A ZERO

RANG DE L ARETE	* VALEUR *	* Rang en % *	* Valeur en %/oo * dans la tranche *	* Valeur en %/oo * cumulée *
11	* 77	* 12	* 217	* 217
21	* 69	* 23	* 165	* 383
32	* 58	* 35	* 156	* 539
42	* 53	* 46	* 127	* 667
53	* 44	* 58	* 120	* 787
69	* 33	* 75	* 135	* 922

80 *
91 *

20 *
0 *

87 *
100 *

55 *
22 *

977 *
1000 *

ARETES DE L ARBRE

audavel * idosos	RANG =	1	VALEUR =	100
audavel * bebida	RANG =	2	VALEUR =	100
audavel * desintox	RANG =	3	VALEUR =	92
audavel * agradave	RANG =	4	VALEUR =	91
audavel * calcio	RANG =	5	VALEUR =	85
calcio * idosos	RANG =	6	VALEUR =	85
audavel * alimento	RANG =	7	VALEUR =	81
audavel * calmante	RANG =	8	VALEUR =	80
audavel * alimento	RANG =	9	VALEUR =	77
audavel * crianças	RANG =	10	VALEUR =	77
alimenta * energias	RANG =	11	VALEUR =	77
audavel * crescer	RANG =	12	VALEUR =	76
audavel * vitamina	RANG =	14	VALEUR =	75

NOUVELLES CLIQUES

EUIL = 100 CLIQUE = saudavel idosos
EUIL = 100 CLIQUE = saudavel bebida
EUIL = 92 CLIQUE = saudavel desintox
EUIL = 91 CLIQUE = saudavel agradave
EUIL = 85 CLIQUE = saudavel calcio idosos
EUIL = 81 CLIQUE = saudavel alimento
EUIL = 80 CLIQUE = saudavel calmante
EUIL = 77 CLIQUE = saudavel alimento
EUIL = 77 CLIQUE = saudavel crianças
EUIL = 77 CLIQUE = alimenta energias

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 77

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel bebida
** saudavel desintox
** saudavel agradave
** saudavel calcio idosos
** saudavel alimento
** saudavel calmante
** saudavel alimento
** saudavel crianças
** alimenta energias

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 76 CLIQUE = saudavel crescer
SEUIL = 76 CLIQUE = saudavel calcio desintox
SEUIL = 75 CLIQUE = saudavel vitamina
SEUIL = 72 CLIQUE = saudavel calcio alimento
SEUIL = 71 CLIQUE = saudavel crianças idosos
SEUIL = 70 CLIQUE = saudavel calcio calmante
SEUIL = 70 CLIQUE = saudavel alimento calmante
SEUIL = 70 CLIQUE = saudavel alimento crescer
SEUIL = 69 CLIQUE = saudavel alimento desintox
SEUIL = 69 CLIQUE = saudavel alimenta

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 69

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel bebida
** saudavel agradave
** saudavel calcio idosos
** alimenta energias

** saudavel calcio desintox
 ** saudavel vitamina
 ** saudavel calcio alimento
 ** saudavel criançcas idosos
 ** saudavel calcio calmante
 ** saudavel alimento calmante
 ** saudavel alimento crescer
 ** saudavel alimento desintox
 ** saudavel alimenta

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 68 CLIQUE = saudavel calcio vitamina
 SEUIL = 66 CLIQUE = criançcas energias
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel alimento calcio calmante
 SEUIL = 66 CLIQUE = saudavel alimento calcio desintox
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina
 SEUIL = 62 CLIQUE = saudavel vitamina alimenta
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel calcio criançcas idosos
 SEUIL = 61 CLIQUE = alimenta criançcas energias
 SEUIL = 61 CLIQUE = saudavel alimenta criançcas
 SEUIL = 60 CLIQUE = saudavel alimento vitamina alimenta
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento agradave
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento crescer alimenta
 SEUIL = 58 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 58

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel bebida
 ** saudavel calcio alimento
 ** saudavel alimento calcio calmante
 ** saudavel alimento calcio desintox
 ** saudavel alimento calcio vitamina
 ** saudavel calcio criançcas idosos
 ** alimenta criançcas energias
 ** saudavel alimenta criançcas
 ** saudavel alimento vitamina alimenta
 ** saudavel alimento agradave
 ** saudavel alimento crescer alimenta
 ** saudavel alimento crescer calcio

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel calcio alimento idosos
 SEUIL = 57 CLIQUE = saudavel crescer calcio idosos
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina alimenta
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel calcio alimenta criançcas
 SEUIL = 56 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio alimenta
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel calcio alimenta criançcas energias
 SEUIL = 55 CLIQUE = saudavel alimento calcio vitamina bebida

SEUIL = 54 CLIQUE = saudavel alimento calcio alimento
 SEUIL = 53 CLIQUE = saudavel calcio crianças desintox
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel crescer calcio crianças idosos
 SEUIL = 52 CLIQUE = saudavel crescer calcio alimenta crianças

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 52

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel alimento calcio calmante
 ** saudavel alimento calcio desintox
 ** saudavel alimento agradave
 ** saudavel calcio alimento idosos
 ** saudavel alimento calcio vitamina alimenta
 ** saudavel alimento crescer calcio alimenta
 ** saudavel calcio alimenta crianças energias
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida
 ** saudavel alimento calcio alimento
 ** saudavel calcio crianças desintox
 ** saudavel crescer calcio crianças idosos
 ** saudavel crescer calcio alimenta crianças

NOUVELLES CLIQUES

SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento calcio agradave calmante
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento calcio alimenta agradave
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento calcio crianças desintox
 SEUIL = 50 CLIQUE = saudavel alimento crescer calcio alimenta
 crianças

RECAPITULATION AU SEUIL ALPHA= 50

LES CLIQUES MAXIMALES SONT :

** saudavel calcio alimento idosos
 ** saudavel alimento calcio vitamina alimenta
 ** saudavel calcio alimenta crianças energias
 ** saudavel alimento calcio vitamina bebida
 ** saudavel alimento calcio alimento
 ** saudavel crescer calcio crianças idosos
 ** saudavel alimento calcio agradave calmante
 ** saudavel alimento calcio alimenta agradave
 ** saudavel alimento calcio crianças desintox
 ** saudavel alimento crescer calcio alimenta crianças

