

Mestrinol dos Santos, Mauro Jonathan; Spers, Eduardo Eugênio; Canniatti Ponchio,
Mateus; Rocha, Thelma Valéria

HEURÍSTICAS NO CONSUMO DE SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR

Revista Brasileira de Marketing, vol. 9, núm. 1, enero-abril, 2010, pp. 40-63

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747521004>

HEURÍSTICAS NO CONSUMO DE SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR

Mauro Jonathan Mestrinol dos Santos

Doutorando em Educação pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP

E-mail: mauropbf@yahoo.co.uk (Brasil)

Eduardo Eugênio Spers

Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo – USP

Professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo – ESPM

E-mail: espers@espm.br (Brasil)

Mateus Canniatti Ponchio

Doutor em Administração pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV

Professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo – ESPM

E-mail: mponchio@espm.br (Brasil)

Thelma Valéria Rocha

Doutora em Administração Empresas pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP

Professora do Programa de Mestrado em Gestão Internacional – ESPM

E-mail: tvrocha@espm.br (Brasil)

RESUMO

Embora relevante na literatura internacional, a psicologia econômica tem sido pouco explorada no âmbito nacional. O objetivo deste estudo é preencher esta lacuna e apresentar subsídios para o melhor entendimento dos processos decisórios do consumidor, tendo como foco empírico os serviços universitários. A pesquisa de campo é baseada em situações ou cenários construídos hipoteticamente a partir de revisão de literatura sobre heurística. A coleta de dados foi dividida em duas fases e conduzida junto a estudantes universitários e profissionais do segmento educacional. Os resultados apontam indícios da presença das heurísticas nos cenários exibidos. A dificuldade em operacionalizar um método de coleta confiável para um teste conclusivo sobre a presença das heurísticas sugere que mais trabalhos em nível nacional, que explorem atividades econômicas distintas, devam ser realizados.

Palavras-chave: Heurísticas; Segmento Educacional; Serviços Universitários; Comportamento do Consumidor.

1 INTRODUÇÃO

Pesquisadores do campo da psicologia (HAMMOND; KEENEY; RAIFFA, 1998; SLOVIC et al., 2000; GIGERENZER; SELTEN, 2001; HOCH; KUNREUTHER; GUNTHER, 2001; HASTIE; DAWES, 2001) vêm estudando há algumas décadas padrões simplificadores de decisão, conhecidos como heurísticas, porque eles, em várias situações, *podem* levar as pessoas a erros sistemáticos traduzidos em decisões mal tomadas. Em outras situações, esses atalhos trabalham como auxiliares valiosos nas decisões. Este estudo considera „erro“ (perceptivo) como uma decisão tomada pelo indivíduo com ignorância aos princípios estatísticos e matemático-probabilísticos, confiando em vieses heurísticos, experiência de vida, cultura, entre outros. Esses últimos camuflam a necessidade de pensamento matemático e proporcionam ao sujeito „sensação“ de decisão acertada.

O termo *heurística* advém da área de investigação hoje conhecida como heurísticas e vieses, que a partir das décadas de 1950 e 1960 vem sendo trabalhada pela Psicologia. Desde essa época os estudiosos tentam demonstrar que os “julgamentos humanos são menos coerentes que modelos matemáticos como aquele proposto pelo Teorema de Bayes” (TONETTO et al., 2006). Em 1955 e 1956, a Teoria da Racionalidade Limitada foi desenvolvida por Herbert Simon, a qual afirmava que as soluções são encontradas pelas pessoas para primeiramente satisfazerem suas aspirações, as quais, então, simplificam a procura de solução para um problema decisório, haja vista as limitações de tempo e de trabalho mental humano (HAMMOND, 2000).

Segundo Kahneman e Tversky (1974, 1981), as pesquisas em Psicologia Experimental Cognitiva acerca da utilização de heurísticas na tomada de decisão e julgamentos datam da década de 1970. Os termos *julgamento* e *tomada de decisão* em Psicologia Cognitiva são considerados como a *avaliação de duas ou mais opções* e a *escolha realizada entre as alternativas dadas*, respectivamente, sendo essas funções independentes e complexas, mas inter-relacionadas. Entende-se que o julgamento e a tomada de decisão sejam elementos participantes da formação do contexto de desenvolvimento de uma organização. Produtos, marcas, serviços e organizações estão sujeitos a julgamentos de valor pelas pessoas, que decidem acerca de um e não de outro. Em ambientes de trabalho as decisões parecem seguir o mesmo padrão: as escolhas demandam atalhos heurísticos que influenciam a qualidade e a quantidade da tomada de decisão.

Sendo assim, seja para consumir um produto barato ou caro, para decidir acerca da confiabilidade de uma organização ou para tomar decisões no ambiente de trabalho, as pessoas fazem uso de *heurísticas*, que podem ajudar ou prejudicar a qualidade das decisões.

Hammond, Keeney e Raiffa (1998, p. 3c, tradução nossa) afirmam que “pesquisadores têm identificado uma série de falhas na forma com que pensamos ao tomar decisões”. Algumas são causadas por falhas de interpretação sensoriais como relação entre a luminosidade dos objetos e sua proximidade (quanto mais „claro“ parecer o objeto, maior a sensação de proximidade, o que ajuda na decisão em condições normais de alta luminosidade, mas pode prejudicar o julgamento se houver imprevistos como a necessidade de julgamento sobre proximidade em tempo nublado, por exemplo). Outras, que são o foco deste estudo, são cognitivas e subjetivas, como “devo jogar na loteria ou não?”. Os autores, entretanto, destacam como ponto mais crítico a invisibilidade que essas falhas apresentam. Em muitos casos, os indivíduos nem sequer percebem que estão cometendo erros básicos de julgamento. Os autores completam o argumento com o seguinte posicionamento: “porque elas estão integradas profundamente em nosso processo mental de pensamento, falhamos em reconhecê-las, mesmo quando estamos bem dentro delas” (HAMMOND; KEENEY; RAIFFA, 1998, p. 3c, tradução nossa). Afirmam ainda que os executivos acostumados a tomar decisões no dia a dia são as maiores vítimas dessas „armadilhas psicológicas“. Salientam que a melhor defesa para esses vieses é estar consciente de sua existência.

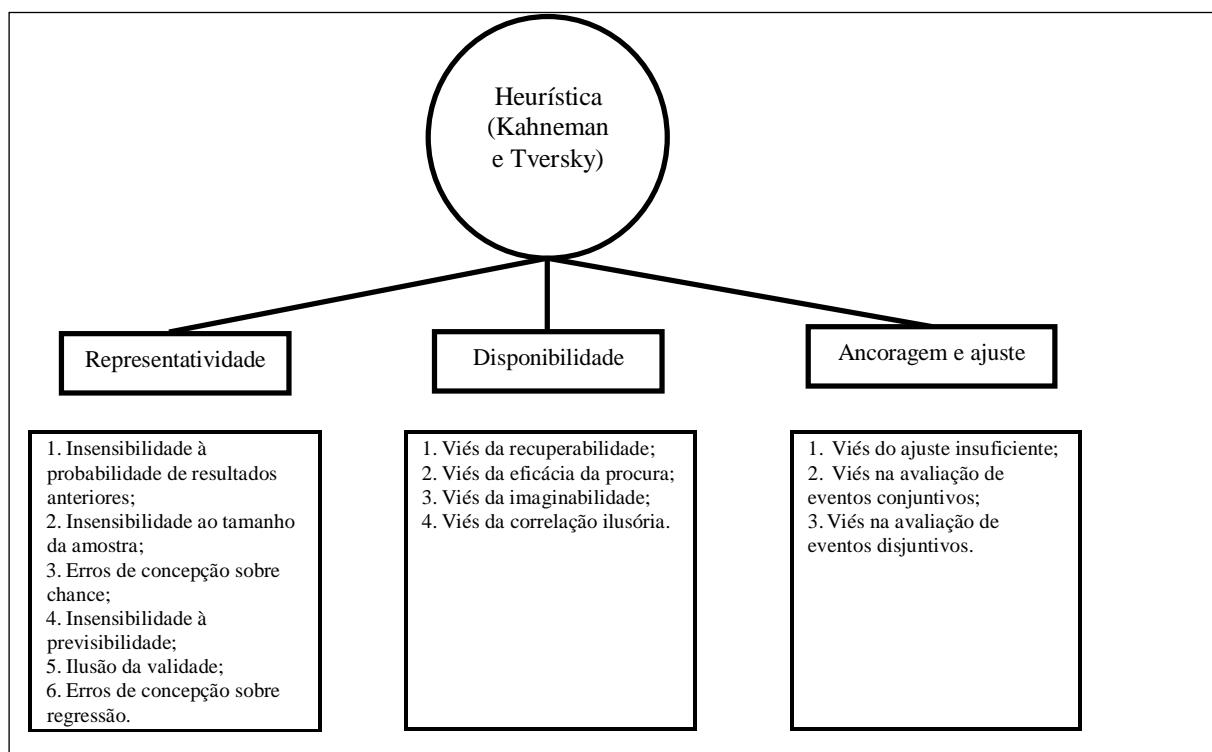
O envolvimento sistemático em vieses heurísticos pode, por um lado, proporcionar a possibilidade do acerto de decisões via heurística (intuição, experiência) e, por outro lado, promover o conhecimento de melhores alternativas que evitem os erros e armadilhas heurísticas motivando um salto de qualidade decisória e melhoria no desempenho organizacional como um todo. Kahneman e Tversky (1974) e Kahneman, Slovic e Tversky (1982) denominam de „padrões simplificadores“ a relativa automação e incorporação mental de processos pelas pessoas em situações de incerteza, quando comparados a processos mentais matemáticos e computacionais para resolução de problemas complexos. Estudiosos do campo da heurística afirmam que as pessoas se utilizam desses atalhos para se pouparem de uma „overdose“ de informações ao decidir sobre as coisas.

Kahneman e Tversky (1973, 1974, 1982, 1989), Slovic et al. (1982, 2000), e Gilovich, Griffin e Kahneman (2006), já a partir do final da década de 1960, iniciaram estudos para entender *como e por que* as pessoas utilizam atalhos mentais para a resolução de alguns problemas. A esses

atalhos Kahneman e Tversky (1974), inspirados em Simon (1957), deram o nome de *heurísticas*, subdividindo-as em *heurística da representatividade*, da *disponibilidade* e da *ancoragem e ajuste*. Os autores afirmam que a heurística é utilizada para resolver determinados problemas em situações de incerteza, contrariando o pensamento racional (PR), base da Teoria da Racionalidade (TR). Assim, é mais fácil, por exemplo, confiar em opiniões de amigos acerca da credibilidade de uma Instituição de Ensino Superior (IES) (utilizando o atalho da heurística da *representatividade*) do que buscar informações fidedignas em várias fontes avaliando a instituição com números estatisticamente representativos.

O presente trabalho aborda a influência dessas heurísticas na concepção perceptiva das pessoas, bem como suas consequências para tomada de decisão em ambientes universitários, influenciando o processo de compra do *prospect* ou uso do aluno de uma IES. As heurísticas compreendem desde o processo decisório do cliente potencial na escolha de uma IES até processos de decisões que envolvem escolhas de dirigentes, coordenadores, professores e demais intervenientes na organização.

Figura 1 - Heurísticas e seus vieses



Fonte: Adaptado de Kahneman e Tversky, 1974.

A seguir, apresenta-se uma revisão de literatura da heurística aplicada ao processo decisório em ambiente universitário. O item três descreve a metodologia e o quarto apresenta e discute os resultados. Por fim, na última seção, apresentam-se as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção descrevem-se alguns dos estudos já realizados no campo da heurística que são relevantes para o entendimento do conceito. Partindo das três heurísticas, (a) representatividade, (b) disponibilidade e (c) ancoragem e ajuste, se desdobram os vieses, que alguns autores como Hammond, Keeney e Raiffa (1998) chamam de „armadilhas“. Por questões de facilidade conceitual, „vieses“, „erros perceptivos“ e „armadilhas“ são termos considerados sinônimos neste trabalho e serão utilizados indistintamente. Considerar-se-á erros, vieses e armadilhas aquelas ocorrências mentais que ignoram as leis da probabilidade e da estatística para tomada de decisão, desrespeitando os princípios do pensamento racional (Bazerman, 2004, p. 4).

Outros autores, tais como Hammond, Keeney e Raiffa (2002), sugerem outras etapas para definirem o pensamento racional e a ausência de erros de percepção na tomada de decisões. No entanto, com frequência as pessoas se desviam de um processo de escolha e julgamento livre de vieses, ou seja, decisões puramente racionais, baseadas no pensamento lógico, estatístico, matemático e probabilístico. Simon (1957) já questionava o pensamento racional puro sugerindo uma espécie de racionalidade limitada (*bounded rationality*).

Hastie e Dawes (2001) reforçam que não há nada nessa teoria que determine *quais* desejos um tomador de decisão deve ter para se satisfazer, isto é, ela não prescreve *qual ou quais* deveriam ser as utilidades para os vários resultados. Muitos estudos se seguiram a esses primeiros e novas formulações foram propostas, questionamentos levantados e dúvidas surgiram quanto à eficácia da teoria. Esses trabalhos iniciais focaram suas atenções em questões *normativas* de como *deveriam* fazer escolhas. Posteriormente, entretanto, as pessoas começaram a se interessar por questões *descriptivas* sobre *como* os tomadores de decisão – pessoas, grupos, organizações e governos – *realmente* tomam suas decisões.

É significativo relatar os argumentos de Hastie e Dawes (2001, p. 22) em que afirmam haver boas razões para iniciar suas colocações no sentido ou na hipótese otimista de que a Teoria

Racional, a da Utilidade Esperada e a descriptiva (como as pessoas realmente se comportam) são a mesma coisa, “pois nossos hábitos decisórios têm sido „desenhados“ há milhões de anos de seleção evolutiva e, como se não fosse suficiente, formatado por uma vida toda de experiências e aprendizados”. Há, sem dúvida, pensamentos opostos entre pensadores e estudiosos do processo decisório. Por um lado, há os pensadores da racionalidade, com hipóteses racionais e normativas, “sempre acompanhadas pela noção otimista de que nos aproximamos do racional em nossos comportamentos factuais” (HASTIE; DAWES, 2001, p. 23, tradução nossa); por outro lado, há os pensadores que defendem hipóteses cognitivas e descriptivas sobre como realmente nos comportamos.

O enfoque deste trabalho corrobora com os autores no sentido de que a visão normativo-racional (*racional, normative top-down approach*) e a abordagem descriptivo-cognitivista (*cognitive, descriptive bottom-up approach*) são necessárias para se entender o ideal de racionalidade adaptativa e a realidade dos processos decisórios humanos. Porém, não coaduna com o radicalismo por vezes revelado por pensadores da teoria racional que desprezam ou ignoram por completo o conceito de racionalidade limitada.

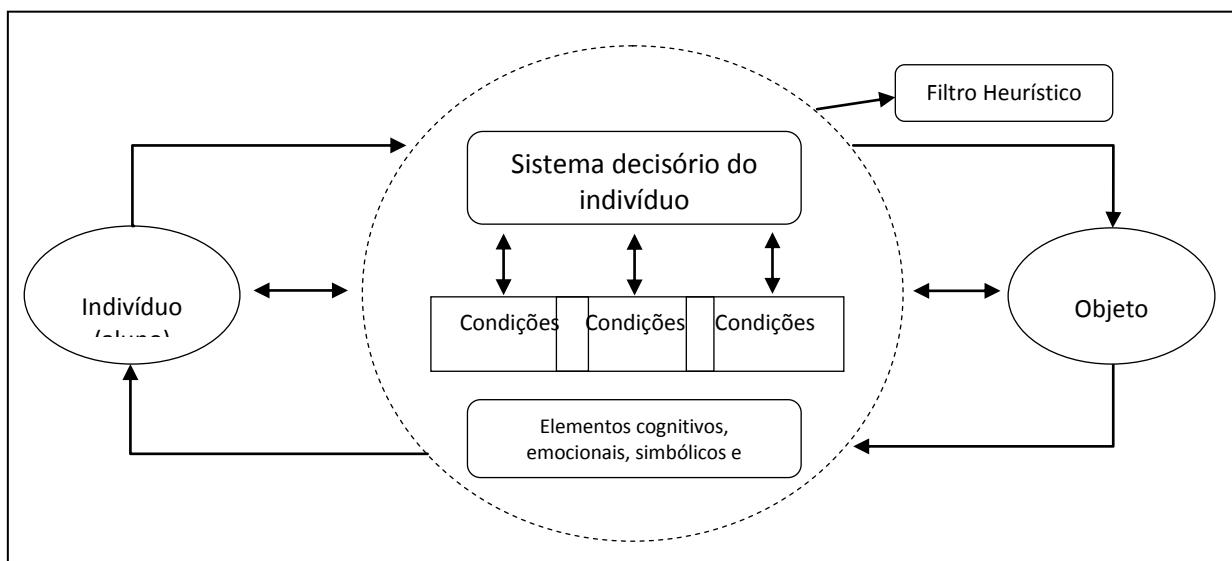
Essa racionalidade limitada não despreza os princípios básicos do pensamento racional (PR) e nem deixa de reconhecer seus méritos; porém, admite que os pensamentos puramente racionais, muitas vezes, encaixam-se no que se conhece por *ideal* no processo decisório e não propriamente se referem a situações *factuais* (que descrevem *como* as pessoas realmente tomam suas decisões). Para o pensamento racional (PR) as pessoas se utilizam de quatro critérios: (i) o PR é baseado nos bens atuais do tomador de decisão. Bens incluem não somente dinheiro, mas estado fisiológico, capacidades psicológicas, relacionamentos sociais e sentimentos; (ii) o PR é baseado nas consequências possíveis da escolha; (iii) quando essas consequências são incertas, sua probabilidade é avaliada de acordo com as regras básicas da teoria da probabilidade; (iv) uma escolha é adaptativa dentro das restrições dessas probabilidades e dos valores ou satisfações associadas com cada uma das possíveis consequências da escolha (HASTIE; DAWES, 2001).

Para simplificar as decisões, pensadores como Simon, Kahneman, Tversky e Slovic defendem a ideia de que as pessoas quase sempre empregam regras de decisões que lhes permitem usar algumas dimensões como substitutas para outras. A esse fenômeno, novamente, atribuiu-se o nome de *heurística*. *Heurística* então é uma alternativa „simplificadora“ (longe de ser uma atitude *simples* ou de *fácil execução* pela cognição humana), um atalho que se apresenta como alternativa perante os complexos cálculos mentais a serem aplicados nas tomadas de decisão de consumo em situações de incerteza.

Em outras palavras, a heurística é um processo que resulta basicamente da experiência de vida das pessoas que se utilizam da memória e dos registros que ela nos permite fazer para “driblar” a complexidade, a escassez de recurso e a pressão do tempo em tomadas de decisão (SLOVIC et al., 2000), principalmente em momentos de incerteza. Tais decisões ignoram as leis da probabilidade e da estatística (KAHNEMAN; TVERSKY, 1974) e as pessoas recorrem, em muitos momentos, à *representatividade, disponibilidade e ancoragem e ajuste* como forma de economia de esforços ao tomar decisões em cenários ou *instances* de incerteza.

Os elementos cognitivos, emocionais, funcionais e simbólicos, completam o esquema representando todos os elementos tangíveis ou intangíveis com influência direta ou indireta nas impressões acumuladas que serão geradoras de imagens específicas e globais. Por imagens específicas entendem-se aquelas formadas a partir de elementos parciais da organização. Um aluno pode ter uma imagem da IES específica, direcionada somente ao curso que estuda (administração, por exemplo), que pode ser diferente da de um aluno que estuda em outro curso, como medicina. A imagem global relaciona-se às impressões da IES como um todo (todos os cursos), o que engloba a percepção da organização de forma holística (Figura 2). Portanto, os resultados deste estudo são específicos para o segmento em análise e para a amostra em estudo, visto que o indicativo da existência de heurística não pode ser extensível para outras situações.

Figura 2 - Elementos intervenientes nas interações Indivíduo-Objeto no caso de uma IES



Fonte: Elaborado pelos autores.

3 METODOLOGIA

Três questionários foram aplicados em duas fases com base na formação de cenários, tendo como ponto de referência os construídos por diversos autores (KAHNEMAN; TVERSKY, 1974, HAMMOND; KEENEY; RAIFFA, 1998; SLOVIC et al.; 2000; BAZERMAN, 2004). Os cenários foram estudados e adaptados para encaixarem-se na realidade de educação superior. Outros foram criados com base na literatura; o alcance de pesquisa é o interior do Estado de São Paulo em 2007 e 2008.

Para a primeira fase buscou-se encontrar um ponto ótimo entre os elementos teóricos apresentados e sua tradução em contribuições empíricas que permitam o manejo das informações aqui propostas para a realidade do contexto organizacional de educação superior. Um questionário com 14 cenários foi criado e aplicado a 134 respondentes (100 graduandos do curso de Administração e 34 do Ensino Médio). Denominou-se este primeiro instrumento de „questionário inicial“.

A segunda fase envolveu a reaplicação do instrumento com o incremento das sugestões de profissionais da educação. Para contemplar as sugestões, dois questionários foram desenvolvidos a partir da adaptação do primeiro questionário e de nova consulta à literatura (HAMMOND, KEENEY; RAIFFA, 1998, por exemplo). Os dois questionários da fase 2 foram aplicados simultaneamente. O segundo questionário (primeira adaptação) foi denominado “questionário S1” e contém 27 questões sendo 14 cenários readaptados do primeiro questionário aplicado (fase 1) e 13 questionamentos extras. A segunda adaptação do questionário inicial foi denominada de „questionário S2“ e contém 29 questões sendo 14 cenários também readaptados a partir do questionário inicial (fase 1) e 15 questionamentos extras.

No questionário S1 (n=73) 41 respondentes cursam ensino médio (*prospects*) e 32 respondentes cursam ensino superior com idades variando entre 16 e 41 anos, composto de 36 homens e 37 mulheres; 33,8% possuem renda familiar abaixo de \$ 1.500,00; 53% entre \$ 1.501,00 e \$ 3.500,00; 11,3% entre \$ 3.501,00 e \$ 5.000,00 e 1,4% possui renda familiar acima de \$ 5.000,00. Cinquenta e três por cento (53%) dos *prospects* afirmaram pretender estudar em IES nos próximos 12 meses. Noventa e sete por cento (97%) moram com seus familiares e 81% afirmaram já ter obtido informações sobre curso superior este ano.

O questionário S2 (n=89) contou com 30 respondentes do ensino médio (*prospects*) e 59 respondentes do ensino superior com idades variando entre 16 e 44 anos, composto de 49 homens e

40 mulheres; 31,8% possuem renda familiar abaixo de \$ 1.500,00; 56% entre \$ 1.501,00 e \$ 3.500,00; 9,1% entre \$ 3.501,00 e \$ 5.000,00 e 2,3% possuem renda familiar acima de R\$ 5.000,00. Sessenta e um e meio por cento (61,5%) dos *prospects* pretendem estudar em IES nos próximos 12 meses e 92% afirmam morar com familiares. Dos *prospects* que responderam ao questionário, 77% já obtiveram informações sobre curso superior neste ano de 2008. Dois pré-testes foram aplicados para identificação de potenciais questões/cenários equivocados. As questões dissertativas foram idealizadas como suporte interpretativo para futuros estudos, indicando a condição de resposta do candidato no momento da resposta. Contudo, não foram consideradas na tabulação e interpretação dos dados. Somente as questões do tipo „sim“ ou „não“ e as de escalas Likert de 5 pontos (variando de pouco provável = 1 até muito provável = 5) foram computadas para tabulação.

Fonte original – base principal para construção dos cenários	Adaptação 1 baseada no contexto dos serviços universitários – Questionário 1	Adaptação 2 baseada na argumentação de especialistas – S1	Adaptação 3 com base em especialistas e resultados do questionário 1 – S2
<p>(Ancoragem e ajuste – Ajuste insuficiente da âncora / insensitivity to predictability) Uma nova empresa que opera na Internet fez recentemente sua oferta pública inicial passando a ter ações negociadas em bolsa. Na abertura, as ações foram vendidas a \$ 20,00 cada uma. O concorrente mais próximo dessa empresa tornou-se uma sociedade anônima há um ano, também ao preço de \$ 20,00 por ação. Agora o estoque de ações desse concorrente está cotado em \$100/ação. Quanto à nova empresa valerá daqui a um ano? (BAZERMAN, 2004, p. 35)</p>	<p>Cenário 6 – Uma universidade particular, em um determinado ano, apresentou o maior número absoluto de alunos no país segundo fontes governamentais; foi também avaliada por uma revista de projeção nacional como a “mais bem estruturada universidade do país”. Seu faturamento havia dobrado nos últimos anos, mesmo com oitenta por cento de seus professores mestres e doutores. Passados doze anos após o levantamento dos dados, qual probabilidade você acha de a mesma universidade registrar alto faturamento e alto lucro? Circule a alternativa mais provável em sua opinião com um círculo, variando de 1 (muito baixa probabilidade de a universidade registrar alto faturamento e lucro) a 5 (muito alta probabilidade de a universidade registrar alto faturamento e alto lucro) Nada provável 1 2 3 4 5 Muito provável</p>	<p>Cenário 6 (circule o número que indicar maior probabilidade variando de 1 (nada provável) até 5 (muito provável). Os números intermediários indicam grau intermediário de probabilidade para mais ou para menos. Uma universidade particular em um determinado ano apresentou o maior número absoluto de alunos em uma universidade do país segundo fontes governamentais; foi também avaliada por uma revista de projeção nacional como a “mais bem estruturada universidade do país”. Seu faturamento dobrou do ano anterior para o ano atual, mesmo com aumento de 50% (cinquenta por cento) no número de professores mestres e doutores. Passados dois anos após o levantamento dos dados, qual probabilidade você acha de a mesma universidade registrar alto faturamento e alto lucro? Nada provável 1 2 3 4 5 Muito provável</p>	<p>Cenário 6 (circule o número que indicar maior probabilidade variando de 1 (nada provável) até 5 (muito provável). Os números intermediários indicam grau intermediário de probabilidade para mais ou para menos. Uma universidade particular em um determinado ano apresentou o maior número absoluto de alunos em uma universidade do país segundo fontes governamentais; foi também avaliada por uma revista de projeção nacional como a “mais bem estruturada universidade do país”. Seu faturamento quadruplicou do ano anterior para o ano atual, mesmo com aumento de 70% (setenta por cento) no número de professores mestres e doutores. Passados 12 (doze) anos após o levantamento dos dados, qual probabilidade você acha de a mesma universidade registrar alto faturamento e alto lucro? Nada provável 1 2 3 4 5 Muito provável</p>

Quadro 1 - Exemplo de cenário adaptado às fases da pesquisa de campo

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na 2^a. coluna, onde se lê: Circule a alternativa... com um círculo... Favor eliminar o trecho “com um círculo”. Na 3^a.coluna, favor eliminar o trema em cinquenta.

A amostragem foi realizada por conveniência em razão das características dos consumidores necessárias à pesquisa. A unidade amostral foi a pessoa (sexo masculino ou feminino) entre 15 e 47 anos. A escolaridade dos sujeitos varia de ensino médio incompleto à graduação incompleta.

A análise foi baseada no cálculo estatístico descritivo, avaliando a frequência de resposta com potencial de viés heurístico segundo critérios de erros de percepção nas tomadas de decisão por serviços educacionais de ensino superior em situações de incerteza. Os critérios para denominação de erros heurísticos tiveram por base as violações no pensamento racional, que de alguma forma deixam de seguir os passos e definições sugeridas na literatura. A presença da heurística teve como pressuposto a resposta de mais de 50% na opção que indicasse esta situação.

Com relação aos instrumentos aplicados (questionário S1 e S2), cinco profissionais educadores da área de estatística e um da área de língua portuguesa foram consultados previamente para validação do material quanto à base estatística e sua forma redacional.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

São apresentados os resultados do cenário inicialmente desenvolvido (questionário inicial, primeira fase); em seguida o cenário correspondente já adaptado do questionário inicial (S1) e; por fim, é discutido o resultado do cenário do questionário S2. O quadro 2 traz um resumo dos resultados obtidos. Os textos dos cenários do questionário inicial podem ser consultados no Apêndice.

4.1 HEURÍSTICAS RELACIONADAS À INSENSIBILIDADE AO TAMANHO DA AMOSTRA

O texto do *primeiro cenário* buscou avaliar a heurística de *insensibilidade à probabilidade de resultados anteriores*. No questionário S1, o texto foi modificado em relação ao do questionário inicial para apontar uma situação de melhor contextualização do problema indicando que a fonte (*ver Apêndice*) é uma revista de grande circulação, além de situar o evento no tempo („passados dois meses...“). O resultado do instrumento aponta que 53% dos respondentes optaram por confiar na opinião pessoal dos amigos, desconsiderando o tamanho da amostra de uma pesquisa com 100

pessoas. Essa insensibilidade ao tamanho da amostra aponta positivamente a presença de heurística. Para sugerir certo sentido de urgência na decisão, foi informado ao aluno que as inscrições para o curso terminariam no final de semana próximo, cenário 2 (insensibilidade ao tamanho da amostra). Somente 15% dos respondentes decidiram por se matricular no curso, ignorando o dado principal no cenário que era o número de profissionais que avaliaram o curso (n=100). Com isso, 16% revelaram indiferença na decisão e 74% demonstraram baixa ou nenhuma probabilidade de se matricularem no curso. Esses percentuais indicam que a maioria dos respondentes decidiu ignorar a existência de uma amostra significativa de profissionais (100) que aprovou o curso, preferindo acreditar na opinião de três pessoas. Isso ocorre porque o fator emocional („confio em pessoas que conheço“) pode ser preponderante quando uma pessoa toma decisões. O cenário 2, do questionário S2, apresenta praticamente o mesmo texto, com apenas uma modificação no número de profissionais que avaliaram o curso (n=1.000). O intuito foi verificar se a alteração no número de profissionais que avaliaram o curso como „muito bom“ traria alguma influência na decisão pela matrícula no referido curso. Os resultados indicaram a inobservância do tamanho da amostra (12,9% se matriculariam no curso contra 63,5% que não se matriculariam; 23,5% foram indiferentes).

Cenário	Heurística	Resultado do cenário S2 da opção que indica a Heurística (maior que 50%)	Indicativo da Heurística pelo cenário S2
1	Insensibilidade à probabilidade de resultados anteriores	53%	Sim
2	Insensibilidade ao tamanho da amostra	63%	Sim
3	Erros de concepção sobre chance	55%	Sim
4	Insensibilidade à previsibilidade	53%	Sim
5	Ilusão da validade	80%	Sim
6	Erros de concepção sobre regressão	50%	Sim
7	Viés da recuperabilidade	43% (63% no S1)	Não
8	Viés da eficácia da procura	70%	Sim
9	Viés da imaginabilidade	80%	Sim
10	A falácia da conjunção e os vieses em eventos conjuntivos e disjuntivos	60%	Sim
11	Viés da correlação ilusória	60%	Sim
12	Viés do ajuste insuficiente	64%	Sim
13	Viés na avaliação de eventos conjuntivos	74%	Sim
14	Viés na avaliação de eventos disjuntivos	86%	Sim

Quadro 2 - Resumo dos Resultados obtidos nos 14 cenários

Fonte: Elaborado pelos autores.

No terceiro cenário (erros de concepção sobre chance), 74,6% acreditaram que é mais provável que a descrição se encaixe a uma universidade pública. Verificou-se, portanto, a presença do processo simplificador que é utilizado quando existe uma forte representatividade de uma situação em nossas mentes. Como algumas instituições de nível superior públicas são amplamente elogiadas na mídia, muito lembradas e valorizadas por profissionais e amigos, estão disponíveis ou em evidência na mente das pessoas (o boca a boca de que o ensino é gratuito e de qualidade, por exemplo). Neste caso ficam mais disponíveis e lembradas com mais facilidade. Esses estereótipos ganham grandes dimensões ao ponto de as pessoas associarem Instituição de Ensino Superior público com sinônimo de qualidade máxima. Nesse ínterim, ganham todas as instituições superiores públicas, inclusive aquelas com notas baixas em avaliações nacionais. O cenário S1 apresentou melhora em relação à escala, que ficou confusa no questionário inicial. A escala foi alterada para uma escolha simples entre escola de ensino superior pública e particular. Com poucas modificações, o resultado do questionário S2 apontou que 55,5% acreditam que a „excelente estrutura física, maioria dos professores mestres e doutores, provas difíceis e projeção nacional“ são características mais marcantes de uma IES pública. É importante notar que neste questionário 42,5% dos respondentes são graduandos de uma IES paga.

No cenário 4 (insensibilidade à previsibilidade), esperava-se que os respondentes escolhessem com maior frequência a resposta „muito acima de 5,3“, que se aproxima da representatividade da nota 8,5 do exemplo dado. Porém, 64,9% ou 87 dos 134 respondentes escolheram que a nota seria pouco acima de 5,3, indicando ausência de heurística para esse cenário, pelo menos da forma como foi apresentado (primeiro questionário). A escala foi alterada no questionário S1. Ao invés da utilização de uma escala Likert de 5 pontos, optou-se pela indicação simples de „menor“, „os mesmos“ ou „acima“ de 5,3. Para esse cenário 55% indicaram „acima de 5,3“, o que denota que os 8,5 sugeridos no texto podem ter servido como âncora inicial. Uma vez confirmada a âncora, confirma-se também a condição de insensibilidade ao tamanho da amostra, pois foi tirada apenas uma nota 8,5 dentre as 600 universidades. A baixa taxa de resposta ($n=48$ válidos) inviabiliza ou compromete análises mais conclusivas. O cenário 4 do questionário S2 apresentou alterações em seus números. O número de universidade saltou de 600 para 800 e os valores das notas também, a média foi de 5,3 para 4,0 e a primeira nota da primeira universidade retirada da amostra foi 6,5. Para 47,2% dos respondentes a média de notas para a amostra toda seria maior que 6,5. O texto indica que a nota média atribuída pelo MEC é de 4,0, o que impossibilita que

as notas médias sejam acima de 6,5, como indicaram os respondentes (n=89). A proposição para este cenário foi a de que as pessoas tenderiam a responder à última alternativa, como se as duas universidades variassem na mesma proporção. O resultado deste cenário ratifica a hipótese concebida, pois os respondentes não escolheram a segunda resposta, que era a correta, indicando que consideraram a mesma variabilidade para as duas universidades. Não houve adaptação correspondente para este cenário nos questionários S1 e S2, pois foi considerado complexo para o respondente entender o contexto.

No cenário 5 (ilusão da validade), a proposição levantada procurou afirmar que os respondentes escolheriam a alternativa mais mesclada por não acreditarem no “azar” de uma pessoa “ser sorteada” somente com provas difíceis. As pessoas possuem uma tendência de pensar desta forma, ignorando a condição de que qualquer resposta acima poderia ser a correta segundo a racionalidade lógica, estatística e probabilística. Mas ao contrário, pensam de forma a simplificar tais rationalidades e apresentam graus de representatividade que gostariam que ocorresse em clara alusão à influência da emoção. Os resultados deste estudo confirmaram essa condição, tendo em vista que 80,6% (questionário 1) acreditam que a segunda alternativa (1º. bimestre = difícil; 2º. bimestre = média; 3º. bimestre = média; 4º. bimestre = fácil) seria a mais provável. Houve alterações de posicionamento de palavras e inclusão dos termos „considerando curso anual“ em relação ao questionário inicial. Os resultados do S1 apontaram que 91,8% (n=46) dos respondentes escolheram bimestres variados em „difícil“, „mediano“ e „fácil“, o que sugere tendência de considerar eventos mesclados ao invés de sequenciais. O questionário S2 apresenta uma única alteração no número de alunos, para verificar se o tamanho da amostra teria algum efeito nos resultados. Para 79,8% dos respondentes (n=89) o resultado foi o mesmo dos anteriores.

O cenário 6 (erros de concepção sobre regressão) teve como proposição o fato de que os respondentes escolheriam as respostas de número quatro e cinco com maior frequência por causa da heurística da insensibilidade à previsibilidade. O grau em que a descrição é favorável é insensível à confiabilidade da descrição ou à acurácia da previsão. Não há nada que possa comprovar que os itens quatro ou cinco são mais prováveis de ocorrer que os outros. O evento está muito distante (12 anos) e a lógica impede que se possa afirmar com certeza uma tendência totalmente positiva (ou totalmente negativa) para o desempenho financeiro da instituição em questão. A heurística foi indicada por 59,4% dos respondentes, escolhendo as alternativas quatro e cinco; 45,1% escolhendo alta probabilidade e 14,3% escolhendo muito alta probabilidade. O questionário S1 apresentou

alterações no texto „seu faturamento dobrou do ano anterior para o ano atual“ (no cenário do questionário era „seu faturamento dobrou nos últimos anos“) e o percentual de mestres foi reduzido para 50%, além do prazo após o levantamento dos dados (de 12 anos anteriores para 2). Além disso, outra escala foi criada (escala Likert de 5 pontos variando entre 1 = nada provável até 5 = muito provável). O intuito dessas modificações foi o de criar uma realidade mais próxima para analisar se haveria impacto nas decisões dos respondentes em relação ao cenário do questionário inicial. A alteração na disposição da escala teve o propósito de facilitar o entendimento por parte do respondente. Para 73% (n=48) a percepção foi favorável ao sucesso da empresa ilustrada no cenário, com 28,4% na neutralidade e apenas 4,1% não acreditaram ser possível a empresa registrar alto faturamento e lucro. Para o S2 houve alterações nos números do texto. O termo „dobrou“ utilizado no S1 foi substituído por „quadruplicou“; da mesma forma os 50% foram substituídos por 70% e o tempo designado para análise do respondente voltou para 12 anos como no cenário do questionário inicial. Os resultados indicaram aumento da neutralidade por parte dos respondentes (40%), mas o padrão de resposta seguiu os resultados dos cenários anteriores, ou seja, houve pouca intenção desfavorável e alta favorabilidade, o que sugere que o cenário, conforme foi indicado, promove respostas positivas para a empresa. Apenas 8% desacreditam no sucesso da empresa enquanto 40% mostraram neutralidade e 50,5% indicam favorabilidade.

4.2 HEURÍSTICAS RELACIONADAS À DISPONIBILIDADE

No cenário 7 (viés da recuperabilidade), a proposição levantada é a de que os respondentes deveriam escolher as alternativas quatro e cinco com maior frequência, considerando que estarão recorrendo à heurística da ilusão de validade ou da correlação ilusória. Não há nenhum dado confiável que impute ao professor preferência por avaliações difíceis. O fato é que está amplamente sedimentado na mente das pessoas que professores sérios e críticos são exageradamente exigentes em suas avaliações. A descrição disponível na mente dos respondentes dessa característica de professor os levará a confiar que a avaliação a ser elaborada pelo professor será difícil. Os resultados indicaram esta proposição; dos respondentes, 65% escolheram entre as alternativas quatro e cinco; 39,4% escolheram alta, e 25,4%, muito alta probabilidade de o professor planejar uma avaliação considerada difícil. A única alteração desse cenário para o do questionário S1 foi a da escala. Os resultados apontaram que 63,5% dos respondentes (n=74) esperam do professor uma

avaliação considerada difícil, corroborando com os resultados do questionário inicial. O questionário S2 é significativamente diferente dos cenários anteriores. O contexto foi mais brando e a característica do professor foi menos séria e mais próxima dos alunos (conta piadinhas, permite conversas paralelas, etc.) com situações de tolerância e permissividade/flexibilidade. Os resultados, a partir deste contexto, apontam para um acréscimo significativo das opiniões neutras (nem provável, nem improvável, 40%) e também houve discreto aumento dos que acreditam não ser provável ou ser pouco provável que o professor elabore uma avaliação considerada difícil. Esta alteração no contexto desse cenário causou dúvidas quanto à possibilidade de o professor optar por uma avaliação mais severa, reduzindo a crença de que ele possa ser rígido. Porém, a alteração no cenário não deveria provocar alteração de opinião pelo respondente, pois não há correlação entre a atitude do professor em sala e sua preferência por uma avaliação mais ou menos difícil. Outra pergunta foi acrescida no texto do questionário S2. Foi perguntado se o respondente acreditava que esse professor pudesse lecionar em IES pública ou particular. A proposição foi a de que haveria maior probabilidade de o professor escolhido lecionar em IES particular, o que foi confirmado pelos respondentes. O cenário descrito favorece a representatividade ou estereótipo de um professor de IES particular, pelas características de ser menos sério, flexível e contar „piadinhas“ em sala de aula, algo impensável para um professor de instituição de ensino superior pública.

Acredita-se que no cenário 8 (viés da eficácia da procura), os respondentes escolheriam as alternativas de menor probabilidade (alternativas 1, 2 e 3) pelo fato de haver forte tendência de regressão à média (heurística da representatividade com viés de erros de interpretação de regressão). As pessoas acreditam que uma performance no limite não se mantém por muito tempo, ocorrendo um retorno à performance “original” ou a uma condição de “normalidade” (fortemente representativo pelo histórico apresentado, universidade durante oito anos com notas “C”). Nessa perspectiva, 66,4% dos respondentes escolheram as três primeiras (sendo 1,5% muito baixa probabilidade; 23,1%, baixa probabilidade e 41,8% média probabilidade), o que confirma a presença de vieses heurísticos na percepção de qualidade da universidade via notas em avaliações anuais por órgãos do governo. No questionário S1 a única alteração foi a da conformação textual da escala. Os resultados indicam alta taxa de neutralidade (aproximadamente 46%), 20% de improbabilidade e 34% de favorabilidade à manutenção da nota „A“ nos dois anos seguintes. Para 54% da amostra existe a alteração da nota ou manutenção dela segundo o histórico de notas apresentado durante os dez anos. No S2 ouve uma inversão das notas em relação aos cenários

anteriores. A IES vem recebendo notas altas („A“) por dez anos seguidos e depois, em um determinado ano, recebe uma nota „D“. Para 27% dos respondentes a nota baixa seria mantida para os anos seguintes e 42,5% acreditam ser pouco provável ou nada provável que a nota baixa se repita para os próximos dois anos. Esse resultado pode ter ocorrido porque é mais representativa a facilidade de recuperação quando há um histórico de sucesso (neste caso, boas notas por 10 anos) do que quando o histórico é de resultados negativos como no cenário S1. De qualquer forma, tanto respostas que indicam probabilidade de a nota se manter baixa ou de se manter alta indicam que os respondentes ignoraram o fato de que não há como prever o desempenho futuro através dos dados fornecidos no cenário. Dessa forma, 70% dos respondentes acreditam na influência do histórico na manutenção ou não das notas da instituição para os anos seguintes, o que representa um engano.

A proposição do cenário 9 (viés da imaginabilidade) avalia se haverá mais respostas voltadas à escola privada, visto que são mais recuperados na memória fatos que favorecem o respondente a imaginar que haja maior rigor na seleção de candidatos nas instituições públicas. Esse viés é dependente de eventos que possam ser recuperados pela memória e que estejam disponíveis em sua cognição. Este estudo confirmou este viés quando noventa e oito respondentes, ou 73,6% do total, responderam entre provável e muito provável de o fato ocorrer em uma universidade particular (36,8% escolheram provável e 36,8% escolheram a opção muito provável do lado da universidade particular). Este cenário apresenta uma única alteração que é a de conformação da escala (S1), para torná-la mais simplificada para o respondente. Não houve alteração textual para o cenário S2, porém, seria possível modificar a palavra „particular“ para „pública“ com o intuito de verificar se haveria impacto na decisão a partir dessa informação. Os resultados revelam o efeito da imagem de IES pública construída no imaginário das pessoas. Os resultados indicam a força do histórico positivo que as IES públicas construíram ao longo do tempo e o efeito dessa representatividade parece revelar-se no alto percentual de respondentes (79,7%) que acreditam ser mais provável o fato ocorrer em uma IES particular.

Os cenários de número 10, nos questionários S1 e S2, novas proposições são feitas a fim de verificar a falácia da conjunção e os vieses em eventos conjuntivos e disjuntivos. A falácia da conjunção consiste na condição de que „um subconjunto (...) não pode ser mais provável do que um conjunto maior que inclua completamente o subconjunto“ (BAZERMAN, 2004, p. 33). Já o viés de eventos conjuntivos e disjuntivos é explicado na argumentação de „que a probabilidade de qualquer determinado evento ocorrer (...) fornece uma âncora natural para o julgamento da probabilidade

total (KAHNEMAN; TVERSKY, 1974). Estatisticamente, a probabilidade de dois eventos independentes ocorrerem simultaneamente é menos provável que a ocorrência de um evento simples. O cenário tentou representar a condição de que se há uma alternativa com evento simples, esse deveria ser considerado o mais provável. Ademais, todas as alternativas são possíveis haja vista que as alternativas sugeridas são plenamente possíveis. Porém, neste contexto, como não há nenhum indicativo confiável que indique uma alternativa, um evento único é que deveria ser a alternativa escolhida. Os resultados revelam que uma alternativa simples (sem o termo „e“ indicativo de eventos conjuntivos, ou que devem ocorrer em conjunção com outro) foi a quarta alternativa mais escolhida com 14,7%, indicando que aproximadamente 85% ignoram os efeitos desse viés. O cenário 10 do questionário S2 manteve o texto com alteração única de „5.000“ professores para „55.000“ professores. Os resultados apontam a alternativa simples como a terceira mais escolhida, com 20%. Outro erro perceptivo que pode ter contribuído no cenário para a ocorrência do viés foi o fato do “Sr. Oliveira ter escrito muitos livros por meio de editoras conhecidas”, o que pode indicar que seu tempo de dedicação às aulas seja integral, dado o grande esforço para se escrever um livro. Esse cenário indicou 30,3% de preferência por parte do respondente. Por outro lado, ser autor de livros parece ser mais coerente com professores de IES pública na memória dos respondentes, como indicaram os resultados. Palavras „concursado“, „defende cadeira cativa“, „iniciação científica“ e „revistas científicas de grande expressão“ parecem indicar proximidade com a realidade de IES públicas na mente dos respondentes. Essa argumentação encontra ressonância no fato de que mais de 60% dos respondentes atrelaram, de alguma forma, a vida do Sr. Oliveira à realidade de uma IES pública.

A proposição, no cenário 11 (viés da correlação ilusória), objetivou afirmar que as pessoas “tendem a achar que não compensa...” por causa de uma situação de desfavorabilidade do cenário apresentado. A intenção é a de induzir o respondente a imaginar situações desfavoráveis e com isso evidenciar a existência da heurística da imaginabilidade. Essa heurística influenciou 67,2% dos 134 respondentes da amostra do primeiro questionário. Eles tendem a achar que não compensaria estudar na universidade por conta dos elementos apresentados no cenário e da imagem de desfavorabilidade. No cenário S1, o texto não apresentou quase nenhuma alteração, havendo somente o acréscimo da frase „apesar de ter condições de pagar o curso“. Os resultados demonstram que a desfavorabilidade do cenário indica que 51,4% tendem a achar que não compensa estudar na universidade contra 67,2% no questionário original. A redução pode ser

explicada pelo fato de o respondente ter evidenciado a falta de condições de pagar o curso. O cenário S2 não sofreu nenhuma alteração, mas o conceito da universidade poderia ter sido alterado para verificar se haveria alteração nas respostas por causa disso. O texto também poderia ter sido alterado (promovendo mais situações negativas) para verificar alterações nos resultados. Para 60% dos respondentes compensaria estudar na universidade. Outro dado relevante é que no questionário S2 77,5% dos respondentes já são graduandos e, portanto, é possível que tenha ocorrido alterações nas decisões por conta de já estudarem em IES paga. Outro estudo foi então necessário. Separou-se, em ambos os questionários, os respondentes graduandos dos prospects e analisaram-se os dados de forma separada. Os resultados apontam que, dos prospects do questionário S1 (n=42), 60% tendem a achar que não compensa estudar na universidade. A baixa representatividade da amostra impede análises mais aprofundadas, contudo, indicam que 56,7% dos prospects tendem a achar que compensa estudar na IES.

4.3 HEURÍSTICAS RELACIONADAS À ANCORAGEM E AJUSTE

Acreditava-se que a primeira opção, no cenário 12 (viés do ajuste insuficiente), estivesse mais disponível na mente do respondente, em consequência da maior exposição na mídia desses elementos. A mídia tem larga influência no incentivo à correlação entre bons professores (doutores), instituição de renome (reconhecida nacionalmente) e universidade pública. A correlação é ilusória porque há instituições particulares que se encaixam nessa descrição e instituições públicas que não se encaixam, e sua proporção não é conhecida pelo respondente no momento da resposta. Contudo, 64 dos 134 respondentes ou 47,8% do total afirmaram que a primeira opção é a mais representativa da realidade, ratificando a condição da presença da heurística da disponibilidade com viés da correlação ilusória no primeiro questionário. Com relação ao questionário S1 (n=70), este cenário não apresentou nenhuma adaptação ficando o texto mantido de forma integral. Os novos resultados (fase 2) para este cenário indicam que mais de 64% dos respondentes atrelam o conteúdo do cenário a IES pública. Algumas alterações ocorreram no cenário S2 com o intuito de trazer mais saliência a alguns fatores como „reputação da IES”, „parcerias”, „pesquisa” e „direção”. Os resultados para o questionário S2 (n=89) foram similares e indicam novamente representatividade da IES pública, juntamente com bons professores e boa infraestrutura. Portanto houve indicativos de que a correlação ilusória esteve presente, mesmo com o aumento de respondentes escolhendo a última opção („professores doutores, instituição de projeção e universidade privada”).

O Cenário 13 (*viés na avaliação de eventos conjuntivos*) teve como proposição que os números escritos seriam próximos aos sugeridos como âncora no cenário (questionário inicial) devido ao fato de os respondentes terem a “segurança” de, mesmo sabendo ser aleatório, partir de um valor inicial ou ponto de partida. Esse primeiro valor invariavelmente influenciará na decisão do valor da mensalidade que corresponde ao “justo” para se ter qualidade. A amostra de 134 pessoas foi composta de alunos do segundo, terceiro e quarto anos do curso de administração de uma instituição particular (no total de 104 respondentes), cujo valor da mensalidade na época da aplicação do questionário era de R\$ 306,00. Curiosamente, entre estes respondentes o valor sugerido para uma instituição de qualidade ficou sempre entre R\$ 300,00 e R\$ 500,00 (com média aritmética de R\$ 479,73). Já para o número de respondentes do ensino médio (que totalizaram 30), os números de âncora apresentaram um valor médio de R\$ 675,33. Pode-se concluir que, quando há um valor anterior ou base de valor compartilhado entre os membros de uma determinada população, o número aleatório sugerido não se efetivará como âncora ou ponto de partida. Por outro lado, se houver desconhecimento de valores-base por parte de uma população (caso dos respondentes do Ensino Médio deste instrumento), um valor aleatório sugerido tem mais chance de se efetivar como âncora. Com relação ao cenário S1, não houve alteração textual em relação ao questionário original. Os resultados gerais, computando tanto os *prospects* quanto os graduandos, indicaram números que variam entre \$ 500,00 e \$ 1.000,00, para um valor âncora sugerido de \$ 700,00 para um curso de graduação. Mais precisamente, 78,46% dos respondentes escolheram valores que estão na faixa ilustrada. No cenário S2 alterou-se os valores âncora para cima (\$ 1.200,00), ficando mais altos dos que os \$ 700,00 originais (cenário original e S1), e o texto foi inteiramente direcionado para *cursos de pós-graduação (mestrado ou doutorado)*. Os motivos dessas alterações foram o de proporcionar um cenário completamente novo, fora dos padrões de conhecimento (pelo menos aprofundado) do respondente. Os resultados para o questionário inicial haviam revelado dados interessantes quando os respondentes *graduandos* não utilizaram a âncora sugerida no cenário, substituindo-o por uma âncora mais confiável, suas próprias mensalidades (dos respondentes graduandos que estudavam em IES paga), no valor de R\$ 306,00. Os respondentes *prospects*, por sua vez, neste mesmo questionário, utilizaram-se do valor âncora sugerido no cenário. Os números gerais (graduandos + *prospects*) para o cenário 13 do questionário S2 revelam que 73,75% dos respondentes escolheram a faixa entre R\$ 800,00 e R\$ 1.500,00, o que, por si só, já é capaz de demonstrar a existência potencial do viés de ajuste insuficiente e da heurística da ancoragem e ajuste (KAHNEMAN; TVERSKY, 1974).

Seria necessário no cenário 13 um estudo que isolasse os resultados dos *prospects* e graduandos de ambos os questionários (S1 e S2), mas não foi possível dado a baixa taxa de respondentes: 26 graduandos válidos e 39 *prospects* para o questionário S1; 29 *prospects* para o questionário S2 e 51 respostas válidas para graduandos no mesmo questionário.

A título de tentativa, computaram-se os dados em que havia maior representatividade (n=51 para graduandos no questionário S2). Os valores dos resultados obtidos sugerem uma mesma tendência para os graduandos (questionário S2), tendo em vista que o valor âncora de suas mensalidades ficou inoperante uma vez que o cenário focou cursos de *pós-graduação* (*mestrado e doutorado*), tornando os valores sugeridos no cenário mais saliente e, portanto, mais relevantes. Esse contexto levou os graduandos a utilizarem a âncora sugerida no cenário (questionário S2) como um valor possível e passaram a „confiar“ neste número. É importante ressaltar que o valor âncora se aplica para casos em que nenhum outro valor conhecido do respondente possa ser considerado e utilizado como âncora. O desconhecimento de valores prévios é premissa para tomadas de decisão em situações de incerteza, da qual depende a heurística da ancoragem e ajuste com viés do ajuste insuficiente.

A literatura sugere que existe, naturalmente, uma tendência humana de subestimar eventos disjuntivos (eventos que ocorrem independentemente). Kahneman e Tversky (1974) afirmam que: “um sistema complexo tal como um reator nuclear ou o corpo humano funcionará mal se qualquer um dos seus componentes essenciais falhar (...) mesmo quando a probabilidade de fracasso de cada componente for mínima, a probabilidade de um fracasso geral pode ser alta quando estiverem envolvidos muitos componentes”. Portanto, na proposição no cenário 14 (*viés na avaliação de eventos disjuntivos*) os respondentes tenderiam a responder que conseguiram terminar o trabalho no prazo estipulado pela inobservância dos eventos disjuntivos sugerida, uma vez que 84,3% dos sujeitos responderam ser provável/muito provável terminar o trabalho no prazo (questionário inicial). O cenário S1 e o cenário S2 permaneceram inalterados em relação ao questionário inicial. Os resultados S1 apontam que 90% dos respondentes acreditam poder entregar no prazo previsto e 86,5% dos respondentes do questionário S2 dizem o mesmo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados indicam a presença de heurísticas nas decisões vinculadas ao serviço de educação. Dada a subjetividade do tema, houve limitações na estruturação de um instrumento eficiente para a mensuração empírica da heurística. As variáveis foram de difícil isolamento e questões foram descartadas. Por exemplo, houve a supressão de questões pela dificuldade em estruturar uma forma redacional que avaliasse o contexto das heurísticas. Talvez uma combinação de entrevistas em profundidade, mescladas com questionários diretivos e a construção de cenários possam ser uma saída mais adequada para abordar o tema com mais precisão.

Outra limitação, pela própria ambição do trabalho, está relacionada ao número de heurísticas trabalhadas. Vários artigos e trabalhos sobre heurística encontrados na revisão de literatura focam especificamente uma única ou algumas poucas heurísticas. Este trabalho teve a ambição de tentar reunir todas as heurísticas disponíveis na literatura e trabalhar empiricamente com elas em um contexto real, em que decisões de marketing são relevantes, como o ensino superior no Brasil. Por um lado, o trabalho ganha em amplitude, revisão da literatura e escopo, por outro lado, invariavelmente perde em profundidade, servindo de subsídio para outros trabalhos que procurem explorar este tema. Esta opção pela amplitude no trabalho se deve justamente ao fato deste tipo de abordagem ser pouco explorada no país, porém, possui elevado potencial de expansão e aplicação no conhecimento do comportamento do consumidor e nas estratégias de comunicação de marketing. A literatura sobre heurística não resolve nem adivinha problemas, mas indica tendências e explica os mecanismos psicológicos e cognitivos da decisão, intrínsecos e inerentes aos indivíduos que fazem julgamentos (tomam decisões) em momentos de incerteza. A heurística está na psique humana e é desenvolvida com a cultura, por meio da relação de experiência do ser humano com seus pares e, consequentemente, com o mundo.

Não se estuda a heurística para se livrar dela, mas para entender onde ela pode ser prejudicial ou equivocada, e onde ela auxilia as pessoas. Sua importância reside na compreensão de como se podem tirar experiências ainda mais significativas a favor do tomador de decisões, melhorando a eficiência do seu processo decisório.

Para estudos futuros, sugere-se que sejam tratados vieses heurísticos e erros de percepção no consumo, criando uma consciência (cognição) de situações preliminares (cenários) que podem levar a erros significativos em processos de julgamento em geral. Estudos menos abrangentes, mas mais aprofundados nas heurísticas aqui descritas, também podem ser conduzidos com o objetivo de

promover um melhor entendimento teórico e conceitual sobre sua influência no estudo e nas decisões de marketing.

REFERÊNCIAS

Bazerman, M. H. (2004). Processo decisório (5a ed). Rio de Janeiro: Campus.

Finucane, M. L., Alhakami, A., Slovic, P., & Johnson, S. M. (2000). The affect heuristic in judgments of risks and benefits. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13(1), p. 1-17.

Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (2006). Heuristics and biases: the psychology of intuitive judgment. New York: Cambridge University Press.

Hammond, J. S., Keeney, R. L., & Raiffa, H. (1998). The hidden traps in decision making. *Harvard Business Review*, 76(5), 47-58.

Hammond, J. S., Keeney, R. L., & Raiffa, H. (2002). Smart choices: a practical guide to making better life decisions. New York: Broadway Books.

Hammond, K. (2000). Judgment under stress. Oxford: Oxford University Press.

Hastie, R., & Dawes, R. M. (2001). Rational choice in an uncertain world: the psychology of judgment and decision making. Thousand Oaks: Sage Publications.

Kahneman, D., Slovic, P., & Tversky, A. (Eds). (1982). Judgment under uncertainty: heuristics and biases. London: Cambridge University Press.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80, 237-251.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1972). Subjective probability: a judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3, 430-454.

Simon, H. A. (1957). Models of man: social and rational. New York: Wiley.

Tonetto, L. M., Kalil, L. L., Melo, W. V., Schneider, D. D. G., & Stein, L. M. (2006). O papel das heurísticas no julgamento e na tomada de decisão sob incerteza. *Estudos de Psicologia*, 23(2), p. 181-189.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*, 76(2), p. 105-10.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1983). Extensional versus intuitive reasoning: the conjunction fallacy in probability judgement. *Psychological Review*, 90(4), 293-315.

HEURISTICS IN THE CONSUMPTION OF HIGHER EDUCATION SERVICES

ABSTRACT

Although relevant in the international literature, there are few studies on economic psychology conducted in Brazil. The objective of this study is to explore this gap and present evidence to help understand the consumer decision processes regarding the choice of higher education services. The field research is based on situations and sceneries that were built after a review of the heuristics literature. Data collection was divided in two periods and conducted among college students and higher education professionals. The results indicate presence of heuristics in the situations and sceneries investigated. The difficulty to make use of an empirically reliable instrument to measure the influence of heuristics on consumer decision processes suggest that further studies should be conducted, in Brazil, in different contexts, to confirm the results described in this study.

Keywords: Heuristics; Educational Segment; University Services; Consumer Behavior.

Data do recebimento do artigo: 07/10/2009

Data do aceite de publicação: 05/01/2010
