

Sessão 29

Estudos de memória e consciência

272

O EFEITO DE CONFIGURAÇÃO DE DILEMAS NA TOMADA DE DECISÃO DO CONSUMIDOR. *Gustavo Rohenkohl, Leandro Miletto Tonetto, Lilian Milnitsky Stein (orient.) (PUCRS).*

Os processos de julgamento e tomada de decisão são funções estudadas pela Psicologia Cognitiva desde a década de 70 e implicam na análise das características de cada uma das opções dadas para determinada tarefa decisória, bem como a estimativa das conseqüências advindas da escolha a ser realizada. Existem dois tipos de decisões: as decisões de risco, em que o sujeito tem conhecimentos das probabilidades associadas aos resultados, e as decisões de incerteza, nas quais as pessoas percebem a situação em termos de perspectivas incertas, desconhecidas. O presente estudo busca investigar o efeito de configuração de dilemas (*framing*) no julgamento e tomada de decisão do consumidor. Quando as probabilidades de ocorrência de um resultado positivo são altas, as pessoas preferem resultados seguros a correr riscos, porém, o padrão de respostas se inverte quando os dilemas tratam de perdas com baixas probabilidades. O instrumento é constituído por 12 dilemas elaborados com base em temas relacionados à decisão do consumidor, e divididos em quatro categorias formuladas com base nos efeitos de *framing*: (1) ganhos, altas probabilidades; (2) ganhos, baixas probabilidades; (3) perdas, altas probabilidades; (4) perdas, baixas probabilidades. A versão inicial foi submetida à avaliação de seis pessoas, sendo três juízes profissionais da área de comportamento do consumidor e três estudantes de nível superior. Os participantes da pesquisa foram 30 universitários de uma universidade particular do Estado do Paraná. Os participantes receberam, inicialmente, o termo de consentimento livre e esclarecido, elaborado consoante as diretrizes éticas que regulamentam a pesquisa com seres humanos. Após a entrega do termo, àqueles que decidiram participar da pesquisa receberam quatro folhas contendo os 12 dilemas distribuídos aleatoriamente. Os resultados serão analisados e discutidos considerando as quatro categorias do efeito de *framing* e à luz da Teoria Prospectiva.