
2 A PERCEPÇÃO DO INVESTIMENTO DOMÉSTICO A PARTIR HEURÍSTICA DA DISPONIBILIDADE EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNEB, CAMPUS I

Tarsis Bomfim

Graduando em Administração pela Universidade do Estado da Bahia - UNEB.

E-mail: tarsis.bomfim@hotmail.com

Carlos Orge

Doutor em Modelagem Computacional e Tecnologia Industrial pela Faculdade de Tecnologia Senai CIMATEC. Mestre em Modelagem Computacional e Tecnologia Industrial pela Faculdade de Tecnologia Senai CIMATEC. Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Salvador, com especialização em Auditoria Econômica e Financeira pela Universidade Gama Filho. Professor adjunto da Universidade do Estado da Bahia - UNEB e Coordenador do curso de Bacharelado em Administração Pública EAD.

E-mail: capinheiro@uneb.br

RESUMO

Há tempos, as ciências econômicas têm utilizado conceitos comportamentais para fortalecer seus alicerces e desenvolver estudos que evoluam os conhecimentos na área. Dentro desses conceitos, estudiosos modernos criticam o caráter até então, tido como racional presente nas teorias e apontam que o ser humano nem sempre tende a analisar todas as opções para racionalmente avaliar o melhor custo x benefício, propondo assim as heurísticas como "gatilhos" mentais que auxiliam no processo de tomada de decisão do indivíduo, encurtando-o, e também os vieses, sendo estes distorções perceptivas que resultam em erros sistemáticos no pensamento. Neste sentido, os estudos acerca do tema discutem a respeito da possibilidade de existência de estímulos externos que podem incidir sobre o raciocínio do indivíduo, e que através das heurísticas, influenciam o processo cognitivo podendo ocasionar dispersão da efetiva realidade para o que é pensado. Assim surge o questionamento, em uma sociedade inteiramente conectada, teria esta incidência de possíveis influências externas a capacidade de condicionar o pensamento a intuição estatísticas equivocadas? Tais questionamentos serão abordados e fundamentados no decorrer deste artigo partindo do ponto de vista da Heurística da Disponibilidade, uma das heurísticas mais amplamente estudadas, bem como através dos seus vieses vinculados. Desta maneira, através de pesquisa de campo e em associação com bases de dados oficiais, constatou-se que estímulos externos possuem a capacidade de verter o raciocínio do público pesquisado acerca dos percentuais de investimentos optado pelo brasileiro e os seus vieses vinculados têm aptidão para induzir intuições estatísticas errôneas em relação à realidade dos fatos.

Palavras-chave: Heurística da Disponibilidade. Decisão. Racionalidade. Investimentos. Influência.

ABSTRACT

For some time now, economic sciences have used behavioral concepts to strengthen their foundations and develop studies that evolve knowledge in the area. Within these concepts, modern scholars criticize the character hitherto seen as rational present in theories and point out that human beings do not always tend to analyze all options to rationally evaluate the best cost-benefit, thus proposing heuristics as mental "triggers" that they assist in the individual's decision-making process, shortening it, and also biases, these being perceptual distortions that result in systematic errors in thinking. In this sense, studies on the topic discuss the possibility of the existence of external stimuli that can affect the individual's reasoning, and that, through heuristics, influence the cognitive process and can cause dispersions from the effective reality to what is thought. Thus the question arises, in a fully connected society, would this incidence of possible external influences have the capacity to condition thinking to erroneous statistical intuitions? Such questions will be addressed and substantiated throughout this article from the point of view of the Availability Heuristic, one of the most widely studied heuristics, as well as through its linked biases. In this way, through field research and in association with official databases, it was found that external stimuli have the capacity to change the reasoning of the researched public regarding the investment percentages chosen by Brazilians and their linked biases have the ability to induce erroneous statistical intuitions in relation to the reality of the facts.

Keyword: Heuristics. Availability. Decision. Rational. Investments. Influence.

2.1 INTRODUÇÃO

Estudo dos indicadores de renda, níveis de preços, emprego e desemprego, estoque de moeda, taxa de juros, balança de pagamentos e taxa de câmbio compõem parte dos objetivos de compreensão e análise das Ciências Econômicas. No entanto, tais aspectos encontram-se em um ponto confluyente, o do ser humano e seu comportamento (CIARELLI, 2005).

Buscando profundidade neste aspecto, a Economia Comportamental se dá através do estudo das influências cognitivas, sociais e emocionais observadas sobre o comportamento econômico das pessoas. Teorias modernas relacionadas ao estudo de fatores psicológicos levam em consideração que há recorrência de intervenções emocionais no processo de tomada de decisão, já que este nem sempre é construído a partir apenas de recortes racionais (ÁVILA; BIANCHI, 2015). As influências podem incidir no indivíduo a partir de vários fatores como o ambiente ao qual sujeita-se, seja a partir de informações circulantes, de sentimentos e até de atalhos mentais que encurtam o processo de tomada de decisões.

No nascedouro destes estudos, a Teoria da Perspectiva salientou o caráter suscetível da tomada de decisão, de forma que a mesma nem sempre é a detentora da relação custo x benefício adequada, contrapondo as teorias racionais dominantes à época. Em suas afirmações, a predisposição humana para correr riscos é influenciada pela forma com a qual as escolhas são apresentadas (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979). Inicia-se então, a popularização de proposições que afirmam que a racionalidade no processo decisório depende de estruturas encontradas no ambiente, ou seja, supondo a limitação da razão.

Na continuidade dos estudos sobre os pensamentos e a mente humana e o processo de tomada de decisão, foi proposta a existência de dois sistemas de raciocínio dentro de uma estrutura teórica, o primeiro (Sistema 1) é responsável por formular respostas automáticas através da identificação de padrões e baseados na experiência, de forma a poupar tempo e energia do indivíduo, já o segundo (Sistema 2) é responsável pela análise lógica das situações envolvendo um esforço e concentração maior do mesmo indivíduo. Dentro do Sistema 1, as respostas tendem a ser mais intuitivas e relativamente inconsciente, tanto é que o cérebro faz uso das heurísticas (atalhos mentais), podendo resultar em vieses (erros de julgamento), auxiliando com a economia de energia cognitiva no processo de tomada de decisões, porém não necessariamente sendo a melhor escolha (KAHNEMAN, 2011).

As heurísticas são responsáveis, dentro da Psicologia Cognitiva, por encurtar o processo de raciocínio, promovendo agilidade e eficiência, assim ajudando a solucionar problemas da melhor maneira prática possível, dada a impossibilidade de resolvê-los perfeitamente (ÁVILA;

BIANCHI, 2015). Neste sentido, a Heurística da Disponibilidade, uma das heurísticas amplamente estudadas, verte-se por propor que se há na memória recente do indivíduo, informações que são relembradas com facilidade, estas também influenciam na percepção da possibilidade daquele evento ocorrer. Por exemplo, um indivíduo há de ter medo de andar de navio em razão de se lembrar de notícias veiculadas que traziam naufrágios em suas manchetes.

Na Era da Informação, conforme Guedes (2019), a descrita hiper conectividade, ou seja, o fato de haver constante conexão do indivíduo com a internet é um fator que compõe a realidade ao qual a sociedade se encontra, norteando relacionamentos interpessoais. Tal ambiente de fácil acesso a informações proporciona fácil observação à incidência e decorrências da Heurística da Disponibilidade pois o ambiente virtual incessantemente imputa ao indivíduo informações que podem ser utilizadas como gatilho às influências no processo de tomada de decisões.

Desta maneira, este artigo se propõe, a investigar a maneira como os alunos dos cursos de Bacharelado em administração e ciências contábeis no Departamento de Ciências Humanas (DCH) da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) em Salvador, reagem quando questionados sobre assuntos relacionados com aplicações financeiras, avaliando suas relações com o fenômeno aqui estudado, haja vista estes integrarem a supracitada Era da Informação e portanto, estarem sujeitos ao fenômeno.

O presente artigo apresenta-se estruturado nas seguintes seções: introdução onde se define o tema, referencial teórico, metodologia, apresentação e análise dos dados além de considerações finais onde serão interpretados os dados e ofertadas as conclusões obtidas.

2.2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.2.1. O Início da Oposição às Teorias Tradicionais

Na década de 1940, Herbert Simon, considerado o pioneiro dos estudos sobre a Teoria Comportamental, dissertou sobre o comportamento humano com vistas a contrapor os modelos vigentes como a Administração Científica e a Teoria Clássica. Na obra “Comportamento Administrativo”, buscou desenvolver um modelo formal que intentava incorporar as características reais dos seres humanos ao modelo de *Homo Economicus* (TAYLOR, 1911). Em síntese, Simon (1947) teorizou a simbiose dos dois modelos, onde o *Homo Economicus* maximiza seus esforços buscando a melhor alternativa, enquanto o Homem Administrativo é

aquele que busca o resultado mais satisfatório ou razoável dentre as possibilidades, não necessariamente resolvendo o problema (ROBERTO, 2020).

Nesta obra, Simon (1947) impõe barreiras ao racionalismo objetivo ao afirmar que a racionalidade não é plenamente alcançada por três mútuas razões: 1. Esta requer um prévio conhecimento das consequências das decisões, ao qual não é sabido, ou pelo menos não completamente; 2. Além de ter ciência das consequências das decisões, denota saber também saber o grau de impacto de cada uma delas; 3. A incapacidade de mensurar quais são todas as alternativas possíveis. Com isso, o autor objetivou discorrer que a racionalidade requer saberes completos e inalcançáveis, bem como suas consequências exatas, a partir de cada escolha, sendo humanamente impossíveis possuir tais capacidades.

Em seu artigo, Sbicca (2014) traz que o conceito de heurística como atalho mental para tomada de decisão surgiu também nesta mesma época, com a citada ênfase da limitação da racionalidade. Tal limitação trouxe ao debate, questionamentos de cunho filosófico e metodológico, dando ênfase então à busca por uma maneira de explicar as atitudes e decisões humanas estudadas. Assim, propõe que a razão se limita à medida que o processo decisório não se dá apenas na escolha final, mas durante todo o percurso da análise do horizonte de possibilidades que por si, sofre influência de fatores externos, impossibilitando a maximização do controle racional.

Deste modo, Simon (1947) foi incisivo ao contestar os pressupostos tradicionais, pois através de estudos empíricos, atestou que não são levadas em consideração todas as informações conhecidas pelo indivíduo, fazendo uso de critérios de seleção que reduzem as possibilidades a serem avaliadas. O autor cita ainda que a expectativa futura é um dos fatores elementares para o processo de escolha, tendo em vista que é este fator quem detém o poder de guiar qual escolha será tomada em busca da satisfação.

2.2.2 Popularização Através da Simplificação do Conceito de Heurística

Complementarmente, Tversky e Kahneman (1974) apresentaram sua visão de que a maioria das escolhas são simplificadas em crenças consolidadas a partir de fatos que não chegam a ser totalmente esclarecidos no consciente do indivíduo. Embora, apesar de facilitar, estes princípios heurísticos também sujeitam o indivíduo à incorrência dos erros sistemáticos.

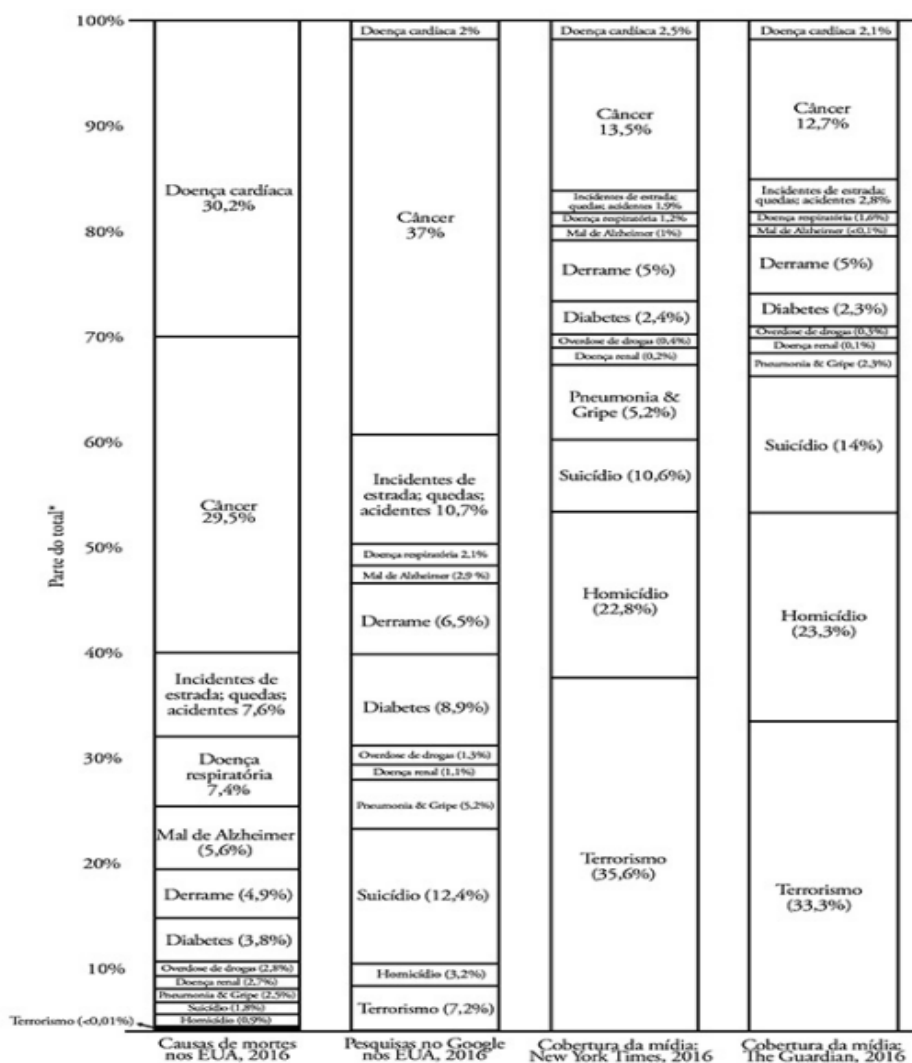
Então, após conduções sucessivas de experimentos empíricos, os referidos concluíram que a probabilidade de acontecimento dos eventos é superestimada quando recente na memória, e estes possuem maior peso nas decisões do que eventos que necessitam de um raciocínio mais

estruturado. O raciocínio dito estruturado compõe-se na avaliação de grande parte das inúmeras possibilidades, avaliando seu custo x benefício de escolha, o que se prova inviável em função da quantidade de decisões que um indivíduo necessita tomar frequentemente, desde as funções mais básicas às mais complexas.

Para exemplificar e reduzir a complexidade destes modelos, foram apresentados os Sistemas 1 e 2, o primeiro baseado na intuição e o segundo na razão. Entretanto, salienta-se que ambos atuam com coparticipação do outro, uma decisão não é tomada deliberadamente a partir apenas da intuição, tal qual não é tomada a partir apenas do raciocínio estruturado. As heurísticas então surgem para dar suporte ao Sistema 1, através de processos cognitivos que consideram a limitação da capacidade humana e facilitam a resolução de problemas sem a necessidade de grande empenho racional. Dentro do estudo das heurísticas, a heurística da disponibilidade se caracteriza pela probabilidade de aceitar que algo poderá acontecer com base na facilidade de retomar aquilo na memória (CIARELLI, 2009).

Didaticamente, Godoi (2020) faz uso de infográfico, conforme Figura 1, em que evidencia os efeitos da Heurística da Disponibilidade sobre a população dos Estados Unidos em se tratando da estimativa das maiores possíveis causas de morte.

Figura 1 - De que os americanos morrem, o que eles pesquisam no Google e o que a mídia reporta



Fonte: GODOI, 2020, p. 73.

Na Figura 1, observa-se que, embora o maior percentual de *causa mortis* neste período seja doenças cardíacas, os canais de imprensa mencionados, por razões diversas optaram por cobrir em maior parte de sua grade de programação, as causas de mortes por terrorismo (35,6% e 33,3% respectivamente), homicídio (22,8 e 23,3% respectivamente), suicídio (10,6% e 14% respectivamente) e câncer (13,5% e 12,7% respectivamente).

Nota-se a preferência por expor eventos trágicos em detrimento do proporcional real maior motivo de mortes, ao qual não é mérito deste artigo analisar. No entanto, a estima dos canais de imprensa por este assunto impacta diretamente nos dados relacionados aos agregadores de pesquisa, onde nota-se uma maior busca por assuntos relacionados ao terrorismo, homicídios e suicídio (23% das pesquisas), mesmo que estes sejam minimamente

os motivos de mortes ao se analisar os dados oficiais. As doenças cardíacas, com sua cobertura em mídia sendo respectivamente 2,5% e 2,1% no *New York Times* e *The Guardian*, representam apenas 2% das pesquisas.

Esta situação é compreendida pela Heurística da Disponibilidade, haja vista que, no momento que há na memória recente, informações que são relembradas com maior facilidade (notícias, jornais e manchetes frequentemente noticiados), estas também influenciam na percepção da possibilidade daquele evento ocorrer (percentual de pesquisa relacionado aos temas noticiados).

2.2.3 Alerta Para os Vieses Cognitivos

No entanto, Kahneman e Tversky (1974) alertam para os vieses de julgamento que afetam o processo de raciocínio através de experimentos desenvolvidos que ficaram conhecidos como “*heuristics and biases research program*”, já que, em análise, os vieses são distorções perceptivas que resultam em erros sistemáticos no pensamento.

Cabe ressaltar que as heurísticas se diferenciam dos vieses através de sua finalidade, afinal as heurísticas podem ser explicadas como gatilhos que usam referências para encurtar o processo de tomada de decisão, já os vieses são disformidades de julgamentos superficiais que através do processo de encurtamento do raciocínio (heurísticas), somadas à referências inexatas como ausência de clareza das informações, aptidão cognitiva limitada, e possivelmente interferências sociais geram interpretações ilógicas dos fatos e das situações.

Neste sentido, com a evolução dos estudos da ciência cognitiva dentro da psicologia social e da economia comportamental, se tem estimado uma próspera lista de vieses que induzem equivocadamente o pensamento do indivíduo, valendo a pena citar os principais encontrados nos estudos (KAHNEMAN; TVERSKY, 1974).

O primeiro viés está ligado a facilidade da lembrança, onde fatores que podem influenciar a tomada de decisão são clareza da lembrança, familiaridade, facilidade de relembrar a memória, relevância, superexposição midiática ao fato entre outros. Exemplo disso é o expresso medo de tubarões que atinge parte da população, porém segundo Chapman (2017), há uma chance em 3.748.067 de ser atacado e morto por um tubarão. Ropeik (2010) indica a mídia, inclusive na situação descrita anteriormente, que através da dramatização e espetacularização tragédia é responsável pela sobrevalorização dos riscos.

O segundo viés está ligado à eficiência do padrão de busca do indivíduo. Como já citado, a familiaridade do indivíduo com a conjuntura, fato ou estrutura, implica que aquilo é “normal

e recorrente”, tendendo a ser lembrado com maior facilidade, pois, já se deduz que a situação vivida é comum, contentando-se o indivíduo em não buscar alternativas. Ciarelli (2009) exemplifica que, um leitor pode, ao chegar em uma biblioteca e procurar um livro que sempre esteve no mesmo local, perceber que a estante que comportava ao qual o livro está vazia e assim presumir que o mesmo já foi emprestado a outro, ao invés de checar o cesto de devoluções ou outras estantes vizinhas.

O terceiro viés, facilidade da imaginação, esboça o fato do indivíduo, de forma imaginária, propor estimativas daquilo que ele não conhece. Um dos principais alertas para todos que iniciam os estudos em finanças é “rentabilidade passada não é garantia de retornos futuros”, isso resume a principal forma de prevenção ao viés da facilidade de imaginação (*biase of imaginability*), já que este viés advém da imaginação de estimativas grandiosas de probabilidade de um evento, de acordo com o que já se conhece dele, podendo não refletir verdadeiramente a frequência de acontecimento do dito evento (KAHNEMAN, 1983).

O quarto e último, correlação ilusória garante o relacionamento entre dois fatores distintos a partir de percepções próprias, correlacionando situações que não necessariamente são proposições verdadeiras. Assim, se alguém acredita que usar uma camiseta vermelha traz boa sorte em um jogo de futebol e, por coincidência, seu time venceu várias vezes quando ele usou essa camiseta, ele pode erroneamente concluir que a camiseta está causando a vitória, ignorando outras variáveis relevantes, como habilidade dos jogadores, estratégia do time, condições do campo, entre outros fatores, havendo correlação ilusória entre situação X e situação Y nem necessariamente existir nexos associativo (PEETERS, 1983).

Desta maneira, o fenômeno aqui estudado advém de uma necessidade de admitir numerosas probabilidades, conscientes ou não através de notas presentes na memória. Por sua vez, tal ação implica diretamente na condução da vida do indivíduo, estabelecendo prioridades, preferências e gerando impressões que podem ter sofrido influência de toda a carga informacional recebida, respondendo diametralmente aos estímulos que recebe (CIARELLI, 2009).

2.3 METODOLOGIA

Esta pesquisa é qualitativa e quantitativa, pois faz uso de material já existente para consolidar os conhecimentos acerca do contexto, necessitando analisar o mérito do conteúdo. Se propõe a aplicação de questionários de mensuração de opinião como instrumento de pesquisa, através de um determinado número de amostras, sem identificação de qualquer

natureza do respondente, ainda não havendo indagações que possam expor quem se propôs a responder, se enquadrando em uma pesquisa de opinião pública, haja vista que se entende como opinião pública, a opinião da maioria, de grupos sociais, a soma de opiniões individuais ou, até mesmo, como a soma de percepções similares sobre algo contabilizadas por meio de uma pesquisa (WEBER; PÉRSIGO, 2017).

O formulário de coleta de opinião, como ferramenta de pesquisa, necessita dentro do seu universo, da mensuração de uma amostra representativa. Conforme proposto neste artigo, há como público-alvo, um universo de 682 estudantes, sendo 347 de Administração e 335 de Ciências Contábeis, segundo informações da Secretaria Acadêmica do Departamento de Ciências Humanas I da UNEB, Campus I.

Usando determinações estatísticas com um nível de confiança de 95%, um desvio padrão de 0,5 e uma margem de erro (intervalo de confiança) de +/- 5, tem-se que a pesquisa deve ser realizada com, no mínimo, 246 estudantes cursos de Administração e Ciências Contábeis entre os meses de julho/2023 e outubro/2023. A pesquisa de opinião com a coleta de dados dos estudantes, foi através de questionários eletrônicos para resposta de forma anônima.

Ademais, baseando-se na Resolução Nº 510, de 07 de abril de 2016 do Conselho Nacional de Saúde, entende-se que há dispensa da necessidade de submissão do presente projeto de pesquisa ao CEP/UNEB (Comitê de Ética em Pesquisa), em que, nos termos do Art. 1º, Parágrafo I, informa que não serão registradas nem avaliadas pelo sistema CEP/CONEP as Pesquisas de opinião pública com participantes não identificados.

O formulário repassado consistiu em 04 itens, assim, 01 declaração de responsabilidade e 03 indagações originais com possibilidade de resposta entre 04 e 05 alternativas. A primeira afirmação é a declaração de responsabilidade pela veracidade das respostas imputadas, seguidos pelas perguntas na respectiva ordem:

1. Você acompanha algum canal de mídia que noticie, faça referência ou faça recomendações de aplicações financeiras? Em sendo mais de um, marcar o mais recente. Para esta pergunta, há possibilidade de resposta única entre 1. Não, não acompanho; 2. Sim, através de redes sociais como Instagram, LinkedIn, Tiktok etc; 3. Sim, através de podcasts ou sites de notícia 4. Sim, através de canais de televisão ou mídia alternativa (youtube etc.)
2. Escolha por ordem de importância e segundo sua opinião, quais aplicações financeiras listadas abaixo o brasileiro médio tem maior adesão. Para esta pergunta, há possibilidade de resposta única entre: 1. Ações, Fundos de Ações, FIIs ou Derivativos; 2. Títulos

Privados (CDBs, Debêntures, LCIs/LCAs etc.); 3. Títulos Públicos (Tesouro Pré/Pós Fixado etc.); 4. Criptomoedas; 5. Poupança.

3. Das aplicações financeiras abaixo, qual você já foi motivado(a) ou teve curiosidade em realizar pesquisa em canais de mídia? Em sendo mais de um, marcar o mais recente. Para esta pergunta, há possibilidade de resposta única entre: 1. Ações, Fundos de Ações, FIIs ou Derivativos; 2. Títulos Privados (CDBs, Debêntures, LCIs/LCAs etc.); 3. Títulos Públicos (Tesouro Pré/Pós Fixado etc.); 4. Criptomoedas; 5. Poupança.

A partir dos dados questionários respondidos, foi avaliada simultaneamente, no período de 06/2023 a 10/2023, a relevância dos termos presentes no questionário na ferramenta *Google Trends*. Os resultados de relevância de busca pelos termos obtidos no Google Trends são gerados em formato de percentual de popularidade que vão de 0 a 100%, sendo que um valor de 100% representa o pico de popularidade de um termo, um valor de 50% significa que o termo teve metade da popularidade e uma pontuação de 0% significa que não havia dados suficientes sobre o termo.

Os termos presentes nas alternativas de resposta foram blocados em categorias na ordem informada anteriormente (1. ações; 2. títulos privados; 3. títulos públicos; 4. criptomoedas; 5. poupança), aos quais, cada bloco teve calculado individualmente o seu percentual de popularidade no período (refletindo a quantidade de pesquisas realizadas) através da soma semana a semana e posteriormente dividindo pela quantidade de semanas, indicando a média. Assim, o índice de relevância da categoria é igual ao total de popularidade dos termos no período dividido pela quantidade de períodos contabilizados. Em tempo, cabe ressaltar que a categoria aqui refere-se aos blocos (1, 2, 3, 4 e 5), os termos são os termos de busca presentes dentro de cada categoria e período são os períodos de busca que o Google oferta em seus resultados (apresentados de forma semanal).

Assim, houve a comparação entre os termos a fim de facilitar a compreensão da popularidade entre eles. Então, os dados foram comparados com os resultados obtidos no questionário e com dados oficiais sobre os reais percentuais de investimento do cidadão brasileiro disponíveis no levantamento Raio X do Investidor Brasileiro, produzido pela Associação Brasileira de Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA) a fim de verificar se há correlação entre o fluxo de pesquisas e a quantidade de respostas entre o que é visto com frequência na internet e a percepção dos entrevistados sobre a conjuntura apresentada. Assim, verificando os efeitos da heurística da disponibilidade no pensamento dos integrantes da pesquisa.

2.4 ANÁLISE DOS DADOS

Buscando avaliar a forma que os estudantes reagem a respeito do que pesquisam sobre um tema específico, foi desenvolvida a citada pesquisa. Ao fim do período de coleta das amostras, o formulário transmitido aos alunos de Administração e Ciências Contábeis do DCH-1 da UNEB através do *Google Forms*, obteve 249 respostas. As respostas foram colhidas de forma indistinta e consolidam o seguinte resultado. Ainda, alguns resultados podem não totalizar 100%, variando de 99% a 101% em função dos arredondamentos.

1. **Você acompanha algum canal de mídia que noticie, faça referência ou faça recomendações de aplicações financeiras? Em sendo mais de um, marcar o mais recente;**

32,7% - Sim, através de redes sociais como Instagram, LinkedIn, Tiktok etc;

31,1% - Não, não acompanho;

18,3% - Sim, através de canais de televisão ou mídia alternativa (Youtube etc.);

17,9% - Sim, através de podcasts ou sites de notícias.

Aqui, identifica-se que as informações são meramente casuais através de publicações que chegam ao indivíduo sem a devida pesquisa voluntária. A outra parcela indica não acompanhar canais de mídia que noticiem/referenciam o assunto em discussão, o que necessariamente não confere isolamento do entrevistado ao assunto, podendo haver consumo indireto através de publicidade ou outras formas de contato.

2. **Escolha por ordem de importância e segundo sua opinião, quais aplicações financeiras listadas abaixo o brasileiro médio tem maior adesão.** A partir desta indagação, os formulários eletrônicos indicaram nessa ordem:

1º lugar: Poupança;

2º lugar: Ações;

3º lugar: Títulos Privados;

4º lugar: Títulos Públicos;

5º lugar: Criptomoedas.

Percebe-se o pensamento de relevante parcela dos entrevistados. Excluindo méritos qualitativos, a poupança tende a ser a modalidade de investimento mais assinalada para primeira posição e criptomoedas a menos assinalada, ocupando a última colocação.

3. **Das aplicações financeiras abaixo, qual você já foi motivado(a) ou teve curiosidade em realizar pesquisa em canais de mídia? Em sendo mais de um, marcar o mais recente.**

A partir desta indagação, os formulários eletrônicos indicaram nessa ordem:

30,3% - Ações, Fundos de Ações, Fundos Imobiliários ou Derivativos;

17,9% - Títulos Públicos (Tesouro Pré/Pós Fixado);

16,3% - Títulos Privados (CDBs, Debêntures, LCIs/LCAs etc.);

13,5% - Criptomoedas;

13,1% - Poupança;

8,8% - Não fiz pesquisa alguma.

Aqui, apesar de aproximadamente 33% dos entrevistados informarem buscas anteriores aos termos referentes à categoria “ações”, tal fato não foi constatado nas buscas por popularidade no *Google Trends*, potencialmente estando tais buscas em período anterior ao filtrado na pesquisa dentro da ferramenta.

Conforme informações apresentadas na Tabela 1, é possível observar que, para cada período analisado à esquerda, há a referente relevância dos termos de busca apresentados dentro de cada categoria de investimento. Assim, para cada termo, são somadas as relevâncias por período, gerando um total, que através da média simples, gera o percentual de popularidade do termo. A média da popularidade dos termos gera a popularidade da categoria.

Tabela 1 - Percentuais de relevância do termo e respectivamente da sua categoria

Categoria												
Termos	Ações	F. de Ações	F. Imobiliários	Derivativos	CDB	Debêntures	LCI	LCA	Tesouro Selic	Tesouro Direto	Criptomoedas	Poupança
04/06/2023	78	7	72	0	65	0	69	68	69	41	49	69
11/06/2023	75	19	41	0	74	0	26	49	60	34	57	67
18/06/2023	63	56	48	100	67	0	39	50	71	31	84	58
25/06/2023	56	14	54	32	97	0	51	40	37	59	59	75
02/07/2023	56	0	27	0	89	0	100	44	42	51	61	66
09/07/2023	60	0	0	0	89	0	62	45	67	44	64	63
16/07/2023	60	14	0	0	85	0	52	22	52	40	54	62
23/07/2023	64	0	37	0	86	24	46	100	46	39	56	58
30/07/2023	60	22	48	0	73	0	65	83	39	51	40	62
06/08/2023	68	0	29	40	64	34	44	90	43	41	75	71
13/08/2023	64	0	68	0	72	0	55	92	50	32	78	63
20/08/2023	66	0	46	45	73	0	55	64	56	43	59	58
27/08/2023	70	12	80	0	71	28	58	60	50	45	57	65
03/09/2023	61	0	0	0	77	0	70	93	87	47	53	69
10/09/2023	66	0	93	21	98	0	68	100	48	39	60	66
17/09/2023	67	17	49	0	91	0	45	13	49	38	34	60
24/09/2023	68	21	75	0	81	0	39	72	40	41	38	59
01/10/2023	60	15	0	89	77	0	24	80	16	41	55	66
08/10/2023	42	100	0	0	54	0	0	89	0	38	30	45
Total	1204	297	767	327	1483	86	968	1254	922	795	1063	1202
Média	63,37	15,63	40,37	17,21	78,05	4,53	50,95	66	48,53	41,84	55,95	63,26
Categoria												

Fonte: Elaboração própria (2023).

A categoria “ações” apresentou uma popularidade de 34,14%. A categoria “títulos privados” apresentou uma popularidade de 49,88%, encontrada através da média da relevância. A categoria “títulos públicos” apresentou uma popularidade de 45,18%. A categoria “criptomoedas” apresentou uma popularidade de 55,95%. Por fim, a categoria “poupança” apresentou uma popularidade de 63,26%.

Deste modo, ao se comparar estes dados obtidos com os dados reais presentes na 6ª edição da pesquisa do Raio X do Investidor Brasileiro realizada pela ANBIMA em parceria com o Datafolha no ano de 2022, é possível visualizar que, de um percentual de 100% da população brasileira, os percentuais de produtos de investimentos que os brasileiros da classe ABC utilizam estão distribuídos em 1º lugar: Poupança (31%), 2º lugar: Títulos Privados (6%), 5º lugar: Moedas Digitais (4%) , 6º lugar: Ações (3%) e 9º lugar: Títulos Públicos (2%) (ANBIMA, 2023). A tabela 2, abaixo, sintetiza as informações da ANBIMA, das pesquisas no Google e dos dados obtidos no questionário eletrônico.

Tabela 2 - Como os brasileiros realizam investimentos conforme ANBIMA, Google e estudantes em Bacharelado de Administração e Ciências Contábeis

ANBIMA	Google	Estudantes
Poupança 31%	Poupança 63%	Poupança 38%
Títulos Privados 6%	Criptomoedas 56%	Ações 24%
Criptomoedas 4%	Títulos Privados 49%	Títulos Privados 16%
Ações 3%	Títulos Públicos 45%	Títulos Públicos 14%
Títulos Públicos 2%	Ações 34%	Criptomoedas 8%

Fonte: Elaboração própria (2023).

A partir das informações apresentadas, é possível analisar a existência ou não de relação entre os itens avaliados. Em destaque, observa-se a unanimidade da categoria “Poupança” no topo dos três itens em questão, demonstrando que nesta, o senso comum materializa-se realidade ao indicar sua soberania entre os demais percentuais de adesão.

Esta soberania pode ser explicada, conforme Dutra (2021), através da expressiva bancarização e disponibilidade de acesso à serviços financeiros promovida pela ascensão das *fintechs* e bancos digitais na última década, que, alcançando públicos não atingidos pelos

bancos tradicionais, conseguiram impulsionar a poupança e reverter a tendência de queda desta categoria de aplicação financeira.

A categoria “criptomoedas” possui popularidade nas pesquisas do Google, porém, o mesmo é indicado como o mais negligenciado na carteira do brasileiro médio, quando o entrevistado é questionado. Entretanto, ao analisar os dados reais oferecidos, nota-se que a categoria possui adesão superior às categorias “Ações” e “Títulos Públicos”.

Com isso, há possibilidade de abrir paralelos com o viés da facilidade de lembrança (TVERSKY; KAHNEMAN, 1986), onde fatores que podem influenciar a tomada de decisão são clareza da lembrança, familiaridade, facilidade de relembrar a memória e relevância. Neste sentido, algumas das limitações para a consolidação das criptomoedas advém do seu caráter especulativo, da volatilidade financeira, insegurança e inexistências de intermediários (MESSIAS, 2022) que, aliados à superexposição midiática a fatos que envolvem escândalos, episódios de corrupção e crimes cometidos envolvendo a participação das criptomoedas nas negociações, corroboram para o viés da facilidade da lembrança e influenciam os participantes da pesquisa a indicarem a última posição a esta categoria, apesar de não ser tão rejeitada quanto aparenta.

A categoria “títulos privados” convém em terceiro em se tratando de popularidade de busca, coincidindo com a opinião pública dos estudantes, porém estando uma posição atrás da real demanda informada no Raio X. Aqui já é possível observar os efeitos da Heurística da Disponibilidade à medida que termos menos relevantes são menos lembrados na mente do entrevistado do que realmente são. A frequência menor de buscas e de recorrência de pesquisa dos termos remonta ao entrevistado uma ligeira distância da categoria em questão.

As afirmações anteriores equivalem igualmente para a categoria “títulos públicos”, onde os resultados de popularidade e relevância condizem com as expectativas dos entrevistados quanto a aderência do brasileiro aos investimentos, porém não se confirmam na realidade, pois nos dados oficiais constata-se que este item não possui, em efetivo, a demanda concebida no formulário.

Na categoria “ações” também é possível reparar que apesar de ser a de menor popularidade entre as cinco categorias enunciadas, figura em segundo lugar na opinião pública dos estudantes. Porém ao avaliar a adesão real, figura em quarto colocado. Dentre as possibilidades, esta anomalia novamente pode ser explicada através do viés da facilidade de lembrança (TVERSKY; KAHNEMAN, 1986). Desta forma, mesmo que não haja em frequência, mas a qualidade marcante e espetacular do conteúdo consumido permanece no imaginário, vindo à tona no momento em que é retomado no raciocínio.

O fator externo do nível da taxa de juros definida pelo Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC) é, crucialmente, relevante nestes três últimos exemplos. O mercado de títulos públicos e privados acompanha a oscilação da Taxa Selic, assim, caso ela esteja em patamares elevados, é mais rentável investir em títulos que tenham uma relativa segurança e rentabilidade aceitável em prejuízo ao mercado de renda variável (CONTE, PINTO e CORONEL, 2020). Caso a Taxa Selic venha estar em patamares menores, o mercado financeiro tende a optar por uma maior relação entre risco x retorno, preferindo a renda variável. Com isso, a popularidade dos termos também é afetada, haja vista que se há um período de preferência do mercado por uma classe de investimentos, aquela também tende a ser mais pesquisada e relevante.

Também, cabe salientar que maioria das categorias podem ter incidência do viés da eficiência do padrão de busca, haja vista que, ao constatar maior popularidade de certos termos, nas buscas do Google, é possível presumir que, os participantes da pesquisa consomem um conteúdo e, dada as incessantes exposições ao termo, não procuram informações sobre.

2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao idealizar esta pesquisa, objetivou-se investigar como os estudantes reagem, mediante a memória recente e suas intuições estatísticas, com as informações expostas na internet sobre investimentos. Aqui, a pertinência encontra-se no fato de que, cada vez mais a sociedade produz dados, estando o ser humano sujeito a grandes cargas de informações que nem sempre são absorvidas (GUEDES, 2019), e, com as heurísticas ativamente sendo requeridas para ajudar no processo de tomada de decisões, o resultado acaba por ser mais próximo do que é consumido do que da realidade.

Com isso, ao concluir esta pesquisa, os resultados obtidos indicaram que o fenômeno descrito é de fácil constatação, porém difícil mensuração, afinal são diversas as variáveis que podem incidir no trajeto da tomada de decisões e assim, originar a presunção dos resultados. Os resultados obtidos foram capazes de ofertar, juntamente com as outras as bases de dados pesquisadas, um panorama das opiniões dos estudantes acerca do tema, bem como, demonstrar a relevância na dinâmica regional, de algumas da modalidade de investimentos disponíveis domesticamente hoje, mostrando o grau de dispersão da opinião para o fato.

No entanto, este estudo apresentou algumas limitações, a primeira encontra-se nos participantes, haja vista que o nível de conhecimento sobre finanças e produtos de investimento dos estudantes teve grande relevância na pesquisa. O mero conhecimento qualitativo dos termos

pode influenciar a percepção do participante acerca da popularidade do investimento, sendo possível constatar que uma parcela dos estudantes não sequer fez pesquisa ou se fez, o fez superficialmente.

Outra limitação se deu no fato dos recursos de pesquisa de popularidade não indicarem especificamente a região de Salvador como lócus para análise, cabendo a análise regional e subentendendo que o estudante, como parte da composição regional, é afetado pela influência das relevâncias de busca. Bem como, necessariamente o período das buscas, não ser o período indicado na pesquisa.

A terceira limitação se deu na necessidade de objetividade da pesquisa, o que impossibilitou análises mais profundas. A carência de alcançar uma razoável quantidade de estudantes implicou no enxugamento das perguntas para que não houvesse evasão e a pesquisa pudesse ser concluída. Apesar de ter sido estruturado de forma objetiva, o questionário atendeu de forma satisfatória as expectativas e rendeu insumos concretos para a realização da pesquisa.

O levantamento indicou, por lateralidade e a título de objetivo secundário, que os estudantes acreditam que o brasileiro compõe sua carteira de majoritariamente poupança e ações, o que se provou, através da análise das informações, um equívoco. Assim, também foi possível constatar que existe sim relação com a popularidade dos termos e o pensamento dos estudantes sobre a percepção dos investimentos, podendo tais constatações serem aplicadas em outros espectros também.

Os vieses também tiveram notável participação no decorrer da pesquisa, pois explicaram as anomalias na análise dos dados dada relação das pesquisas e adesão aos investimentos, indicou mais uma vez que a teoria se comprova realidade.

Para pretensões de pesquisas futuras relacionadas ao tema, recomenda-se ao pesquisador avaliar o mérito das implicações das influências da mídia na percepção dos indivíduos, verificando ainda se tal fato aqui constatado pode ser usado como ferramenta para indução e manipulação psicológica de indivíduos, dado o ineditismo desta matéria no Brasil.

Assim, é possível considerar que dentro da metodologia proposta foi possível apreciar de maneira afirmativa a incidência da heurística da disponibilidade na percepção dos indivíduos, bem como de vieses que justificam as escolhas dos participantes da pesquisa em comparação aos dados oficiais e assim, lograr êxito na execução dos objetivos descritos inicialmente.

Deste modo, diante das exposições observadas, julga-se essencial conscientizar-se da tendência humana de confiar em informações prontamente disponíveis e garantir que a busca por informações seja abrangente e inclua uma variedade de fontes para uma análise mais

equilibrada e precisa. Cabendo ao indivíduo adotar uma abordagem mais sistemática e criteriosa na busca por informações e considerar a qualidade e a confiabilidade das fontes para a reduzir a incidência e impacto dos vieses cognitivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANBIMA. **Raio X do Investidor Brasileiro. 6ª edição.** [S. l.]: ANBIMA, 1 mar. 2023, São Paulo, Brasil. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2023.htm. Acesso em: 14 out. 2023.

ÁVILA, F.; BIANCHI, A. **Guia de Economia Comportamental e Experimental.** São Paulo. EconomiaComportamental.org. 2015. Disponível em: www.economiacomportamental.org. Acesso em: 26 set. 2023.

CHAPMAN, B. **Shark Attacks: Myths, Misunderstandings And Human Fear**, 2017. Clayton South Vic, Australia: Csiro Publishing,

CIARELLI, G.; ÁVILA, M. A Influência da Mídia e da Heurística da Disponibilidade na Percepção da Realidade: Um Estudo Experimental. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 3, p. 541-562, 2009.

CONTE, B. P.; PINTO, N. G. M.; CORONEL, D. A. **Taxa Selic e a Economia Brasileira: Projeções e Impacto da Covid-19.** Observatório Socioeconômico da COVID-19, [S. l.], p. 01-08, 13 jul. 2020.

DUTRA, Í. H. A Influência dos Bancos Digitais nos Níveis de Poupança. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. ano 06, ed. 06, v. 17, p. 33-55. jun. 2021. ISSN: 2448-0959. Disponível em: nucleodoconhecimento.com.br/tecnologia/niveis-de-poupanca. Acesso em: 19 out. 2023.

GODOI, A. S. **Escolher Bem, Escolher Mal.** [s.l.] Editora Best Seller, 2020.

GUEDES, L. F. A. Era da Informação: O que é e Quais São os Efeitos nas Empresas. **FIA Business School**, [S. l.], p. 1-9, 25 jan. 2019. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/era-da-informacao>. Acesso em: 17 set. 2020.

KAHNEMAN, D. & TVERSKY, A. Prospect Theory: An Analysis Of Decision Under Risk. **Econometrica**, v. 47, n. 2, p. 263-91, 1979.

KAHNEMAN, D. **Thinking, Fast and Slow.** Nova Iorque: Farrar, Straus and Giroux, 2011.

MESSIAS, R. N. S. **Evolução das Criptomoedas no Cenário Mundial no Período de 2009 a 2021.** 2022. 41 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Pontifícia Universidade Católica, Goiânia, GO. 2022.

PEETERS, V. E. The Persistence Of Stereotypic Beliefs: A Cognitive View. **Advances In Consumer Research**, v. 10, n. 1, p. 454-458, 1983.

ROBERTO, L. [S. l.], **Teoria Comportamental: Herbert Simon**. 8 dez. 2020. Disponível em: <https://professorluizroberto.com/02-teoria-comportamental-herbert-simon/>. Acesso em: 20 set. 2023.

ROPEIK, D. **How Risky Is It, Really? Why Our Fears Don't Always Match The Facts**. New York: Mcgraw-Hill, 2010.

SBICCA, A. O Uso de Heurísticas no Estudo das Decisões Econômicas: Contribuições de Herbert Simon, Daniel Kahneman e Amos Tversky. **Estudos Econômicos**, São Paulo, ano 2014, v. 44, n. 3, p. 579-603, 17 out. 2014.

SIMON, H. A. **Administrative Behavior: A Study of the Decision-Making Process in Administrative Organization**. New York: Macmillan, 1947.

TAYLOR, F. W. **The Principles of Scientific Management**. [s.l.] Harper & Brothers, 1911.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment Under Uncertainty: Heuristics And Biases. **Science**, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 27 set. 1974.

TVERSKY, A; KAHNEMAN, D. **Rational Choice And The Framing Of Decisions**, 1986. *Journal of Business*, v. 59, n. 4, p. S251-S278.

WEBER, A. F.; PÉRSIGO, P. M. **Pesquisa de Opinião Pública: Princípios e Exercícios**. 1. ed. Santa Maria: FACOS - UFSM, 2017. 86 p. v. 1. ISBN 978-85-8384-054-1.

MINI CURRÍCULO E CONTRIBUIÇÕES AUTORES

TÍTULO DO ARTIGO	A PERCEPÇÃO DO INVESTIMENTO DOMÉSTICO A PARTIR HEURÍSTICA DA DISPONIBILIDADE EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNEB, CAMPUS I
RECEBIDO	31/10/2023
AVALIADO	05/10/2023
ACEITO	18/11/2023

AUTOR 1	
PRONOME DE TRATAMENTO	Sr.
NOME COMPLETO	Tarsis Bomfim
INSTITUIÇÃO/AFILIAÇÃO	Universidade do Estado da Bahia - UNEB
CIDADE	Salvador
ESTADO	Bahia
PAÍS	Brasil
RESUMO DA BIOGRAFIA	
AUTOR 2	
PRONOME DE TRATAMENTO	Sr.
NOME COMPLETO	Carlos Orge
INSTITUIÇÃO/AFILIAÇÃO	Universidade do Estado da Bahia - UNEB
CIDADE	Salvador
ESTADO	Bahia
PAÍS	Brasil
RESUMO DA BIOGRAFIA	Doutor em Modelagem Computacional e Tecnologia Industrial pela Faculdade de Tecnologia Senai CIMATEC. Mestre em Modelagem Computacional e Tecnologia Industrial pela Faculdade de Tecnologia Senai CIMATEC. Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Salvador, com especialização em Auditoria Econômica e Financeira pela Universidade Gama Filho. Professor adjunto da Universidade do Estado da Bahia - UNEB e Coordenador do curso de Bacharelado em Administração Pública EAD. Desenvolve pesquisa em otimização de portfólios, através da média-variância, média-semivariância e média-assimetria-variância, finanças comportamentais e mercado de ações.
CONTRIBUIÇÃO DO AUTOR NO ARTIGO	Todos os autores contribuíram na mesma proporção.

Endereço de Correspondência dos autores	Autor 1: tarsis.bomfim@hotmail.com Autor 2: capinheiro@uneb.br
---	--