

COMO A IMPULSIVIDADE, EMOÇÕES E ESCOLHAS INTERTEMPORAIS INFLUENCIAM AS DECISÕES?

Catarina Guerra Sobreira¹, Edson Sadao Iizuka²

^{1,2} Departamento de Administração, Centro Universitário FEI
feispcsbreira@fei.edu.br e esadao@fei.edu.br

Resumo: Cada vez mais, compreender como as pessoas tomam decisões econômicas tem sido discutido em estudos de Economia Comportamental. O processo decisório de escolha leva em conta como consumir algo no presente será benéfico em detrimento da utilização futura e vice-versa. Essas escolhas nem sempre são racionais e esse projeto usa da aplicação de testes de Impulsividade, Imagens Emocionais e de Escolhas Intertemporais para analisar como se expressam tais escolhas econômicas.

1. Introdução

A pesquisa traz conceitos sobre as variáveis: Impulsividade, Emoções e Imagens Emocionais e Escolhas Intertemporais, procurando relacionar de que forma esses aspectos influenciam na tomada de decisões não racionais.

Serão aplicados testes para concluir se a questão de pesquisa se mantém: Como são tomadas as decisões não racionais e de que forma a impulsividade e as imagens emocionais são variáveis que influenciam essas escolhas?

2. Impulsividade

O comportamento impulsivo acontece quando existem alterações no processo da ação sem que seja realizada uma avaliação preliminar e consciente, quando acontecem ações precipitadas, ou ainda, quando se demonstra uma disposição a agir com um nível de planejamento menor (PARCIAS et al., 2014) [1]. Para Costa e Laran (2003) [2], a impulsividade não é somente expressa através do consumo com uma reduzida capacidade de avaliação, mas também, como uma “incapacidade momentânea de postergar recompensas com intuito de satisfação imediata”.

A impulsividade pode ser avaliada através do *Barratt Impulsiveness Scale* (BIS-11) [3] que foi criado por Barratt et al. em 1959 [4]. Essa escala, utilizada neste projeto, avalia as três principais dimensões do comportamento impulsivo: atencional, impulsividade motora e de não planejamento (MALLOY-DINIZ et al.; 2015) [5]. Outro aspecto que será abordado é de como as decisões são tomadas quando o tempo é determinante no processo de escolha e as emoções afetam essa decisão.

3. Escolhas Intertemporais

Enquanto a escolha é no futuro, é possível ter capacidade de verificar prós e contras, porém, quando aproxima o momento da escolha, a não racionalidade torna a escolha subversiva, fazendo com que algo seja consumido de forma muitas vezes equivocada e até em

excesso. Portanto, fazem-se escolhas onde o consumo imediato transpassa a racionalidade do consumo. Pode-se dizer que as decisões econômicas são baseadas em preferências intertemporais entre o prazer imediato ou o desfrute futuro, sendo que nenhuma das duas posições é considerada ruim desde que os termos de troca sejam adequados (GIANNETTI, 2005) [6]. Essa diferença temporal entre consumir imediatamente ou no futuro e as consequências desse consumo é justamente a interpretação de Utilidade Descontada. Segundo Gianetti (2005) [6] o Modelo de Utilidade Descontada é usado para expressar as escolhas dependendo da distância que há entre a realização da oferta até o real momento da decisão.

Tomar decisões intertemporais comparando presente e o futuro pode ser um processo complexo, um estudo sobre Distanciamento Psicológico de Trope e Liberman (2010) [7], diz que as previsões e especulações que fazemos sobre o tempo são construções mentais que servem para transcender a situação imediata. Isso porque, segundo o estudo, existe uma distância psicológica entre a experiência e distinção do que é perto ou longe – presente, passado e futuro. Em uma pesquisa dos mesmos autores citados acima, percebeu-se que em geral os participantes conseguiam apurar mais facilmente suas ações no futuro distante que no futuro próximo, isso porque as pessoas parecem ter uma visão mais clara de suas ações ao tomar uma perspectiva temporalmente distante (TROPE; LIBERMAN, 2010) [7].

4. Imagens Emocionais

Segundo Sartre (1985) [8], a emoção é uma forma de comportamento, um empreendimento estruturado com meios e fins, que se distingue da conduta racional pelo fato de que a condição para a qual nos transferimos através da emoção, envolve perda da realidade e suspensão do engajamento prático.

As Imagens Emocionais têm a característica de alterar o nível hedônico de emoção do indivíduo e são conduzidas por dois sistemas motivacionais opostos: o sistema apetitivo (agradável) e sistema aversivo (desagradável), independentemente do estado emocional atual do indivíduo. É através dessa ferramenta que se buscará entender nesse projeto, se o estado emocional interfere em decisões não racionais.

Em 2005, Lang et al. (2008) [9] criou o primeiro banco de Imagens Emocionais para que as pesquisas que necessitam de imagens com valência emocional pudessem ser usadas para os experimentos. Na presente pesquisa, o *Geneva Affective PicturE Database* – GAPED [10] será usado para tentar relacionar a resposta

emocional dos estímulos visuais com a escolha intertemporal.

5. Tomada de Decisão

Tomar decisões é inerente ao ser humano e este ato acontece em variados momentos, idades e classes sociais. Uma decisão possui dois objetivos: uma ação e uma descrição para o futuro. A ação tem uma qualidade imperativa, seleciona um estado de acontecimentos futuros em prejuízo a outros e conduz o comportamento à alternativa escolhida; já a descrição de um estado futuro pode ser correta ou incorreta (FREITAS et al., 1997) [11].

As decisões importantes geralmente exigem pensamento e planejamento além da situação atual. De fato, uma função notável da mente humana é que ela permite imaginar-se em um tempo e espaço diferentes, ou na posição de outra pessoa, possibilitando julgamentos e decisões além do “eu” e do presente. (KIM; SCHNALL; WHITE, 2013) [12]. Entretanto, as pessoas geralmente tomam decisões abaixo do ideal quando a decisão é entre usufruir no presente ou no futuro.

Uma das explicações para o Desconto Intertemporal é que as pessoas veem o futuro como incerto e a preferência é pelo certo ao indeterminável. Podemos observar, através de estudos apresentados nessa pesquisa, que há mais fatores que influenciam a decisão, como emoções, impulsividade e a noção de distanciamento psicológico que o indivíduo atribui (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979) [13]. Dessa maneira, faz-se necessário testes para entender quais fatores podem ser atribuídos às decisões e de que forma elas podem ser decisões não racionais.

6. Pesquisa

A pesquisa ocorre no momento com um *Survey* online, onde todos os participantes são submetidos a um teste de impulsividade, depois são divididos em três grupos e apresentados a imagens com capacidade de inferir emoções: positivas, negativas ou neutras (cada participante vê apenas um dos tipos de emoções). Em seguida, todos respondem a dois questionários de decisões intertemporais.

7. Resultados e Discussão

Os resultados encontram-se em fase de análise inicial. O projeto busca entender de que forma os fatores impulsividade, emoções e decisões intertemporais levam as pessoas a tomarem decisões não racionais e como cada um desses fatores afetam o grupo pesquisado. A conclusão desse projeto abrirá a possibilidade de compreender como as pessoas são afetadas por diversos eventos e diferem-se do modelo de racionalidade apresentado pela teoria clássica econômica.

8. Referências

[1] PARCIAS, S. R. et al. de A. Comportamento Impulsivo: Estudo em uma População de

Universitários. *Revista de Atenção à Saúde*, v.12, n. 42, p. 36-41, jan-jun. 2003.

- [2] COSTA, F. C. X. da, LARÁN, J. A. A compra por impulso em ambientes on-line. *Revista de Administração de Empresas*, v. 43, n. 4, p. 36-47, 2003.
- [3] BARRATT Impulsive Scale (BIS-11). In: International Society for Research on Impulsivity. Disponível em: http://www.impulsivity.org/measurement/BIS-11%20version%20PT_Braz.pdf.
- [4] BARRATT, E. S. Anxiety and Impulsiveness Related to Psychomotor Efficiency. *Perceptual and Motor Skills*. Texas, v. 9, p. 191-198, set. 1959.
- [5] MALLOY-DINIZ, L. et al. Tradução e adaptação cultural da Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11) para aplicação em adultos brasileiros. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 59, n. 2, p. 99-105, 2010.
- [6] GIANNETTI, E. O valor do Amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- [7] TROPE, Y.; LIBERMAN, N. Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, v. 117, n. 2, p. 440, 2010.
- [8] SATRE, J. P. Sketch for a Theory of the Emotions. Londres: Methuen, 1985.
- [9] LANG P. J., BRADLEY, M. M., CUTHBERT, B. N. (2008). International affective picture system (IAPS): Affective ratings of pictures and instruction manual. Technical Report A-8. University of Florida, Gainesville, FL.
- [10] DAN-GLAUSER, Elise S.; SCHERER, Klaus R. The Geneva affective picture database (GAPED): a new 730-picture database focusing on valence and normative significance. *Behavior research methods*, v. 43, n. 2, p. 468, 2011. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.3758/s13428-011-0064-1>. Acesso em: 18 jan. 2020.
- [11] FREITAS, H.; et al. Informação para a decisão. 1 ed. Porto Alegre: Ortiz, 1997.
- [12] KIM, H.; SCHNALL, S.; WHITE, M. P. Similar psychological distance reduces temporal discounting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, v. 39, n. 8, p. 1005-1016, 2013.
- [13] KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. In: MCLEAN, L. C.; ZIEMBA, W. T. *Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making*. 1 ed. Canadá: World Scientific, 1979. p. 99-127.

¹ Aluna de IC do Centro Universitário FEI. Projeto número PBIC104/19, com vigência de 09/19 a 08/20.