

## **Análise do Comportamento de Futuros Contadores frente a Ocorrência do Efeito Formulação/Framing e de seus Vieses: um estudo com foco na adoção das IFRS no Brasil**

**Luís Antônio Gióia Ettore**  
**UFRJ**  
*luis\_ettore44@hotmail.com*

**Camila Almeida de Oliveira e Silva**  
**UFRJ**  
*camilaaldeoliveira@gmail.com*

**Marcelo Alvaro da Silva Macedo**  
**UFRJ**  
*malvaro.facc.ufrj@gmail.com*

### **Resumo:**

A presente pesquisa tem por objetivo analisar o processo decisório de graduandos em Ciências Contábeis frente aos efeitos da Teoria dos Prospectos, em especial o Efeito *Framing* tendo como base a necessidade de julgamentos trazida pela adoção das Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS) no Brasil. Para tal análise foram aplicados seis tipos de questionários com quatro questões cada para um total de 273 alunos do curso de Ciências Contábeis de uma Universidade pública no Rio de Janeiro, abrangendo alunos de todos os períodos. Além do mais, buscou-se analisar os vieses estudados perante três variáveis de controle: gênero, coeficiente de rendimento acumulado e experiência acadêmica dentro do curso de Ciências Contábeis. Os resultados evidenciam que na amostra como um todo foi constatado o Efeito Framing, apenas na questão 4. Em relação ao gênero, as mulheres foram mais enviesadas, demonstrando o efeito, nas questões 1 e 4, já os homens apenas na quarta. Sobre o CRA, houve diferença na primeira questão em que aqueles que tinham CRA baixo apresentaram o viés, nas outras questões tanto os estudantes com CRA baixo quanto alto se comportaram como a amostra total. Em relação a variável experiência acadêmica, os dois grupos mostraram decisões similares, assim como, em relação a amostra geral.

**Palavras-chave:** TEORIA DOS PROSPECTOS, EFEITO FRAMING, IFRS, VIESES DE DECISÃO, GRADUANDOS EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

## 1. Introdução

Estudar os processos de julgamento e processamento de informações vai além do conhecimento e validação dos instrumentos analíticos da área de Contabilidade, pois entendendo como os indivíduos são impactados por vieses em tais julgamentos, pode-se melhorar o processo de tomada de decisão e, por conseguinte o estudo desse assunto aperfeiçoaria as Ciências Contábeis no âmbito do processo de tomada de decisão.

Kahneman (2003) destaca que os processos de julgamento e decisões seguem dois modos. O primeiro, chamado de Sistema 1, que é intuitivo, rápido e automático e outro deliberativo, lento, ponderado e conscientemente controlado, denominado Sistema 2 (KAHNEMAN; FREDERICK, 2005).

Visualizando as teorias dentro da literatura da Tomada de Decisão, a Teoria da Utilidade Esperada (TUE) criada por Von Neumann e Morgenstern (1944) trata o homem (Homos Economicus) como um agente avesso ao risco e sempre tentando maximizar seu conforto de maneira racional (REINA *et al.*, 2010). Entretanto, como destaca Kothari (2001), a TUE tem sido crescentemente questionada.

Ao longo do tempo surgiram teorias em contraponto ao pensamento neoclássico de tomada de decisão. Um dos pioneiros foi Simon (1955), que trouxe a ideia de racionalidade limitada dos agentes. Dentro dessa ideia, Simon (1955), questiona o postulado dos agentes terem racionalidade plena e capacidade cognitiva ilimitada. Para o autor, não é possível se chegar a decisões ótimas e sim satisfatórias, uma vez que os agentes possuem capacidade cognitiva e processamento de informações limitados. Posteriormente Tversky e Kahneman (1974) e Kahneman e Tversky (1979), agregaram com estudos sobre decisões em um contexto de risco e incerteza e seus desdobramentos, no que ficou conhecida como Teoria dos Prospectos.

Dentro do âmbito contábil, cada vez mais, se torna necessário aos profissionais da contabilidade o exercício do julgamento por conta, principalmente, das normas internacionais de contabilidade (IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board (IASB), recentemente implantadas no Brasil, que possuem a filosofia básica da prevalência da essência em relação à forma, ou seja, transações e eventos devem ser contabilizados e apresentados de acordo com a substância e realidade econômica, e não meramente sua forma legal (CPC 00, 2008). Ressalta-se, apenas, que apesar de não constar mais do texto revisado do CPC 00 (CPC 00 R1, 2011) como uma característica qualitativa da informação contábil, a prevalência da essência sobre a forma continua sendo base de todas as normas emitidas pelo IASB (DANTAS; MACEDO, 2013). Portanto, na tomada de decisão pelo contabilista, neste ambiente, o comportamento racional é de grande importância, entretanto a capacidade cognitiva do tomador de decisão e a complexidade do problema limita o processo decisório (BARRETO; MACEDO; ALVES, 2013).

Sabendo que é o profissional da contabilidade quem elabora as demonstrações financeiras da empresa, a maneira como as informações são apresentadas pode causar variadas reações nos diversos usuários dessas demonstrações, sendo eles quem utilizam as informações para avaliar a saúde financeira da empresa (SILVA; LIMA, 2007). Outro ponto notável é que em um contexto contábil, a tomada de decisão se divide em duas frentes, uma é no julgamento do profissional contábil antes de divulgar as informações (em sua confecção), e outra está nos julgamentos oriundos das próprias informações contábeis (BARRETO; MACEDO; ALVES, 2013).

Torna-se perceptível, portanto, que em um ambiente no qual o Contabilista tem a responsabilidade da tomada de decisão e do julgamento, enfatizada pelas IFRS, tanto como

usuário da informação, como provedor dela, ele deverá estar atento a possíveis equívocos na elaboração e interpretação das informações e, por conseguinte a melhora e diminuição de processos decisórios enviesados.

Neste contexto, o presente estudo apresenta a seguinte questão de pesquisa: Qual o impacto do Efeito Framing e seus vieses sobre comportamento de estudantes de Ciências Contábeis, ou seja, futuros contadores em um contexto em que o julgamento deste profissional está sendo cada vez mais exigido devido à adoção das IFRS no Brasil?

Assim sendo, tem-se como objetivo analisar o processo decisório de estudantes de contabilidade, em um contexto de risco, procurando observar a existência dos vieses cognitivos preconizados pela racionalidade limitada de Simon (1955) e pela Teoria dos Prospectos de Kahneman e Tversky (1979). Em adição a isso, buscar-se saber qual a influência das variáveis de controle gênero, coeficiente de rendimento acumulado e experiência acadêmica no processo decisório, ou seja, se elas interferem na presença dos vieses propostos, em especial o Efeito Framing.

## 2. Teoria dos Prospectos e Efeito Framing

A Teoria dos Prospectos foi desenvolvida por Kahneman e Tversky (1979). Ela possui natureza descritiva e diz respeito sobre a relação entre a tomada de decisão e o risco. Esta teoria é uma crítica a Teoria da Utilidade Esperada (TUE). A TUE é baseada no contexto de que os tomadores de decisões são plenamente capazes de processar informações e que elas estando à disposição por consequência os tornariam plenamente informados, a ponto de realizar as melhores escolhas.

De acordo com Hastie (2001) a TUE possui duas limitações. A primeira delas estaria relacionada com a falta de elementos no contexto racional e também não considera como o tomador de decisão avalia, compreende e constrói um plano de ação frente à leitura das opções disponíveis. Os valores pessoais, conhecimento, percepção de utilidade e satisfação são fatores que influenciam no comportamento de cada indivíduo, por isso podem ser comportamentos diferentes frente aos mesmos contextos e oportunidades de decisão (BONNER, 1999).

A utilidade de um prospecto arriscado segundo o modelo racional de escolha é igual à utilidade esperada de seus resultados obtidos ponderando a utilidade de cada possível resultado (outcome) pelas suas probabilidades. Quando deve escolher, o decisor racional irá preferir o prospecto que oferece maior utilidade esperada (valor esperado) (KAHNEMAN; TVERSKY, 1981).

Percebendo que não haveria uma forma padrão e totalmente racional de tomada de decisão, Kahneman e Tversky (1979) mostraram que no processo decisório, podem ocorrer desvios de percepção que colocam em questionamento a racionalidade plena dos agentes. Além do mais, seguindo essa linha de pensamento, a racionalidade não é o único direcionador do comportamento humano e de seu processo de julgamento, sendo aquele considerado subserviente a fatores emocionais.

Segundo esta teoria, se o problema for enquadrado em termos de perdas (atributos negativos das alternativas), a posição de ganhos passa a ser a referência, o que leva a um comportamento de propensão ao risco. No entanto, se o problema for enquadrado em termos de ganhos (atributos positivos das alternativas), a posição de perdas passa a ser a referência e leva a um comportamento de aversão ou menos propensão ao risco. (MACEDO; FONTES, 2009). Dessa forma, é perceptível que os indivíduos são avessos a perda, e não necessariamente ao risco como preconiza a maneira neoclássica de se decidir.

Yoshinaga *et al.* (2004) explica dessa forma a Teoria dos Prospectos: (i) ganhos e perdas são avaliados relativamente a um ponto neutro de referência; (ii) resultados potenciais são expressos em termos de ganhos ou perdas relativos ao ponto neutro fixado; (iii) as escolhas são regidas por uma função de valor em forma de “S”, a qual é côncava na região de ganhos e convexa na região de perdas, sendo mais íngreme nas perdas que nos ganhos; (iv) a maneira como o problema é apresentado (perspectiva) pode alterar o ponto neutro de referência; (v) a dor associada à perda de \$X é maior que o prazer associado ao ganho dos mesmos \$X; (vi) Há uma tendência a super-avaliar eventos de pequena probabilidade e subavaliar eventos de média e grande probabilidade.

Além disso, as pessoas subestimam resultados que são meramente prováveis, em detrimento de resultados que são obtidos com certeza. Essa tendência, chamada de Efeito Certeza, contribui para a aversão ao risco (risk aversion) em escolhas com ganho certo, e propensão ao risco (risk seeking) em escolhas com perda certa. Para Macedo e Fontes (2009), quando colocados à frente de opções com baixa probabilidade, os respondentes escolhem a opção de maior valor esperado, mas, quando se coloca uma certeza, são levados a escolher a de menor ou igual valor esperado por conta da sensação de certeza gerada.

Outro efeito estudado pela teoria, o Efeito Reflexão, pode ser explicado comparando a noção intuitiva da aversão à perda a um espelho, e o contexto de ganhos e perdas, sendo suas faces, portanto, o comportamento do indivíduo será guiado por essa aversão e não pela racionalidade plena, pelo princípio da Invariância e pela aversão ao risco (características do modelo normativo de decisão). Em outras palavras, em uma situação descrita positivamente (domínio dos ganhos), a opção escolhida tenderá a ser a mais certa em detrimento da mais arriscada e com valor esperado maior ou igual, e em uma situação descrita em termos negativos (domínio das perdas), a opção escolhida tenderá a ser a mais arriscada e com valor esperado menor ou igual, fugindo da perda certa. Segundo Kahneman e Tversky (1979), o Efeito Reflexão, implica que a aversão ao risco no domínio positivo é a propensão ao risco no domínio negativo.

Kahneman e Tversky (1984) caracterizam outros efeitos como o Efeito “Category-Boundary”, no qual uma mudança de impossibilidade para possibilidade, ou de possibilidade para certeza, tem um impacto maior do que com a mesma mudança em uma parte mediana da escala. Além do Efeito “Dead-Loss”, sugerindo que algumas análises mostram que o estado subjetivo do indivíduo pode ser melhorado pela formulação dos resultados negativos como custos em detrimento de como perdas, ou seja, nesta situação, não se tem o sentimento da perda, pois o sentido do custo remete a uma troca, em que o sujeito perdeu algo, todavia, recebeu algo também, simbolizando um “equilíbrio” na concepção do indivíduo.

Uma implicação de grande importância da Teoria dos Prospectos e um dos vários efeitos derivados desta teoria é o Efeito Framing, que é a possibilidade de induzir um indivíduo a tomar decisões diferenciadas por meio da manipulação da forma que a mesma situação é apresentada (CARDOSO; RICCIO; LOPES, 2008).

Para Mayer e Avila (2010), o Efeito Framing é a possibilidade de se influenciar a decisão de um indivíduo apresentando as informações de forma verídica, sem distorções, mas com alterações sutis em sua estruturação num mesmo problema.

O Efeito Framing é um dos fenômenos que mais conflitam com o paradigma do homem racional, pois de acordo com Rubinstein (1998), é um fenômeno enraizado exclusivamente no modo como o problema de decisão é enquadrado, e não no conteúdo do problema. Isso indica a quebra da suposição de que as decisões são determinadas somente pelas probabilidades dos possíveis resultados finais dos prospectos (MACEDO; FONTES, 2009).



Além disso, segundo Dantas e Macedo (2013), o Efeito Framing sugere que duas alternativas logicamente equivalentes, se expostas de maneira distintas, não serão tratadas, em relação a preferências, com igualdade pelo tomador de decisão. Assim, o Efeito Framing fere o princípio da invariância, que diz que a maneira que a situação é descrita não deve afetar a decisão do tomador de decisão (FRISCH, 1993). Neste sentido, Kahneman e Tversky (1984) ressaltam que a invariância é sistematicamente violada, e o senso de confiança em uma escolha particular, não assegura que a mesma escolha seria feita com outra formulação.

Shafir, Diamond e Tversky (1997), contribuem com a explicação deste efeito afirmando que quando o problema é formulado em termos de ativos (estados) finais, sem referências para mudanças na riqueza, as pessoas tendem a preferir o prospecto arriscado, que tem um maior valor esperado, mas quando o mesmo problema é apresentado em termos de ganhos e perdas as pessoas preferem o status quo em detrimento do prospecto arriscado, de acordo com o princípio da aversão a perda. Além do mais, os autores acrescentam que as pessoas tendem a adotar a formulação que é apresentada (por exemplo, riqueza versus mudança na riqueza; mortalidade versus sobrevivência) e assim elas procedem a avaliação das opções da formulação. A confiança em uma formulação particular é tipicamente guiada, pelo o que é mais saliente, simples e natural e não por cálculos estratégicos.

Assim como Barreto, Macedo e Alves (2013) afirmam, muitos estudos, tais como os de Cardoso e Riccio (2005), Macedo e Fontes (2009), Silva e Lima (2007), Macedo Jr. *et al.* (2007) e Melo e Silva (2010), já provaram que a teoria estava correta ao dizer que mudando a apresentação da situação, muda-se a preferência. A seguir, apresenta-se uma descrição sucinta de alguns destes estudos.

Assim como em Barreto, Macedo e Alves (2013), o objetivo do estudo em questão é analisar de que maneira, o Efeito Framing, um dos efeitos da Teoria dos Prospectos, pode interferir no processo decisório dentro do ambiente contábil, por meio da manipulação da forma de apresentação e transmissão de uma informação. Os autores salientam que se percebe a presença do Efeito Framing, pois há mudança significativa do padrão de resposta/escolha quando as alternativas são apresentadas com pontos de referência diferentes, sendo um no campo dos ganhos e outro no campo das perdas. Além disso, os autores buscaram verificar o comportamento do respondente frente a uma opção mediana contra duas opções manipuladas nos dois tipos de questionários (apresentação positiva e apresentação negativa das alternativas). Em ambos os questionários a resposta com maior porcentagem foi a mediana. Sendo assim, com a quebra da polaridade entre as opções, com a introdução de uma alternativa mediana, não se fez presente a Teoria dos Prospectos e o Efeito Framing.

O objetivo do estudo do artigo Dantas e Macedo (2013), pode ser entendido como analisar o impacto da racionalidade limitada em um ambiente de decisão com base em informações contábeis. Em relação ao Efeito Framing, procuraram testar a existência do princípio da invariância, ou seja, se as alternativas são as mesmas, a preferência não deveria se alterar. Para essa questão os autores perceberam que a forma pela qual o problema é “enquadrado” ou apresentado altera o ponto neutro percebido da questão. Além de ser visível a aversão ao risco em questões atribuídas positivamente e propensão ao risco em questões atribuídas negativamente. Além disso, os autores confirmaram também a presença do viés do enquadramento dos resultados.

Analisando as variáveis, formação acadêmica, gênero, experiência acadêmica e profissional, Dantas e Macedo (2013), não encontraram diferença significativa entre os grupos no tocante da formação acadêmica. Já em relação à variável gênero, apenas na questão sobre o

princípio da invariância houve diferença entre os grupos, onde as mulheres foram mais impactadas do que os homens.

Em relação à experiência profissional, não há diferença significativa entre os grupos, ou seja, a variável experiência profissional não tem impacto significativo na ocorrência dos vieses do enquadramento dos resultados (Efeito Framing). Porém, em relação às experiências profissionais ou acadêmicas na questão sobre o princípio da invariância foi observado que as pessoas do grupo que possuem experiências profissionais ou acadêmicas não foram influenciadas pelo Efeito Framing. Isso mostra o impacto positivo das experiências profissionais ou acadêmicas na redução de ocorrência, neste caso, do viés do enquadramento das escolhas.

Macedo e Fontes (2009) procuram analisar o impacto da racionalidade limitada no processo decisório, num ambiente de análise contábil-financeira. O objetivo deste artigo é, então, por meio de uma análise do comportamento decisório de analistas contábil-financeiros, promover a discussão e o reconhecimento de que sistematicamente desviam-se as decisões de um comportamento puramente racional, em virtude do uso de heurísticas de julgamento e da teoria dos prospectos, que, em muitos casos, levam a vieses de decisão.

Em relação ao Efeito Framing, os autores ressaltam que em uma das duas questões do estudo o fato de apresentar as alternativas de maneira diferente foi capaz de fazer com que os respondentes sistematicamente contrariassem o princípio da invariância, pois perceberam que a forma pela qual o problema é “enquadrado” ou apresentado (Efeito Framing) altera drasticamente o ponto neutro percebido da questão. Além disso, em outra questão, os autores também encontraram a influência da Teoria Prospectiva sobre a tomada de decisão, já que, quando o problema foi enquadrado sob a forma de ganhos, o respondente optou pela opção menos arriscada e, quando apresentado sob a forma de perda, escolheu a alternativa mais propensa ao risco.

O artigo de Martins, Lima e Silva (2013) teve como objetivo analisar o comportamento do profissional contábil, sob o ponto de vista do Frame Dependence, face à adoção dos novos padrões contábeis internacionais.

Para a realização da coleta de dados, foi aplicado um questionário com cenários que reproduziram situações a partir da adoção dos padrões internacionais de Contabilidade e que demandavam decisões dos profissionais contábeis, relacionando seus comportamentos com os princípios que norteiam a frame dependence.

Em se tratando do gênero do respondente, nota-se que os graus de dependência da forma foram bastante próximos. Quanto à categoria profissional, pode-se observar maior disparidade entre os graus apresentados por Contadores e Técnicos em Contabilidade. Em todos os princípios os Técnicos demonstraram maior grau de dependência, especialmente no princípio da aversão ao arrependimento. Por fim, em relação à idade, houve equilíbrio entre os profissionais mais novos e os mais velhos no que diz respeito à maior dependência entre os princípios.

Analisando os princípios do Frame Dependence de forma conjunta, nota-se que os profissionais contábeis apresentam um grau de dependência médio, indicando uma leve tendência a não dependência da forma. Esta é uma constatação importante, tendo em vista que a adoção dos padrões contábeis internacionais pelos contabilistas brasileiros demanda capacidade interpretativa de julgamento e imparcialidade em seus processos de tomada de decisão.

### 3. Metodologia

Esta pesquisa pode ser caracterizada, segundo Vergara (2010), como descritiva, pois se procura através da aplicação de um questionário estruturado e não disfarçado aos respondentes que fazem parte da amostra expor características do impacto da Teoria dos Prospectos, especialmente o Efeito Framing, no processo decisório. Além disso, com o uso de ambiente parcialmente controlado, podem-se identificar no estudo características experimentais.

O processo de amostragem é não probabilístico, pois se parte de um universo naturalmente restrito, já que a escolha dos respondentes que fizeram parte da amostra se deu por conveniência e acessibilidade dos pesquisadores. Isso traz algumas limitações de inferência, mas não invalida os resultados da pesquisa, já que o objetivo é buscar o entendimento sobre aspectos cognitivos do processo decisório. No final, a amostra foi formada por 273 alunos que cursam Ciências Contábeis em uma Universidade pública do Rio de Janeiro, em seus dois campi.

Foram elaborados seis questionários com quatro questões cada, questionários "A", "B", "C", "D", "E", "F". Fez-se dessa forma, pois uma das questões (a quarta questão), exigia três situações diferentes, duas questões exigiam duas situações diferentes (a primeira e a terceira questão), e a segunda era a mesma situação nos 6 questionários, logo era necessário este número de questionários para haver uma combinação eficaz entre questões com números de situações diferentes. Todos os seis questionários foram divididos em duas partes. A primeira parte para obter as características pessoais, tais como gênero, coeficiente de rendimento acumulado e experiência acadêmica dentro do curso de graduação de Ciências Contábeis. O CRA foi dividido em 6 estratos, além da opção "Sem CRA", esta variável busca saber se o rendimento acadêmico dos alunos tem relação direta com a diminuição ou aumento dos vieses estudados, ou seja, em um primeiro momento, entendendo o CRA como uma média de todas as disciplinas cursadas, pensa-se que quanto maior o CRA, maior o grau de comprometimento e estudo deste aluno, logo será menos enviesado seu raciocínio.

Em relação à experiência acadêmica, a pesquisa dividiu os 273 respondentes em dois grupos, Iniciantes ou Concluintes, o critério foi o seguinte: para 188 respondentes do Campus 01, das três disciplinas dispostas no questionário, se marcassem duas ou três disciplinas, seriam classificadas como concluintes. Já para os 85 respondentes do Campus 02, das duas disciplinas dispostas, se marcassem uma ou duas, seriam classificados como concluintes. Para esta última variável, procura-se saber se existe a diminuição de vieses, com o aumento da experiência dentro do curso de Ciências Contábeis, em outras palavras, se concluintes são menos enviesados que iniciantes.

Com relação, especificamente, às questões, todas elas abordam o Efeito Framing, entretanto cada uma, mostra sua peculiaridade. Na Questão 1, pode-se verificar o Efeito Framing em sua essência, pois existe uma certeza e uma situação provável, além do mais, em ambas as situações, as alternativas "A" e "B" possuíam o mesmo valor esperado, o que muda é a forma como a situação é descrita, em termos positivos ou negativos.

Analisando a primeira situação, a mesma está trabalhando nos termos de valores poupados, portanto campo dos ganhos, tendo os respondentes, segundo a Teoria dos Prospectos um comportamento de preferência pela situação mais "certa". Já na segunda situação, por estar inserida no campo das perdas e falar de valores perdidos, os respondentes se posicionariam de outra maneira a fim de estabelecer uma posição mais agressiva perante o risco. Com isso esperava-se que os respondentes sofressem o impacto gerado pela Teoria dos Prospectos e assim, no campo dos ganhos, haveria uma preferência pela maior chance de um ganho certo e no campo das perdas uma propensão ao risco. Dessa forma seria evidenciado, o Efeito Reflexão,



onde há a propensão ao risco em um domínio e aversão em outro, e consequentemente o Efeito Framing, ou seja, descrever em valores poupados ou perdidos altera a percepção do decisor.

A segunda questão procura confirmar o Efeito Framing através do viés do enquadramento dos resultados. Nesta questão o respondente é levado a escolher uma opção para cada uma das duas decisões a serem tomadas, sendo que na decisão 01 elas são apresentadas de forma positiva (em termos de ganho) e na decisão 02 são apresentadas de forma negativa (em termos de perda). Se escolhidas, o par de opções A na decisão 1 e D na decisão 2, mostra a influência da Teoria dos Prospectos sobre a tomada de decisão, pois evidencia-se tanto o Efeito Certeza e Reflexão quanto e principalmente o Efeito Framing. Isso porque se o problema for enquadrado sobre a forma de ganhos, os respondentes optarão pela alternativa menos arriscada e/ou que exibe certeza, ignorando o fato de ser a alternativa de menor valor esperado e quando apresentado sobre a forma de perda, escolherão a alternativa mais propensa ao risco, supervalorizando as opções de perdas certas, ignorando mais uma vez a questão do valor esperado.

Ou seja, para a Teoria da Utilidade Esperada: Na decisão 01, a alternativa A tem valor esperado 480 ( $480 \times 1$ ), a B tem 500 ( $2000 \times 0,25 + 0,75 \times 0$ ), partindo do princípio que a alternativa racional é a de maior valor esperado, então seria a B. Já na decisão 02, a alternativa C tem o valor esperado de -1480 ( $-1480 \times 1$ ) e D tem o valor de -1500 ( $-2000 \times 0,75 + 0 \times 0,25$ ), sendo C, a opção racional, segundo a TUE. Conclui-se que os respondentes racionais responderiam B e C, e os respondentes totalmente enviesados, responderiam A e D. No artigo Dantas e Macedo (2013), 41% dos respondentes optaram pelo par enviesado e 9%, pelo par racional.

Sobre a terceira questão, cabe ressaltar que as questões que envolvem aspectos relacionados à Teoria dos Prospectos, apresentam alternativas que lidam, normalmente, com duas opções inseridas em um contexto de “resultado certo” versus “resultado provável”. Assim, além de analisar o efeito advindo da Teoria estudada, busca-se verificar o comportamento do respondente frente a uma opção mediana. Primeiramente, as questões estão dispostas de forma oposta, uma falando em poupar e outra em perder. Ao mudar o padrão de respostas entre os questionários, busca-se evidenciar a presença da Teoria dos Prospectos e seu Efeito Framing nas respostas.

É importante notar que todas as 3 opções têm o mesmo valor esperado. Na primeira situação as opções foram expostas em termos de ganho e na segunda situação, as opções foram apresentadas em termos de perda. Na situação positiva esperava-se, ao falar em termos de ganho, diga-se poupar, existiria uma aversão ao risco e uma tendência à certeza de poupar, ou seja, opção “C”, evidenciando dessa forma a existência da aversão ao risco.

Já na situação negativa esperava-se que, quando se falava em termos de perda, haveria uma propensão ao risco e assim os respondentes arriscariam mais na busca pela possibilidade de perder menos, tendendo à opção “A”. Entretanto, no artigo Barreto, Macedo e Alves (2013), em ambos os questionários a maioria dos respondentes escolheram a alternativa mediana, “B”. Dessa maneira, não foi evidenciado o viés do Efeito Reflexão, e, por conseguinte o Efeito Framing. Nesta pesquisa, sobre essa questão, foram feitas algumas alterações, no sentido de verificar o Efeito Framing em uma questão com uma opção mediana, mas desta vez, existe a certeza como uma das opções. Objetiva-se então verificar se com essa nova conjuntura de probabilidades, e tendo todas as opções com o mesmo valor esperado, o respondente sofreria o viés do Efeito Framing.

A quarta, e última questão, aborda o Efeito Framing, de uma maneira diferente da utilizada usualmente, aquela que utiliza dois quadros distintos, como perda versus ganho, ou



algo versus seu oposto e a partir disso se manipula duas situações. Esta, por sua vez, traz mudanças em uma escala de porcentagem em uma situação, sendo elas em lugares distintos desta escala, porém com o mesmo valor absoluto (5%, por exemplo), e a ideia central é verificar se a mudança (Framing) no lugar da escala afeta o impacto na tomada de decisão.

Esse viés é explicado por Kahneman e Tversky (1984), que o denominou “Efeito Category-Boundary”, no qual uma mudança de impossibilidade para possibilidade (0% para 5% na situação 1), ou de possibilidade para certeza (95% para 100% na situação 3), tem um impacto maior do que com a mesma mudança em uma parte mediana da escala (30% para 35% na situação 2).

Kahneman e Tversky (1984) não fizeram este teste ou algum parecido, porém segundo os autores, espera-se que o respondente enviesado mostre maior impacto nas situações extremas, demonstrando que apesar de estar se trabalhando com o mesmo valor (mesma mudança), a maneira que ele foi tratado, muda a percepção do respondente, demonstrando o “Efeito Category-Boundary” e consequentemente o Efeito Framing. Já o decisor racional, demonstraria o mesmo impacto nas 3 situações, ou seja, independente do que respondesse, responderia a mesma opção nos 3 problemas. Este artigo traz duas novas concepções baseadas neste efeito. Uma, no sentido de que também existe a possibilidade da amostra se inclinar a certeza dada pela situação 3 em detrimento das outras duas. A outra seria uma conjunção dos Efeitos Category-Boundary e Certeza, ou seja, existe um maior impacto das mudanças nos extremos em detrimento da mudança mediana, entretanto a mudança no extremo de possibilidade para certeza seria mais impactante nos respondentes do que a mudança de impossibilidade para possibilidade, ou seja, neste contexto, seria possível evidenciar os dois efeitos. Vale ressaltar que, nessas duas novas concepções, por consequência, o Efeito Framing seria constatado, e que essas duas concepções derivadas deste efeito não foram relatadas por Kahneman e Tversky (1984).

#### **4. Apresentação e Análise dos Resultados**

Antes da análise, vale ressaltar dois pontos: um em relação a estrutura da aplicação dos questionários, outro em relação aos respondentes. Primeiramente, é importante explicar como estão distribuídas as questões dentre os seis questionários, para uma análise mais compreensível. A questão 1, por exemplo, tem duas situações, uma em termos de ganhos e outra em termos de perdas, a situação descrita positivamente está presente nos questionários “A”, “C” e “E”, já a descrita negativamente está nos questionários “B”, “D” e “F”, ou seja, o total de participantes que responderam a situação positiva, é a soma dos respondentes daqueles três questionários, o mesmo vale para a situação negativa e para as outras perguntas, exceto a segunda. A terceira é análoga a primeira e a quarta se subdivide em três grupos, questionários “A” e “D” para a primeira situação, “B” e “E” para a segunda e “C” e “F” para a terceira, seguindo o mesmo raciocínio da segunda, sendo que para 3 situações diferentes.

Outro detalhe é em relação aos respondentes, existe a hipótese, dos alunos tenderem a um maior risco nas decisões do questionário em relação a uma situação efetivamente real, além da possibilidade de não terem levado as decisões com a devida seriedade. Entretanto, essas hipóteses, não descaracterizam de nenhuma maneira a pesquisa, pois se acredita na seriedade total ou de grande parte dos respondentes, e, além do mais, segundo a explicação dos dois sistemas (1 e 2) de Kahneman (2003), as pessoas utilizam, na maioria de suas ações, o Sistema 1, aquele ligado às heurísticas (atalhos mentais) de julgamento. Assim, o modo como os participantes decidem, com reflexão ou com a falta dela, reflete situações reais, em outras

palavras, existe certa correlação, entre situações fictícias e reais, no sentido da falta do uso do Sistema 2, aquele reflexivo, que pondera e analisa corretamente as possibilidades.

Analisando o quadro geral de respondentes, a questão 1, replicada do artigo Barreto, Macedo e Alves (2013), é típica da Teoria dos Prospectos e do Efeito Formulação. Assim como nos trabalhos de Barreto, Macedo e Alves (2013), Dantas e Macedo (2013) e Macedo e Fontes (2009), sendo os dois últimos com uma formulação diferenciada, todavia com a mesma estrutura de questão, objetivou-se analisar a postura do decisor frente a uma manipulação do ponto de referência. Porém, em discordância aos resultados dos artigos citados, não se visualizou a inversão efetiva de preferências com a mudança da apresentação da questão, de positiva para negativa, entretanto, a porcentagem de respondentes que marcaram a opção “B” na segunda situação, que está em termos de valores perdidos, praticamente duplica em relação a primeira que está apresentada em termos de valores poupados, de 26% (35 de 133 respostas) para 44% (61 de 138 respostas), conforme mostra a Tabela 1.

**Tabela 1: Resultados da Questão 1**

| Questionários       | A, C, E |      | B, D, F |      |
|---------------------|---------|------|---------|------|
| Alternativas        | Abs     | %    | Abs     | %    |
| <b>A</b>            | 98      | 74%  | 77      | 56%  |
| <b>B</b>            | 35      | 26%  | 61      | 44%  |
| <b>Total</b>        | 133     | 100% | 138     | 100% |
| <b>Sem Resposta</b> | 1       |      | 1       |      |

Fonte: Elaborado pelos Autores

Logo, é possível perceber, sutilmente a presença do efeito reflexão, e efeito Framing, ou seja, quando confrontados com uma opção que traz a certeza dos 100 mil e outra opção, onde há a probabilidade de 1/3 de que os R\$ 300 mil sejam poupados e 2/3 de que nada seja poupado, 74% dos respondentes marcaram a opção que traz a sensação de segurança, porém quando a mesma situação é enquadrada negativamente, a porcentagem reduz para 56% daqueles que preferem a perda certa de 200 mil em detrimento do risco da opção “B”, representando que mesmo que de maneira não tão forte, a aversão à perda e o efeito central deste artigo, o Framing.

Na segunda questão, adaptada de Dantas e Macedo (2013), todos os respondentes enfrentam tanto a situação de ganho quanto a situação de perda, diferente das outras questões. Nela, analisando, as decisões aos pares de repostas, se supõe que através da Teoria da Utilidade Esperada, na procura da maximização dos resultados, o decisor racional marcaria “B” (decisão 01) e “C” (decisão 02), opções com os maiores valores esperados de suas respectivas decisões e o tomador de decisão totalmente enviesado marcaria “A” (decisão 01) e “D” (decisão 02), opções com os menores valores esperados de suas decisões.

Um detalhe adicional em relação a esta questão, é que independente da escolha ótima, é possível notar a coerência ou incoerência dos respondentes, em outras palavras, o decisor pode não ter feito a escolha racional, entretanto, utilizou-se de um raciocínio uniforme perante as duas decisões, enquadradas de forma oposta, uma sobre a situação de recuperação de título a receber, e outra, sobre a não recuperação desse título, ou seja, se o decisor optou pela opção segura na decisão 1, também optou por essa opção na decisão 2, se optou pela decisão mais arriscada na decisão 1, também a fez na decisão 2, todavia, a coerência não elimina o raciocínio enviesado.

Analisando as respostas de maneira agregada, observa-se que 72% marcaram os pares que traduzem a coerência dita anteriormente, marcando “A” (decisão 01) e “C” (decisão 02) ou “B” (decisão 01) e “D” (decisão 02), opções semelhantes, porém apresentadas de maneira diferente, vale frisar novamente que essa coerência não significa ausência do viés. Conforme explicita a tabela 2, o par racional obteve 20% das respostas e o par totalmente enviesado obteve 8%, não tornando possível a confirmação do viés, apenas parcialmente.

**Tabela 2: Resultados da Questão 2**

| Agregadas    |     |      | Separadas    |     |      |
|--------------|-----|------|--------------|-----|------|
| Alternativas | Abs | %    | Alternativas | Abs | %    |
| A e C        | 117 | 45%  | A            | 138 | 53%  |
| A e D        | 21  | 8%   | B            | 123 | 47%  |
| B e C        | 51  | 20%  | Total        | 261 | 100% |
| B e D        | 72  | 27%  | C            | 168 | 64%  |
| Total        | 261 | 100% | D            | 93  | 36%  |
| Sem Resposta | 12  |      | Total        | 261 | 100% |

Fonte: Elaborado pelos Autores

Observando as decisões separadamente, é perceptível que na decisão 01, houve uma propensão a certeza dada pela opção “A” (53% das respostas), mesmo ela sendo a opção com menor valor esperado em relação a “B”, caracterizando o Efeito Certeza, já na decisão 02, 64% dos respondentes marcaram “C”, a opção da perda certa, mostrando desacordo com a Teoria dos Prospectos, que preconiza, que as pessoas em uma situação descrita negativamente irão preferir correr o risco a aceitar uma perda com certeza, assim, não é possível ser caracterizado o Efeito Reflexão (inversão da preferência com a mudança de formulação) e Framing.

A Terceira questão, adaptada de Barreto, Macedo e Alves (2013), procura testar o Efeito Framing, com a introdução de uma opção mediana. Outro ponto relevante ligado a esta questão é que probabilidades e valores foram mudados da questão original. Além do mais, no artigo Barreto, Macedo e Alves (2013), a opção mediana era a opção com maior valor esperado, e, por conseguinte, a escolha racional, neste artigo, todas as 3 opções, nas duas formulações apresentam o mesmo valor esperado, no intuito de saber se com essas mudanças, seria evidenciado o Efeito Framing.

Em consonância com os resultados de Barreto, Macedo e Alves (2013), a grande maioria dos respondentes optou pela opção média, tanto na formulação positiva quanto na negativa: quando descrita em termos de valores poupados, 54% dos respondentes escolheram a opção “B” (73 de 134 respostas), da mesma forma, quando apresentada de forma negativa, 54% dos respondentes escolheram a opção “B” (75 de 139 respostas). Analisando as opções “A” e “C” das duas formulações separadamente, também não se percebe inversão de preferências. Com números muito similares, vide tabela 3, na situação positiva, 22 marcaram “A” e 39, “C”, na situação negativa, 23 marcaram “A”, e 41, “C”.

**Tabela 3: Resultados da Questão 3**

| Questionários | A, C, E |      | B, D, F |      |
|---------------|---------|------|---------|------|
| Alternativas  | Abs     | %    | Abs     | %    |
| <b>A</b>      | 22      | 17%  | 23      | 17%  |
| <b>B</b>      | 73      | 54%  | 75      | 54%  |
| <b>C</b>      | 39      | 29%  | 41      | 29%  |
| <b>Total</b>  | 134     | 100% | 139     | 100% |

Fonte: Elaborado pelos Autores

Dessa forma, é perceptível que a opção mediana elimina o efeito do viés, sendo assim, o respondente se sente mais confortável com uma opção que não é tão arriscada, nem lhe priva de um valor maior, entendimento contrário ao da Teoria Prospectiva, e do Efeito Framing. Apenas com situações mais perto de extremos, o Efeito Framing tem grandes possibilidades de se confirmar, entretanto, com a introdução de uma opção mais branda, não extremada nem em possibilidade, nem em valor, mais uma vez se confirma que o respondente tenderá a essa opção média.

Já a quarta e última questão, traz um efeito ainda não explorado, mencionado no artigo Kahneman e Tversky (1984). Tal efeito chamado pelos autores de Efeito Category-Boundary, preconiza que mudanças extremas em uma escala de porcentagem são mais impactantes do que uma mudança mediana, mesmo tratando da mesma variação (mesma mudança). Logo, este efeito pode ser caracterizado como uma forma diferente, de verificar a existência do Efeito Framing. Este artigo procurou explorar tal efeito, tanto formulando uma questão baseada nele, quanto desenvolvendo um embasamento teórico, também baseado nele.

Podem-se entender três concepções sobre o impacto deste efeito no processo decisório dos tomadores de decisão: a primeira, a original, descrita por Kahneman e Tversky (1984), como dito anteriormente, a diferença do impacto de situações extremas em relação a uma situação mediana é notória, já as outras duas concepções são derivadas desta primeira concepção. A segunda traz a possibilidade da amostra da pesquisa ser impactada mais pela mudança nos extremos do que uma mudança no meio da escala, porém com um impacto maior no extremo de possibilidade para certeza, demonstrando o Efeito Certeza, assim como o Efeito Category-Boundary. A terceira concepção traz a ideia de que o Efeito Certeza prevalecerá, e as outras duas mudanças, de impossibilidade para possibilidade, e a mudança mediana na escala seriam parecidas, descaracterizando em parte o Efeito Category-Boundary. Cabe ressaltar que em qualquer uma das três concepções, o Efeito Framing é evidenciado, o que muda, é a relevância do Efeito Certeza perante o comportamento da amostra.

Procurou-se testar, este efeito através de uma questão dividida em três situações já descritas anteriormente e com juízos de qualidade iguais nas três situações, são eles: Péssimo, Ruim, Bom, Excelente, procurando averiguar quais juízos os respondentes atrelavam a cada situação. O que pôde se observar é que a amostra da pesquisa se comportou conforme explica a segunda concepção, ou seja, foi mais impactante a mudança de possibilidade (95% de chances de atingir a meta) para certeza (100% de chances de atingir), do que a mudança de impossibilidade (0% de chances de atingir) para possibilidade (5% de chances de atingir) e do que uma mudança mediana (30% para 35% de chances de atingir), pois 91% (80 de 88 respostas) daqueles que responderam a terceira situação avaliaram a mudança como Boa ou Excelente. Todavia, comparando a primeira e segunda situação, nos dois casos pôde se observar que 66 respondentes marcaram “Bom” ou “Excelente”, entretanto na variação mediana, dos 66,



55 marcaram “Bom” e 11 “Excelente”, já na variação de 0% para 5%, dos 66, 49 marcaram “Bom” e 17 “Excelente”, assim como apresenta a tabela 4, ou seja, houve um juízo de maior intensidade para a variação no início da escala do que a variação no meio dela, caracterizando sutilmente o Efeito Category-Boundary e a segunda hipótese apresentada.

**Tabela 4: Resultados da Questão 4**

| Questionários       | A e D |      | B e E |      | C e F |      |
|---------------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| Alternativas        | Abs   | %    | Abs   | %    | Abs   | %    |
| <b>Péssimo</b>      | 4     | 4%   | 3     | 4%   | 0     | 0%   |
| <b>Ruim</b>         | 23    | 25%  | 22    | 24%  | 8     | 9%   |
| <b>Bom</b>          | 49    | 53%  | 55    | 60%  | 48    | 55%  |
| <b>Excelente</b>    | 17    | 18%  | 11    | 12%  | 32    | 36%  |
| <b>Total</b>        | 93    | 100% | 91    | 100% | 88    | 100% |
| <b>Sem Resposta</b> | 1     |      | 0     |      | 0     |      |

Fonte: Elaborado pelos Autores

É notável, dessa forma, a presença do Efeito Framing, pois a mesma variação (5%) causou diferentes impactos, que podem ser explicados tanto pelo Efeito Certeza, ou seja, a segurança de atingir 100% torna essa opção mais atraente, quanto pelo Efeito Category-Boundary, pelo menos em parte, pois a variação de um dos extremos foi realmente mais impactante (95% para 100%), e a variação do outro extremo (0% para 5%) foi mais impactante que a variação mediana, porém de maneira não tão forte quanto preconizou Kahneman e Tversky (1984).

Em relação às variáveis de controle: Gênero, CRA e Experiência Acadêmica dentro do curso de Ciências Contábeis. Focando primeiramente, no Gênero, dos 273 respondentes, 109 foram mulheres, 163 homens e uma pessoa não respondeu. Na questão 1, os homens se comportaram conforme a amostra total, não houve inversão de preferências, não se caracterizou o Efeito Framing, porém, houve aumento da porcentagem daqueles que arriscaram mais, da situação positiva para negativa, de 26% (22 de 83 homens) para 38% (31 de 80 homens).

Já com as mulheres, observou-se a presença do Efeito Reflexão e Framing de maneira efetiva, ou seja, houve a inversão de preferências conforme se mudou a apresentação da questão, 75% marcaram a opção certa na situação em termos de valores poupados, e 53% marcaram a opção mais arriscada na situação em termos de valores perdidos, evidenciando a troca de preferências. Dantas e Macedo (2013), também aplicaram um problema similar a questão 1 deste artigo, e obtiveram resultados semelhantes em relação ao gênero, ou seja, as mulheres apresentaram maior sensibilidade em relação ao efeito Framing. Em relação a questão 2 e 3, ambos têm resultados similares aos explicitados na amostra geral. Na quarta questão, tanto homens quanto mulheres tiveram resultados iguais ao da amostra.

Em relação a variável CRA (Coeficiente de Rendimento Acumulado), procura-se testar se o CRA sendo um indicativo de rendimento escolar terá correlação com a diminuição ou aumento dos vieses propostos, assim sendo, quanto maior o CRA, menos se espera que o respondente seja enviesado. Para esta análise os 6 estratos de CRA, com exceção dos “Sem CRA”, foram divididos em 2 grupos, CRA Baixo e Alto. No grupo CRA Baixo, entram aqueles que têm CRA menor que 5, entre 5 e 5,9 e entre 6 e 6,9, totalizando 96 alunos, já no grupo CRA Alto, entram aqueles que tem CRA entre 7 e 7,9, 8 e 8,9 e 9 e 10, totalizando 145 alunos. Na questão 1, o grupo com CRA classificado como Alto, segue a tendência da amostra total, não

há uma inversão de preferências, porém aumenta-se o número de pessoas que se arriscam em detrimento da perda certa. Já os respondentes com CRA Baixo sofrem com o viés do Efeito Framing, pois existe a inversão de preferências, na situação positiva, 69% marcam “A” e 31%, “B”, já na situação negativa 50% marcam “A” e 50% marcam “B”. Logo para esta questão pode-se supor que o rendimento escolar ajudou na diminuição do viés apresentado, pois, mesmo que de maneira não tão potente, os estudantes com CRA baixo tiveram a inversão de preferências conforme se trocou a situação, diferente dos que tem CRA alto.

Na questão 2, a variável CRA apresentou resultados semelhantes a amostra total, com exceção de que na decisão 01, aqueles com CRA Baixo não sofreram com o viés do Efeito Certeza, pois 50% marcaram “A” e 50% marcaram “B”. Em relação a questão 3, a opção mediana é notavelmente a mais escolhida e não há a inversão de preferências em relação as opções nos extremos, de acordo com o que resultou a amostra total. Na questão 4, os resultados foram semelhantes aos da amostra total, tanto para os respondentes classificados com CRA Baixo, quanto para o CRA Alto. Com isso, não é possível induzir que de maneira geral, com o aumento do CRA, diminui-se os vieses, exceção feita a questão 1, onde o grupo CRA Baixo apresentou a inversão de preferências de maneira bem mais potente que o grupo CRA Alto, ou seja, o aumento do grau de rendimento escolar, diminui os vieses do Efeito Reflexão, e consequentemente, há a diminuição do Efeito Framing.

Com a última variável, Experiência Acadêmica, se procurou saber se, com o aumento de experiência no estudo da contabilidade, os vieses tenderiam a diminuir, para isso a amostra foi dividida em 2 grupos, Iniciantes e Concluintes, ou seja, em um primeiro momento os concluintes seriam menos enviesados em relação aos iniciantes. Dos 273 participantes da pesquisa, 121 alunos foram classificados como concluintes e 152 como iniciantes, entretanto, as respostas de todas as questões se mostraram muito semelhantes entre concluintes e iniciantes, e entre esses dois grupos e a amostra total. Em consonância com os resultados obtidos por Dantas e Macedo (2013), que também utilizaram esta variável de controle, a bagagem acadêmica construída pelos respondentes concluintes não foi suficiente para se afirmar que o aumento de experiência no ensino formal de Ciências Contábeis diminui os erros cognitivos, e os vieses estudados.

## 5. Considerações Finais

O papel do contador sempre foi relevante, pois é este profissional, que traduz a saúde financeira de uma organização inteira, através de suas demonstrações contábeis.

Com o advento das normas internacionais de contabilidade introduzidas no Brasil, alguns pontos foram intensificados, como a padronização das técnicas contábeis, ou seja, a linguagem contábil procura ser universal, ser entendida em qualquer país independente de sua língua.

Outro ponto de grande relevância que as IFRS trouxeram, é a necessidade desse profissional de julgar, decidir, tomar decisões, o contador mecânico já não serve mais. É desse segundo ponto que parte este artigo, é preciso entender e aprimorar o processo decisório dos contadores vislumbrando o contexto citado.

Dessa forma, o objetivo desta pesquisa foi analisar como os futuros profissionais de contabilidade se comportam à luz das teorias que estudam os vieses de decisão, como a Racionalidade Limitada e a Teoria dos Prospectos e seus Efeitos, com foco no Efeito Framing. Além disso, como objetivo subjacente procurou-se analisar a influência dos vieses na tomada de decisão dos estudantes perante três variáveis de controle: gênero, coeficiente de rendimento acumulado e experiência acadêmica dentro do curso de Ciências Contábeis.

Para isso, foram aplicados seis tipos de questionários com 4 questões cada, para 273 alunos que cursam Ciências Contábeis em uma Universidade pública do Rio de Janeiro. Com exceção da segunda questão que apresenta as duas situações para cada respondente, as outras apresentam as situações descritas de forma positiva e negativa separadamente entre os questionários, caso das questões 1 e 3. Já a questão 4, foi dividida em três situações diferentes, por sua base ser o Efeito Category-Boundary, que pressupõe no mínimo, três mudanças. As questões são estruturadas desta forma para a verificação do Efeito Framing ou Formulação, que indica que a mesma situação descrita de forma diferente reproduz no respondente uma tomada de decisão diferente, pressupondo a quebra do princípio da invariância da teoria clássica e neoclássica da decisão, que retrata exatamente o oposto, ou seja, o tomador de decisão racional não trocaria sua decisão mudando a estrutura de um mesmo problema.

Os resultados obtidos trazem a ideia, que de maneira geral, na amostra como um todo, o Efeito Framing foi constatado, apenas na quarta questão, nela, os respondentes avaliaram de maneira diferente uma mesma variação, caracterizando o efeito. Em tal questão também pode ser observado o Efeito Certeza, os respondentes avaliaram a variação que trazia a certeza com mais intensidade que as outras variações. Além disso, o Efeito Category-Boundary pôde ser observado, pois a mudança de 0% para 5% teve um juízo melhor qualificado em relação a mudança mediana (30% para 35%).

Na questão 1, houve certa inversão de preferências, porém não o suficiente para a verificação do Efeito Framing, assim como na segunda questão. A questão 3 que continha, entre as opções extremas características de uma questão de Framing, uma opção mediana, sendo esta opção a mais escolhida, nas duas situações (em termos de ganho e em termos de perda).

Em relação as variáveis de controle, foi possível observar que analisando a variável gênero, os homens se comportaram como a amostra geral, já as mulheres apresentaram viés do efeito Framing na questão 1, invertendo efetivamente as preferências conforme a situação passou de positiva para negativa. No tocante do CRA, pôde ser observado que na primeira questão houve a inversão de preferências, não tão intensa, para os que compunham o grupo do CRA baixo, caracterizando o Efeito Formulação. Nas demais questões, os resultados foram similares ao da amostra total em relação a essa variável. Sobre a última variável, experiência acadêmica, não foi constatada nenhuma diferença entre os grupos, iniciantes e concluintes.

A partir disso, pode se concluir que: (i) todos, sem exceção, sofreram com o viés do Efeito Certeza, Category-Boundary (de maneira leve) e, por conseguinte o Efeito Framing na questão 4, demonstrando que realmente houve a superestimação das mudanças extremas em uma escala em detrimento de uma mudança mediana de mesmo valor absoluto. (ii) As mulheres sofreram com o viés, tanto na questão 1, quanto na questão 4, apresentando maior sensibilidade em relação aos vieses cognitivos do que os homens. (iii) A hipótese de que quanto maior o CRA, menos enviesado seria o respondente, acreditando que o CRA é um indicador que mede o nível de comprometimento e estudo dos respondentes, se fez presente na questão 1, onde o grupo CRA baixo mostrou uma inversão de preferências mais intensa que o grupo CRA alto, demonstrando o pensamento enviesado tanto pelo Efeito Reflexão quanto pelo Framing. (iv) Analisando a questão 3, para qualquer variável e para a amostra geral, pode-se concluir que a presença de uma opção mediana anula o efeito Framing, ou seja, é perceptível que uma opção com riscos e valores médios é mais atrativa que opções extremadas em valores e em possibilidade. (v) Em nenhum momento a premissa de que o grau de experiência vivenciado dentro do curso de contabilidade diminui a presença dos vieses se fez presente.

Por fim, é necessário que o futuro profissional contábil procure sempre aperfeiçoar seu raciocínio e a tomada de decisão, no intuito de encontrar a decisão mais racional e menos



enviesada possível, sabendo ele que seu pensamento e julgamento, são os instrumentos para se chegar a informações contábeis que serão usadas tanto por usuários internos quanto externos das organizações.

Para futuros trabalhos, sugere-se aprofundar o estudo do Efeito Framing sobre estudantes, contadores e profissionais ligados a área, porém diversificando e inovando a base de efeitos subjacentes, como o “Efeito Dead-Loss”, que ainda não foi explorado, mas que corrobora com o Efeito Framing. Além do mais, como já existe o estudo do comportamento dos discentes em contabilidade, seria interessante o estudo do processo decisório dos docentes em contabilidade, aqueles que ensinam a técnicas contábeis e sem dúvidas, exercem influência em seus ensinados, e principalmente quais mudanças seriam importantes no sistema de ensino formal da Ciência Contábil.

### Referências

BARRETO, P. S; MACEDO, M. A. S., ALVES, F. J. S. Tomada de Decisão e Teoria dos Prospectos em Ambiente Contábil: Uma análise com Foco no Efeito Framing. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, 3(2), 61-79, 2013.

BONNER, S. E. Judgment and decision-making research in accounting. **Accounting Horizons**, 13(4), 385-398, 1999.

CARDOSO, R. L.; RICCIO, E. L. FramingEffect em um ambiente de informação contábil: um estudo usando a ProspectTheory. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração – ENANPAD, 29., 2005, Brasília. **Anais...**, Brasília: ANPAD, 2005. CD-ROM.

COMISSÃO DE PRONUNCIAMENTO CONTÁBEIS. **CPC 00**: estrutura conceitual para a elaboração e apresentação das demonstrações contábeis. 2008. Disponível em: <[http://www.cpc.org.br/pdf/pronunciamento\\_conceitual.pdf](http://www.cpc.org.br/pdf/pronunciamento_conceitual.pdf)>. Acesso em: fev. 2015.

CARDOSO, R. L.; RICCIO, E.; LOPES, A. B. O processo decisório em um ambiente de informação contábil: um estudo usando a Teoria dos Prospectos. **BASE**, 5(2), 85-95, 2008.

DANTAS, M. M.; MACEDO, M. A. S. O Processo Decisório no Ambiente Contábil: Um Estudo à Luz da Teoria dos Prospectos. **Revista de Contabilidade e Controladoria**, 5(3), 47-65, 2013.

FRISCH, D. Reasons for framing effect. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 54(3), 399-429, 1993.

HASTIE, R. Problems for judgment and decision making. **Annual review of psychology**, 52(1), 653-683, 2001.

KAHNEMAN, D. P.; TVERSKY, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**, v. 47, p. 263-291, 1979.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. The framing of decisions and the psychology of choice. **Science**, 1981.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Choices, values and frames. **American Psychologist**, vol. 39. No. 4, 341-350, 1984.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality. **American Psychologist**, 2003.



KAHNEMAN, D.; FREDERICK, S. A model of heuristic judgment. **The Cambridge handbook of thinking and reasoning**, 267-293, 2005.

KOTHARI, S. P. Capital markets research in accounting. **Journal of Accounting and Economics**, 31(1), 105-231, 2001.

MACEDO JR., J. S.; MARCON, R.; MENEZES, E. A.; NUNES, P. Prospect Theory: A Study of the Endowment Effect. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, 4(8), 11-28, 2007.

MACEDO, M. A. S.; FONTES, P. V. S. Análise do comportamento decisório de analistas contábil-financeiros: um estudo com base na teoria da racionalidade limitada. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, 6(11), 159-186, 2009.

MAYER, V. F.; AVILA, M. G. A influência da estruturação da mensagem em comportamentos relacionados à saúde: um teste experimental. **Saúde Soc.**, 19(3), 685-697, 2010.

MELO, C. L. L.; SILVA, C. A. T. Finanças comportamentais: um estudo da influência da faixa etária, gênero e ocupação na aversão à perda. **RCO**, 4(8), 3-23, 2010.

REINA, D.; NUNES, P.; MACEDO JÚNIOR, J. S.; REINA, D. R. M.; DOROW, A. O Impacto do Efeito Reflexo Sobre Investidores Experientes e Inexperientes em Decisões de Investimento sob Risco. **Gestão.Org**, 8(3), 411-436, 2010.

RUBINSTEIN, A. **Modeling bounded rationality**. London: MIT Press, 1998.

SHAFIR, E.; DIAMOND, P.; TVERSKY, A. Money illusion. **The Quarterly Journal of Economics**, 112(2), 341-374, 1997.

SILVA, C. A. T.; LIMA, D. H. S. Formulation Effect: influência da forma de apresentação sobre o processo decisório de usuários de informações financeiras. In: EnANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. CD-ROM.

SIMON, H. A. A behavioral model of rational choice. **Quarterly Journal of Economics**, 69, 1955.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. **Science**, 185(4157), 1124-1131, 1974.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VON NEUMANN, J.; MORGENSTERN, O. **Theory of Games and Economic Behavior**. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press, 1944.

YOSHINAGA, C.E.; OLIVEIRA, R.F.; SILVEIRA, A.D.M.; BARROS, L.A.B.C. Finanças comportamentais: uma introdução. In.: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 7, 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2004.