

FÁCIL OU DIFÍCIL? FLUÊNCIA DE PROCESSAMENTO E ESTRATÉGIAS DE DECISÃO: UMA ANÁLISE NO PROCESSO DE ESCOLHA DE VINHO

JULIA TONTINI

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

ELIETE DOS REIS LEHNHART

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

CAROLINA SCHNEIDER BENDER

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

MAURI LEODIR LÖBLER

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

Agradecimento à órgão de fomento:

CAPES

Introdução

A crescente importância da metacognição tem despertado o interesse de pesquisadores na literatura sobre tomada de decisão (Basu; Dixit, 2022). Essas investigações abrangem desde as formulações de problemas e suas implicações na tomada de decisão até o entendimento dos efeitos da fluência de processamento e seus impactos no julgamento (Okuhara et al., 2020). A fluência de processamento refere-se à experiência subjetiva de facilidade ou dificuldade associada à realização de uma tarefa, fundamental para a compreensão da tomada de decisão e do julgamento humano (Schwarz, 2004).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Uma das lacunas de pesquisa que carece de contribuição está relacionada à ideia de que a baixa fluência de processamento parece originar estratégias de processamento mais deliberadas e sistemáticas, em comparação com a alta fluência de processamento. Assim, sugere-se que as experiências de fluência desempenham um papel importante na escolha das estratégias de decisão usadas pelos indivíduos. Esta pesquisa tem como objetivo investigar a relação entre a fluência de processamento e as estratégias de decisão utilizadas pelo indivíduo no processo de escolha de vinho.

Fundamentação Teórica

Qualquer processamento cognitivo pode parecer fácil ou difícil, e essa informação metacognitiva pode ser utilizada de diferentes formas (Oppenheimer, 2008), desempenhando um papel importante na compreensão da tomada de decisão e do julgamento (Alter; Oppenheimer, 2009). As estratégias de decisão são usadas quando os indivíduos necessitam fazer uma escolha que envolve distintos critérios a serem analisados (Maran et al., 2020). Essas estratégias podem ser conceituadas como avaliações do processo que conduzem a uma escolha, baseadas nas informações disponíveis aos indivíduos.

Metodologia

Foi conduzido um experimento em laboratório com 65 participantes, que realizaram uma tarefa simulada de escolha de vinho em um ambiente online, desenvolvido para representar uma situação de compra. Os participantes foram alocados aleatoriamente em duas condições de fluência de processamento (Baixa e Alta), manipuladas por meio da fonte de letra (Tahoma e Haettenschweiler) e do contraste da figura (baixo e alto contraste). Os movimentos oculares (eye tracking) foram registrados e as estratégias de decisão foram compreendidas por meio do protocolo verbal think aloud.

Análise dos Resultados

Os resultados mostraram que a manipulação da fluência de processamento foi eficaz, com o grupo da fluência de processamento baixa relatando maior dificuldade. Embora os testes estatísticos não tenham identificado uma relação significativa entre a fluência de processamento e as estratégias de decisão, os dados quantitativos revelaram tendências importantes: além das estratégias compensatórias (Compensatória Aditiva e Diferença Aditiva), as estratégias não compensatórias, como Eliminação por Aspecto e Conjuntiva, foram mais frequentes na condição de fluência de processamento baixa.

Conclusão

Além das estratégias compensatórias, observou-se maior frequência de uso das estratégias não compensatórias na condição de baixa fluência de processamento. Esses padrões observados sugerem que a disfluência pode estimular um processamento mais deliberado, analítico e sistemático. Assim, essa pesquisa contribui para o aprofundamento teórico sobre a fluência de processamento e as estratégias de decisão, ao mesmo tempo oferecendo implicações práticas.

Contribuição / Impacto

Do ponto de vista teórico, os resultados confirmaram que a manipulação experimental, por meio da fonte da letra e contraste da figura, foi eficaz em induzir diferentes níveis de fluência percebida. Já no campo prático, a identificação das estratégias de decisão mais utilizadas pelos participantes, em condições de disfluência, permite que profissionais de marketing e vendas ajustem suas estratégias de comunicação. Ainda, a abordagem metodológica adotada oferece implicações para organizações interessadas em entender o comportamento de seus usuários e consumidores.

Referências Bibliográficas

- PACHUR, Thorsten. Strategy selection in decisions from givens: Deciding at a glance?. *Cognitive Psychology*, v. 136, p. 101483, 2022.
- SCHWARZ, Norbert et al. Metacognitive experiences as information: Processing fluency in consumer judgment and decision making. *Consumer Psychology Review*, v. 4, n. 1, p. 4-25, 2020.
- TODD, Peter; BENBASAT, Izak. An experimental investigation of the impact of computer based decision aids on decision making strategies. *Information Systems Research*, v. 2, n. 2, 1991.