



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE
E SECRETARIADO EXECUTIVO CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS
ECONÔMICAS

RODRIGO DIAS GUIMARÃES

PARALISIA PROFISSIONAL: PORQUE O EXCESSO DE OPÇÕES DIFICULTA A
ESCOLHA DE UMA CARREIRA PELOS JOVENS NO BRASIL.

FORTALEZA

2024

RODRIGO DIAS GUIMARÃES

PARALISIA PROFISSIONAL: PORQUE O EXCESSO DE OPÇÕES DIFICULTA A
ESCOLHA DE UMA CARREIRA PELOS JOVENS NO BRASIL.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Ciências Econômicas
da Universidade Federal do Ceará, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dra. Eveline Barbosa Silva
Carvalho.

FORTALEZA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- G98p Guimarães, Rodrigo.
PARALISIA PROFISSIONAL: PORQUE O EXCESSO DE OPÇÕES DIFICULTA A ESCOLHA DE
UMA CARREIRA PELOS JOVENS NO BRASIL / Rodrigo Guimarães. – 2024.
23 f.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências Econômicas, Fortaleza, 2024.
Orientação: Profa. Dra. Eveline Barbosa Silva Carvalho.
1. Economia Comportamental. 2. Escolha. 3. Carreira. I. Título.
- CDD 330
-

RODRIGO DIAS GUIMARÃES

PARALISIA PROFISSIONAL: PORQUE O EXCESSO DE OPÇÕES DIFICULTA A
ESCOLHA DE UMA CARREIRA PELOS JOVENS NO BRASIL.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Ciências Econômicas
da Universidade Federal do Ceará, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em: 30/09/2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Eveline Barbosa Silva Carvalho (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Paulo de Melo Jorge Neto
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Deoclécio Paiva de Castro
Faculdade de Economia da Universidade do Porto (FEP UPORTO)

A Deus.

A minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela sabedoria e pela força.

À minha família, que sempre me apoiou e me deu condições de exercer meu pleno potencial.

À minha querida Anna Livia, fonte de toda a minha motivação.

À Prof. Dra. Eveline, pela excelente orientação e maestria durante a execução de suas aulas.

Aos amigos da turma de graduação, que deram leveza aos dias difíceis.

Aos professores que me deram suporte durante todo o período universitário, inclusive aos da banca examinadora, que, sem dúvidas, participaram da minha jornada educacional.

“The discrepancy between logic and memory suggests that we don’t always know what we want.”

Barry Schwartz.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo demonstrar que a sobrecarga de opções no mercado de trabalho vem tornando mais difícil a decisão dos jovens em escolher uma carreira. Revisitando a Teoria do Prospecto e o Paradoxo da Escolha, assim como a interação entre as duas teorias, será evidenciado que um número maior de possibilidades não significa, necessariamente, um maior contentamento final ao realizar uma escolha, sobretudo com a criação de novas profissões que surgiram com a ascensão das mídias digitais. Utilizou-se uma revisão literária narrativa, com restrito critério de seleção, para escolher as pesquisas que serviriam de base para a tese argumentativa. Portanto, com a análise dos fatos apresentados, é possível verificar que um maior número de opções gera uma sobrecarga cognitiva e a consequente paralisia decisória nos jovens, desencadeando na prorrogação da escolha de um escopo profissional.

Palavras-chave: Profissão; Escolha; Decisão.

ABSTRACT

The aim of this study is to show that the overload of options in the job market is making it more difficult for young people to decide on a career. By revisiting Prospect Theory and the Paradox of Choice, as well as the interaction between the two theories, it will be shown that a greater number of possibilities does not necessarily mean greater final contentment when making a choice, especially with the creation of new professions that have emerged with the rise of digital media. A narrative literature review was used, with strict selection criteria, to choose the research that would serve as the basis for the argumentative thesis. Therefore, by analyzing the facts presented, it is possible to verify that a greater number of options generates cognitive overload and the consequent decision-making paralysis in young people, triggering the extension of the choice of a professional scope.

Keywords: Professions; Choice; Decision.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	TEORIA DA ESCOLHA	12
2.1	Uma introdução a Economia Comportamental	12
2.2	Teoria do Prospecto	12
2.3	A Teoria da Escolha	13
3	DIVERSIFICAÇÃO DAS OPÇÕES E FATORES DETERMINANTES	14
3.1	O aumento de profissões no Brasil	15
3.2	As profissões com o desenvolvimento da tecnologia	15
3.3	A criação de carreiras e expansão de oportunidades	16
3.4	A escolha certa	16
4	METODOLOGIA	17
4.1	Tipo de revisão	17
4.2	Identificação e seleção das fontes	17
4.3	Quadro referencial	18
4.4	Limitações da metodologia	20
5	CONCLUSÃO	20
	REFERÊNCIAS	22

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, percebe-se um início tardio dos jovens universitários na sua carreira profissional, apesar de possuírem mais opções. Com o aumento da diversificação de carreiras, surge um fenômeno caracterizado por “paralisia profissional”, o qual, paradoxalmente, os estudantes sentem dificuldade em tomar decisões acerca de seu futuro profissional frente ao leque de escolhas disponíveis. Tal problema vem sendo alvo de preocupação, tendo em vista o aumento da População Economicamente Inativa e o desempenho econômico e social da Nação.

É inegável que o capitalismo atingiu um patamar histórico em que a sociedade é capaz de oferecer infinitas possibilidades de oferta e demanda de bens e serviços. Segundo a Economia Clássica, os seres humanos são racionais e tomam decisões baseadas em preferências bem ordenadas e definidas, logo, preferem a maximização de opções de escolha, que está diretamente ligada à satisfação. Entretanto, na mesma medida em que a variedade gera interesse, ela dificulta decisões importantes, tendo em vista o custo mental de negar as possibilidades não escolhidas. Na área de Ciências Econômicas, o custo de eliminar opções em face de uma escolha é chamado Custo de Oportunidade, algo complexo de se calcular com diferentes variáveis: e mais ainda quando se trata da carreira de um jovem universitário.

O desenvolvimento econômico e social de um país está intrinsecamente relacionado à qualificação profissional de sua população e o quão bem direcionada ela está para fomentar a inovação e a produtividade, contexto que torna a escolha profissional uma decisão não apenas pessoal. O fenômeno da “paralisia profissional”, portanto, torna-se um empecilho à alocação eficiente de recursos humanos, possibilitando uma subutilização de habilidades e potenciais talentos.

Esse artigo pretende expandir a concepção da paralisia profissional, incluindo causas e consequências, assim como será analisado o impacto dessa realidade em diversas áreas sociais e econômicas, sobretudo no mercado de trabalho. Mediante a análise detalhada de pesquisas existentes, buscar-se-á verificar os princípios culturais, socioeconômicos e psicológicos que colaboram para esse panorama.

2 TEORIA DA ESCOLHA

Neste capítulo, será apresentada a Teoria da Escolha sob a ótica da Economia Comportamental, tendo como desdobramentos os pilares do “paradoxo da escolha”, de Barry Schwartz.

2.1 Uma introdução a Economia Comportamental

A Economia Comportamental baseia-se na análise econômica de resultados partindo de pressupostos da psicologia e das ciências comportamentais. Ao contrário da teoria econômica clássica, a qual assume a racionalidade dos indivíduos e a tomada de decisão de forma consciente e lógica, a Economia Comportamental emerge como uma resposta às limitações da teoria econômica tradicional e considera desvios de tais padrões devido a vieses e heurísticas. O início do interesse na mescla das duas ciências remonta a 1950, quando o teórico e economista Herbert Alexander Simon apresentou sua Teoria da Racionalidade Limitada, a qual, segundo Simon (1956), reconhece limitações na capacidade de escolha dos indivíduos caracterizados como *vieses*. Teoria essa que rendeu a Simon o prêmio Nobel da Economia em 1978, além da vasta influência em trabalhos acadêmicos posteriores.

Após Simon instigar tal pensamento crítico acerca da racionalidade das decisões humanas, Daniel Kahneman e Amos Tversky foram os grandes desenvolvedores dessa área econômica. Em conjunto, comprovaram a existência de heurísticas e vieses no comportamento dos indivíduos que os tendenciam a realizar certas escolhas a depender do contexto que estão inseridos, muitas das quais sofrem influência não mais da razão, mas sim das emoções e instintos.

2.2 Teoria do Prospecto

De suma importância para a comunidade científica, a Teoria do Prospecto, a qual rendeu um prêmio Nobel de Economia a Kahneman, é baseada em duas partes: a função de valor e a função de probabilidade ponderada.

A primeira sugere uma maior sensibilidade de perdas em relação a ganhos, comumente conhecida por “aversão à perda” e graficamente representada como côncava para ganhos e convexa para perdas, sugere que os humanos estão mais suscetíveis a tomar decisões em que evitem perder em face de buscar ganhar (Imagem 1).

Já a segunda descreve como as pessoas se relacionam com a probabilidade de eventos,

em que tendem a superestimar a ocorrência de eventos raros e subestimar a ocorrência de eventos comuns.

Portanto, sob o ponto de vista construído por Kahneman e Tversky, a diminuição marginal da utilidade com o aumento dos ganhos e um aumento marginal da desutilidade com a ampliação das perdas, ou seja, o sentimento de perda gera distorções na avaliação de opções em um trade-off, em que o ganho deve ser obtido, porém com a menor probabilidade de perdas possível.

2.3 A Teoria da Escolha

Entendendo o efeito da Teoria do Prospecto na formulação de escolhas, é possível relacioná-la ao processo decisório dos indivíduos.

Diariamente os indivíduos encontram-se em face a constantes *trade-offs*. Segundo a Teoria Neoclássica, quanto maior o número de opções disponíveis, melhor para as pessoas, já que essas são racionais, maximizadoras de utilidade e já possuem suas preferências bem definidas. No entanto, um paradoxo é observado quando o número de possibilidades de escolha é aumentado: a aversão a perdas se intensifica, assim como a incerteza, desencadeando um quadro de paralisia decisória.

Segundo Schwartz (2000), a abundância de opções sobrecarrega os indivíduos. Em face a um quadro de opções, as escolhas não concretizadas são caracterizadas como “custo de oportunidade”, tendo em vista a renúncia destas para a escolha de uma única. O problema está na característica humana de aversão à perda (Kahneman e Tversky, 1979) a qual capacita as pessoas a evitarem ao máximo o sentimento de perda, mas que se torna inevitável ao confrontar-se com uma tomada de decisão, sobretudo se as opções são muitas.

Esse efeito pode ser observado no experimento das geleias, conduzido por Iyengar e Lepper em 2000, e evidencia como a sobrecarga de opções pode influenciar o comportamento dos consumidores. O estudo foi realizado em uma loja de produtos alimentícios, onde os pesquisadores ofereciam amostras grátis de geleias para os consumidores, sob duas condições distintas: na primeira, os pesquisadores disponibilizavam 24 amostras grátis de geleias diferentes para os consumidores, enquanto na segunda, apenas 6 ficavam disponíveis. O objetivo da pesquisa era mensurar a taxa de compras em ambos os casos, com o objetivo de mensurar a capacidade de decisão sob duas condições distintas. Os pesquisadores observaram algo surpreendente: apesar de a mesa com mais opções atrair mais clientes, a taxa de conversão

na mesa de menos opções foi significativamente maior. Essa descoberta reforçou a teoria da Paralisia Decisória e evidenciou o Efeito de *Regret* (Iyengar e Lepper, 2000): um consumidor terá mais chances de se arrepender de uma compra quando as possibilidades são mais variadas.

Para entender o processo de decisão, a Economia Comportamental foca na origem das preferências na natureza humana, que sofre uma grande influência de dois fatores primários: hábitos e normas culturais. Ao encaixar-se nos hábitos e no código moral do tomador de decisão, a escolha ainda passa por mais uma etapa, que consiste na alocação das possibilidades em “contas” mentais, que são subjetivas a cada tipo de indivíduo (Schwartz, 2000). Como exemplo, se uma pessoa aprecia ler durante seus finais de semana, a compra de um livro é alocada na “conta mental” associada ao lazer, enquanto para uma pessoa que realiza uma atividade de especialização, tal compra pode ser alocada em uma conta associada à educação ou qualificação profissional. Logo, apesar de passarem pelo mesmo processo, como a compra de um livro em uma livraria, as pessoas tomam decisões com base nas suas preferências subjetivas.

Dessa maneira, ao compreender o processo de tomada de decisão, incide o problema: ao ter muitas possibilidades disponíveis, estas “competem” entre si para que uma, finalmente, seja escolhida. Todavia, ao escolher uma, todas as outras são vistas como perdidas e o sofrimento se instaura. O arrependimento humano causado pelo excesso de opções vem do sentimento de possibilidade, ou seja, do pensamento condicional associado à escolha de outra opção. Portanto, o intuito do processo de tomada de decisão é minimizar antecipadamente o sentimento de arrependimento após a escolha e, conseqüentemente, quanto maior o leque de possibilidades, mais opções são descartadas, potencializando esse sentimento.

Quando se trata de uma carreira, a situação fica mais difícil: o panorama é considerado um jogo repetitivo, já que uma decisão não eliminaria as outras escolhas no curto prazo e elas continuam disponíveis, dia após dia, esperando a mudança.

3 DIVERSIFICAÇÃO DAS OPÇÕES E FATORES DETERMINANTES

Neste capítulo serão evidenciadas as diversas opções de carreiras no Brasil, potencializadas pela ascensão da tecnologia no último século.

3.1 O aumento de profissões no Brasil

Tal confrontamento de possibilidades na escolha de uma carreira inegavelmente sempre existiu, mas durante os últimos anos, alguns fatores desencadearam uma expansão das oportunidades profissionais, tornando a escolha cada vez mais difícil. Esse tópico explora como a vasta gama de opções de carreira no Brasil ilustra o fenômeno do Paradoxo da Escolha e o desencadeamento no bem-estar dos indivíduos.

Segundo o INEP (2022), as Instituições de Ensino Superior (IES) chegaram a 2595 unidades no Brasil, número consideravelmente superior se comparado ao ano 2000, quando essas eram apenas 1180 (INEP, 2000). Esse crescimento das IES está estritamente relacionado a proliferação de cursos técnicos e profissionalizantes, e a emergência de novas áreas de atuação impulsionadas pela inovação tecnológica e pela globalização. Essa ampliação contribui para a diversificação do conhecimento e para um atendimento mais eficaz das demandas da sociedade, que, com avanço da contemporaneidade, estão passando por mudanças e se tornando mais específicas e interdisciplinares.

3.2 As profissões com o desenvolvimento da tecnologia

Além disso, o rápido desenvolvimento da tecnologia da informação trouxe consigo fatores que aumentaram o número de possibilidades profissionais disponíveis, um deles é a maior especialização das profissões já existentes. O aumento das pesquisas e das descobertas científicas, assim como no número de jovens nas universidades e em cursos técnicos e profissionalizantes, segmentaram algumas profissões e aumentaram as possibilidades de escolhas. Esse aumento na base de atuação parte da ampliação da base de estudo, com a divulgação de estudos acadêmicos, e desencadeia na criação de áreas profissionais integradas com a tecnologia, tendo em vista a popularização do uso de inteligência artificial e ciência de dados como ferramentas de trabalho. A constante busca por especialização subdividiu as profissões em especialidades que atendem à indústria com a oferta de serviços cada vez mais restritos e integrados à nova realidade, como a área de Medicina, com novos exames de imagem e diagnóstico, que exigem a adaptação dos profissionais ao uso de equipamentos e softwares. Já o escopo do Direito, por exemplo, também sofreu mudanças, com a criação de leis relacionadas ao uso e proteção de dados, relacionamentos no ambiente digital e a criação de jurisprudências relacionadas ao ambiente de compras online.

3.3 A criação de carreiras e expansão de oportunidades

Ademais, a rápida ascensão das redes sociais nos últimos vinte anos mudou a estrutura do mercado profissional. Com a popularização das plataformas de interação, foram criadas e desenvolvidas novas possibilidades de carreiras, até mesmo sem necessitar de uma formação, os chamados influenciadores digitais, pessoas que ganham notoriedade devido à sua capacidade comunicativa na internet e, por gerar tendências entre quem as acompanha, são bastante requisitados por empresas para realizarem propagandas, além dos que enveredam para o empreendedorismo e vendem produtos virtuais ou físicos com suas marcas.

O tratamento e a análise de dados provenientes de tais plataformas expandiu o ambiente virtual e profissionalizou ainda mais as páginas dos influenciadores, agora administradas por pessoas especializadas em métricas de interesse que direcionam o conteúdo para potenciais consumidores qualificados. Essa nova realidade transformou as redes sociais em verdadeiras vitrines virtuais, onde as propagandas são específicas para o público alvo e encaminhadas diariamente. Por se tratar de uma nova função dentro do mercado com baixa oferta de profissionais, a demanda por cursos de profissionalização da área é significativa, tendo em vista as oportunidades que a profissão oferece.

Ainda sobre a estrutura criada pelos influenciadores, outra profissão foi criada no ambiente digital, o “copywriter”, o responsável por criar textos que criem interesse nos potenciais clientes e atraí-los a comprar o produto anunciado, apresenta-se como mais uma profissão que não requer qualificação formal e encanta as pessoas que buscam uma carreira próspera no espaço virtual.

Diante disso, ao tornar o ambiente virtual propício para negócios, as redes sociais e a globalização promoveram uma ampla divulgação de oportunidades que antes eram limitadas a um âmbito local e puderam ser realizadas de maneira remota, como muitas empresas vêm aproveitando para captar colaboradores de todos os locais do Brasil e do mundo.

3.4 A escolha certa

Com esse remodelamento do mercado de trabalho, adaptável exponencialmente ao digital, um ecossistema empreendedor foi criado e popularizado nas plataformas de interação, possibilitando os indivíduos a venderem produtos digitais e espalharem seu conhecimento pelo mundo inteiro, a um “link” de distância, assim como a participarem da operação de grandes empresas de onde estiverem. Assim, diariamente os consumidores das plataformas são

bombardeados com informações relacionadas a oportunidades profissionais, cursos de empreendedorismo e de especialização, os quais representam novos caminhos e, conseqüentemente, novas decisões a serem tomadas.

Sob esse viés, as diversas oportunidades geram um delongamento na decisão dos jovens de escolherem uma carreira. O desejo por flexibilidade e a aversão à perda são fatores cruciais que causam a incerteza quanto a uma escolha, pois os fazem querer sempre possuir opções disponíveis (Shin e Ariely, 2004), mas essas acabam tirando o foco necessário para prosperarem profissionalmente na única em que escolherem.

4 METODOLOGIA

O presente trabalho adota uma abordagem de revisão bibliográfica metódica com o propósito de analisar e discutir as contribuições teóricas acerca da Teoria do Paradoxo da Escolha no contexto da escolha de carreiras por jovens no Brasil. A metodologia empregada segue a estrutura delineada a seguir:

4.1 Tipo de Revisão

Para atender a necessidade de contemplar a maior parte de conhecimento pertinente para tal pesquisa, foi realizada uma pesquisa bibliográfica abrangente, em que buscou-se mapear e sintetizar as informações disponíveis acerca das teorias mencionadas. Esse método permite edificar o estudo no contexto acadêmico mais abrangente no campo da Economia Comportamental, assim como avaliar a evolução desta.

4.2 Identificação e Seleção das Fontes

Durante o processo de identificação e coleta de artigos, foram utilizadas ferramentas de pesquisa acadêmica, como o Google Scholar e o acervo de Periódicos da Capes, busca por livros e revistas de autores renomados na área econômica e referências de palestras desses registradas em vídeos.

A coleta e seleção das fontes foi conduzida com base em critérios relacionados à credibilidade dos autores principais. A tese baseia-se nas teorias centrais de Barry Schwartz e Daniel Kahneman, assim como se desdobra para estudos de Dan Ariely, Iyengar e Lepper. As fontes selecionadas seguiram os critérios de relevância dos resultados para a teoria do presente estudo e da autoridade dos pesquisadores no campo da Economia Comportamental, com foco

na relação entre bases teóricas, em que buscou-se destacar a interação entre essas e como elas se complementam no contexto apresentado.

4.3 Quadro Referencial

Seguindo os referidos critérios para seleção de fontes, o quadro a seguir mostra os artigos principais que fundamentaram a teoria do presente estudo e serviram de estrutura para a base argumentativa.

Quadro referencial teórico

Autores	Objetivo	Metodologia	Resultado
Amir, O. (2003)	Entender o impacto da indecisão e da flexibilidade sobre as escolhas dos consumidores no ambiente online, mediante o crescimento das opções disponíveis e a facilidade de comparar produtos e preços na internet.	O autor conduziu uma série de experimentos para examinar como diferentes níveis de flexibilidade nas opções disponíveis influenciam a experiência de decisão dos consumidores.	Os resultados revelaram que a presença de muitas opções e a alta flexibilidade podem aumentar a indecisão dos consumidores.
Iyengar, Sheena & Lepper, Mark. (2000)	O objetivo principal do estudo é investigar o impacto do número de opções disponíveis sobre a motivação e o comportamento dos indivíduos. Os autores exploram a hipótese de que um excesso de opções pode ter o efeito oposto, levando a uma diminuição da satisfação e da motivação.	Conduziram uma série de experimentos para testar como a quantidade de opções afeta o comportamento dos consumidores. Os experimentos foram realizados em contextos diferentes, incluindo uma loja de amostras de sobremesas e uma tarefa de seleção de tarefas escolares.	Os resultados mostraram que a oferta de muitas opções pode ser desmotivadora e levar a uma menor taxa de tomada de decisão. Nas lojas de sobremesas, a taxa de conversão de vendas foi maior no caso em que menos opções eram ofertadas.
Kahneman, D., & Tversky, A. (1981)	O principal objetivo do artigo é investigar como diferentes formas de apresentação das escolhas (ou "enquadramento") afetam o processo de tomada de decisão e a avaliação das alternativas pelos indivíduos.	Os autores utilizaram experimentos e exploraram diferentes contextos e situações em que o mesmo problema é apresentado de maneiras distintas, observando como essas variações afetam a escolha e a percepção de valor.	Os resultados mostraram que as escolhas dos indivíduos são fortemente influenciadas pela forma como as opções são enquadradas.
Kahneman, D., & Tversky, A. (1979)	Kahneman e Tversky propõem que os indivíduos avaliam as opções com base em ganhos e perdas relativos a um ponto de referência, e não em termos absolutos, e que essa avaliação é influenciada por fatores psicológicos e comportamentais.	A metodologia envolveu a criação de problemas de escolha onde os participantes tinham que escolher entre diferentes alternativas que envolviam probabilidades de ganhos e perdas.	Os resultados dos experimentos demonstraram que os participantes frequentemente desviam do comportamento racional previsto pela teoria da utilidade esperada, tanto pelo efeito da aversão à perda quanto pelo efeito de enquadramento.

Schwartz, B. (2000).	O principal objetivo do artigo é examinar como a abundância de opções pode, paradoxalmente, levar a uma sensação de sobrecarga e insatisfação e pode criar um efeito negativo sobre o bem-estar psicológico.	Análise crítica de vários experimentos e pesquisas existentes que ilustram os efeitos negativos da escolha excessiva. Além disso, o artigo apresenta casos e exemplos do cotidiano onde a abundância de opções levou a resultados insatisfatórios.	Com muitas opções, as pessoas podem ter dificuldade em tomar uma decisão e, quando finalmente fazem uma escolha, podem sentir-se menos satisfeitas do que se tivessem menos opções. Além disso, fatores como a maior expectativa de sucesso e a responsabilidade pessoal aumentada como contribuintes para o efeito negativo da escolha excessiva.
Shin and Ariely(2004).	O principal objetivo do estudo é entender como a falta de disponibilidade de opções (ou a percepção de que uma opção pode se tornar indisponível) afeta a decisão dos indivíduos de manter ou descartar essas opções.	Os autores projetaram experimentos para simular situações em que a disponibilidade de opções pode ser incerta ou mudar, e para observar como isso afeta a motivação e os incentivos dos participantes para manter ou escolher essas opções.	Os resultados indicaram que a percepção de que uma opção pode se tornar indisponível tem um impacto significativo sobre a forma como os indivíduos avaliam e mantêm suas opções.
Gilovich, T., & Medvec, V. H. (1995).	O objetivo do estudo é compreender os mecanismos do arrependimento, um sentimento comum que surge quando as pessoas percebem que suas escolhas poderiam ter sido melhores.	Os autores realizaram uma série de estudos para investigar o arrependimento em diferentes contextos e para identificar as condições que contribuem para sua experiência. A metodologia incluiu a coleta de dados sobre situações em que os participantes relataram ter sentido arrependimento e a análise das características dessas situações.	Os resultados mostraram que o arrependimento é influenciado por vários fatores, incluindo o tipo de decisão, a comparabilidade das opções e a percepção das consequências das escolhas.

Fonte: Elaborado pelo autor

Dessa forma, utilizando-se de tais artigos como os principais pilares da base teórica do presente trabalho, é notória a influência que o número de opções disponíveis causa em um processo de tomada de decisão. Ao compreender a aversão à perda, como demonstrado por Kahneman e Tversky (1979), o entendimento que a tomada de risco é algo inerente ao cérebro humano torna-se a base do presente estudo. Além disso, é crucial entender o ponto de que, ao tomar uma decisão, o custo de oportunidade aumenta conforme o número de opções disponíveis, representando uma maior renúncia ao realizar uma escolha, como evidenciado por Amir (2003), Iyengar e Lepper (2000) e Schwartz (2000). Por fim, para sanar essa percepção de custo, Shin e Ariely (2004) demonstram que, ao optar por flexibilidade, os indivíduos por vezes incorrem em custos maiores e não realizam as melhores escolhas possíveis para o cenário

apresentado. Logo, no final do processo, a comparação entre as potenciais opções e a opção escolhida costuma gerar arrependimento, como mostram Gilovich e Medvec (1995), a depender do tipo de escolha realizada e as consequências desta em relação às potenciais.

Portanto, mediante a análise crítica da interação entre as teorias evidenciadas nas publicações presentes no quadro, percebe-se que, ao aumentar o número de fatores presentes em um leque de possíveis escolhas, a sobrecarga mental, a incerteza e o arrependimento acompanham.

4.4 Limitações da Metodologia

Apesar da natureza robusta da revisão bibliográfica para a discussão de teorias, é imperativo reconhecer a presença de limitações inerentes à abordagem adotada. Além da dependência de fontes secundárias, a qual pode limitar a profundidade da análise empírica e torna a comparação de resultados menos precisa, o mapeamento de material teórico pode estar sujeito a vieses de disponibilidade de acordo com a experiência pessoal do pesquisador.

Contudo, a revisão foi coordenada com rigor acadêmico para atenuar essas limitações e apresentar uma visão crítica e neutra das teorias revisitadas.

5 CONCLUSÃO

A análise realizada no presente estudo, sob o ponto de vista da Economia Comportamental, demonstra uma relação entre preferências individuais e as estruturas de escolhas disponíveis. As teorias revisitadas fornecem uma base teórica robusta para compreender as dificuldades de seleção de uma trajetória profissional pelos jovens brasileiros. O excesso de opções disponíveis no mercado de trabalho, apesar de bom para exercer a plena liberdade dos indivíduos, por vezes gera uma sobrecarga cognitiva que se desdobra em uma paralisia decisória, prolongando o tempo de início da carreira profissional e dificultando a tomada de decisão assertiva.

As opções são praticamente infinitas: cursos de graduação, especializações, títulos acadêmicos, empresas, concursos públicos, empreendedorismo, e isto está longe de ser um facilitador no momento de escolha de uma ocupação, sublinhando a necessidade de intervenções que auxiliem a redução da complexidade percebida e elucidem o processo decisório.

A compreensão desses fenômenos comportamentais torna-se crucial para a elaboração de políticas educacionais e orientações profissionais que visem atenuar os efeitos adversos da sobrecarga de opções de escolha e promover decisões mais informadas e satisfatórias para os jovens e futuros profissionais, mediante a redução consciente e estudada das escolhas possíveis, visando a construção de uma jornada clara e focada.

Portanto, dado o impacto significativo econômico e social das implicações vistas no estudo, uma área promissora para investigação futura seria a análise de intervenções específicas destinadas a mitigar o esgotamento cognitivo e os efeitos adversos associados, em particular a investigação de como estratégias de orientação personalizada e ferramentas de simplificação do processo decisório influenciam na qualidade decisória dos jovens quanto a uma carreira profissional e os deixam menos sujeitos a arrependimentos.

REFERÊNCIAS

AMIR, O. The pain of deciding: Indecision, flexibility and consumer choice online. Working paper, Yale School of Management, 2003.

GILBERT, D. T.; EBERT, J. E. J. Decisions and revisions: the affective forecasting of changeable outcomes. *Journal of personality and social psychology*, v. 82, n. 4, p. 503–514, 2002.

GILOVICH, T.; MEDVEC, V. H. The experience of regret: What, when, and why. *Psychological review*, v. 102, n. 2, p. 379–395, 1995.

INMAN, J. J.; ZEELLENBERG, M. Regret in repeat purchase versus switching decisions: The attenuating role of decision justifiability. *The journal of consumer research*, v. 29, n. 1, p. 116–128, 2002.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). (2023). [s.l: s.n.].

IYENGAR, S. S.; LEPPER, M. R. Rethinking the value of choice: a cultural perspective on intrinsic motivation. *Journal of personality and social psychology*, v. 76, n. 3, p. 349–366, 1999.

IYENGAR, S. S.; LEPPER, M. R. When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? Em: LICHTENSTEIN, S.; SLOVIC, P. (Eds.). *The Construction of Preference*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. p. 300–322.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrika*, v. 47, p. 263–291, 1979.

LOOMES, G.; SUGDEN, R. Regret theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. *Economic journal* (London, England), v. 92, n. 368, p. 805, 1982.

READ, D. Choices, values and frames, Daniel Kahneman and Amos Tversky (Eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 840 pp., ISBN 0521627494 (pb), 0521621720 (hc). *Journal of behavioral decision making*, v. 15, n. 5, p. 467–473, 2002.

SCHWARTZ, B. Self-Determination: The Tyranny of Freedom. *American Psychologist*, v. 55, p. 79–88, 2000.

SCHWARTZ, B. *The paradox of choice: Why more is less*, revised edition. Nova Iorque, NY, USA: ECCO Press, 2016.

SHIN, A. Effect of Unavailability on Incentives to Keep Options Viable Management. *Management Science*, v. 50, n. 5, p. 575–586, 2004.

SIMON, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, v. 63, p. 129–138, [s.d.].

SIMON, H. A. A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, v. 59, p. 99–118, 1955.

THALER, R. Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, v. 1, n. 1, p. 39–60, 1980.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. The framing of decisions and the psychology of choice. *Science (New York, N.Y.)*, v. 211, n. 4481, p. 453–458, 1981.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Biblioteca Universitária. **Guia de normalização de trabalhos acadêmicos da Universidade Federal do Ceará**. Fortaleza: Biblioteca Universitária, 2013. Disponível em: <https://biblioteca.ufc.br/wp-content/uploads/2019/10/guia-de-citacao-06.10.2019.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2021.