

Análise da relação entre as Atitudes Frente a Jogos de Computador e o Perfil Empreendedor¹

Lucas Monteiro GUEDES²
Polyana Cunha Lima BOTECHIA³
Kamylla Silva RODRIGUES⁴
Patrícia Monteiro Crus MENDES⁵
Luis Augusto de Carvalho MENDES⁶
Uninassau João Pessoa, PB

RESUMO

Ter uma atividade recreativa no tempo livre contribui para um cotidiano tranquilo, livre de transtornos e de certa forma prazerosa e os jogos eletrônicos são uma dessas atividades. Cada vez mais os jogos vêm fazendo parte da vida de várias pessoas, em que não é incomum um jovem depois de sair da escola ou faculdade, chegar em casa e jogar ou até mesmo um trabalhador ter algum jogo no celular para jogar durante o intervalo do expediente. A partir desse cenário, o objetivo principal desta pesquisa consistiu em identificar a relação entre as atitudes frente a jogos de computador e a capacidade empreendedora. Participaram 223 estudantes de uma instituição de ensino superior particular, sendo 32,7% do sexo masculino e 67,3% do sexo feminino. O instrumento para a coleta dos dados foi composto por itens objetivos, por meio das escalas de *Computer Game Attitude* (versão em português), Potencial Empreendedor e um questionário sociodemográfico, os quais foram aplicados de forma coletiva, porém respondidos individualmente. Por meio das análises encontrou-se uma relação positiva entre as *Atitudes Frente aos Jogos* com as características *Informações*, *Oportunidades*, *Persuasão* e *Perfil Empreendedor* da escala de Potencial de Empreendedorismo. Por fim, conclui-se que os jogos podem ser utilizados como ferramenta para impulsionar o desenvolvimento de habilidades cognitivas e sociais relacionadas ao perfil empreendedor.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos. Computador. Empreendedorismo.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, com o grande avanço da tecnologia, o mundo virtual e dos jogos de computador ficaram cada vez mais populares e ligados ao dia-a-dia das pessoas. Atualmente pode ser visto que essa realidade passou a ser uma das mais importantes atividades, principalmente no que diz respeito aos jogos eletrônicos como atividade de lazer e como recurso para o aprimoramento de habilidades e competências para crianças,

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior II06 - Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Bacharel em Psicologia da Uninassau João Pessoa, e-mail lucasguedespsi@gmail.com

³ Bacharel em Psicologia da Uninassau João Pessoa, e-mail poly2005icla@hotmail.com

⁴ Bacharel em Mídias Digitais UFPB, e-mail kamyllarsrodrigues@gmail.com

⁵ Orientadora e professora da Uninassau João Pessoa, e-mail patriciamonteiro Mendes@gmail.com

⁶ Orientador e professor da Uninassau João Pessoa, e-mail luisaugustomendes@gmail.com

adolescentes e adultos jovens. De acordo com Griffiths (2005), os jogos de computador podem ser utilizados em diversos contextos e sua utilização pode ter vários objetivos, como uma forma de passar o tempo, de lazer ou até mesmo de maneira educativa.

Algumas pesquisas, como Alves (2003; 2004), Abreu et al (2008) e Lemos e Santana (2012) abordam aspectos negativos e problemáticos acerca dos jogos de computador. Porém, eles ainda relatam que o uso de forma sadia e educativa pode ter vários benefícios, como o desenvolvimento da criatividade (MCGONIGAL, 2007), foco no objetivo principal de uma tarefa (CHISHOLM et al, 2010), ignorar distrações (CHISHOLM et al, 2010) e rapidez em fazer decisões corretamente (GREEN; SEITZ, 2015), as quais são consideradas características atrativas e necessárias em diversos contextos, como no âmbito acadêmico, no mundo do trabalho e no empreendedorismo (MUZZIO, 2017).

Se as pessoas passarem todo o seu tempo competindo uns com as outras, principalmente com estranhos em jogos online, elas podem experimentar sentimentos voltados para agressividade e hostilidade, contudo, jogos cooperativos, em que as pessoas jogam em grupo, juntas para um mesmo objetivo, e não umas contra as outras, são mais saudáveis, produtivos e provocadores de sentimentos positivos, deixando assim a ideia de que jogos de computador não são os “malvados” da história, mas sim a maneira os quais são utilizados, sejam eles online ou não (MCGONIGAL, 2011).

É necessário pensar acerca da presente visão que a sociedade contemporânea tem acerca dos jogos de computador e seus usuários, refletindo sobre como os jogos podem contribuir na vida das pessoas, ajudando assim não só os indivíduos em si, mas também o meio em que eles estão inseridos, principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento e/ou aprimoramento de habilidades cognitivas e sociais, bem como estratégias para tal fim, além de contribuir para futuros estudos sobre a relação entre jogos de computador e aspectos da vida humana em sociedade.

Assim, tendo em vista a importância dessas habilidades e de outras que podem ser desenvolvidas e/ou aprimoradas através de jogos de computador que, na realidade, são vistas como necessárias e de grande valor, o presente estudo teve como pergunta inicial “Qual a relação entre jogar jogos de computador e a capacidade empreendedora hoje em dia?” e como objetivo principal identificar a relação entre as atitudes frente a jogos de computador e a capacidade empreendedora em universitários da cidade de João Pessoa e, como objetivos específicos, observar quais são as diferenças entre as pessoas que jogam

e não jogam no que diz respeito às atitudes frente aos jogos de computador e a capacidade empreendedora. Além disso, foi hipotetizado que há uma correlação positiva entre as atitudes frente a jogos de computador e a capacidade empreendedora.

2 JOGOS ELETRÔNICOS

Jogos eletrônicos estão ficando cada vez mais presentes no dia-a-dia das pessoas, tanto de crianças e adolescentes quanto adultos, despertando, assim, o interesse em como eles influenciam o cérebro e o comportamento humano, preocupação essa que não é só de psicólogos, mas também de políticos, familiares, professores, médicos e outros indivíduos relacionados com a vida de quem joga (GREEN; SEITZ, 2015). Com essa visão, alguns pesquisadores se interessaram tanto em pontos negativos quanto positivos relacionados aos jogos eletrônicos.

O trabalho de Lemos e Santana (2012), o qual aborda sobre a dependência de jogos eletrônicos, é um exemplo da visão negativa acerca dos jogos eletrônicos. Eles levaram em consideração que é um construto relativamente novo a ser estudado e se está ou não diante de um transtorno psiquiátrico distinto ou se é uma sintomatologia referente a outras psicopatologias.

Alves (2004) com sua tese sobre a influência dos jogos eletrônicos no cotidiano dos jogadores e suas possíveis implicações em um comportamento violento, é outro caso da visão negativo em que os jogos eletrônicos tem na atualidade. Porém, com o andar da pesquisa, a autora confirma que os jogos se constituem em ambientes de elaboração de conflitos, medos e angústias, além de também contribuírem na criação de novos espaços de socialização, lazer e aprendizagem, ou seja, não necessariamente eles levam os jogadores a comportamentos e atitudes hediondas e socialmente inaceitáveis.

Se as pessoas passarem todo o seu tempo competindo uns com as outras, principalmente com estranhos em jogos online, elas podem experimentar sentimentos voltados para agressividade e hostilidade. Contudo, jogos cooperativos, onde as pessoas jogam em grupo, juntas para um mesmo objetivo, e não umas contra as outras, são mais saudáveis, produtivos e provocadores de sentimentos positivos, deixando assim a ideia de que jogos eletrônicos não são os “malvados” da história, mas sim a maneira os quais são utilizados, sejam eles online ou não (MCGONIGAL, 2011).

Green e Seitz (2015) já partem da visão positiva desde o início do estudo. Com o título *The Impacts of Video Games on Cognition (and How the Government Can Guide*

the Industry), esses autores falam que alguns, mas não todos, jogos eletrônicos comerciais tem o potencial para causar mudanças significativas em grande variedade do comportamento humano e habilidade cognitivas.

Diferentes tipos de jogos proporcionam diferentes tipos de experiências e influencias. Por exemplo, jogos com objetos que se movem rapidamente, objetos que aparecem de surpresa, objetos em grande quantidade e desordenados ou irrelevantes, que demandam do jogador constante controle em manter atenção (focada ou distribuída) e que necessitem fazer decisões rápidas contribuem para o aprimoramento de algumas habilidades cognitivas, como velocidade de processamento de informações, tomar decisões rapidamente com precisão, monitoramento de várias informações ao mesmo tempo e ignorar distrações (GREEN; SEITZ, 2015).

Sendo algumas dessas características e diferenças previamente citadas também vistas no estudo de Chisholm et al (2010), intitulado *Reduced attentional capture in action vídeo games players*, abordando que jogadores com experiências em jogos de ação respondem de forma mais rápida a estímulos em comparação a jogadores que não tem essa experiência, mesmo na presença de estímulos considerados irrelevantes para o objetivo do jogo e que servem de distração.

Com o pensamento de que os jogos são orientados por um desenvolvimento constante, pelo menos inicialmente, os jogadores assimilam as regras do jogo e procuram aplica-las corretamente, aceitando-as, pois gostam de jogar (BORGES, 2012).

Em relação aos objetivos e às tarefas a serem realizadas em jogos eletrônicos, se as soluções tidas como óbvias no que diz respeito ao problema enfrentado em jogo para se chegar ao objetivo principal forem removidas ou limitadas, as regras do jogo fazem com que os jogadores busquem possibilidades ainda não exploradas. Isso faz com que os jogadores se utilizem do pensamento estratégico e da criatividade para passar de cada etapa proposta pelo jogo (MCGONIGAL, 2011).

A nova geração de jovens representa uma transformação significativa na forma de aprender e produzir conhecimento. Os *games* são um dos principais responsáveis por essa transformação, já que a maneira como eles funcionam é muito parecida à forma como os jovens de hoje em dia aprendem, através de fatores como diversão, *feedback*, interatividade, resultados, entre outros (MATTAR, 2010). Essa ideia remete ao termo Gamificação.

Gamificação é a técnica de utilizar os elementos de *games* fora do contexto dos

mesmos (DETERING et al, 2011). A gamificação é também a utilização das mecânicas próprias dos *games*, estilos e formas de pensar, em situações fora dos *games*, como forma de resolução de problemas e engajamento de sujeitos envolvidos no contexto em questão (SCHLEMMER, 2014).

O grande aspecto dos jogos digitais é possibilitar ao jogador utilizar raciocínio lógico, lidar com desafios e situações adversas, tornando possível ao usuário aprender com seus erros e suas limitações, recomeçando o jogo se for necessário (SILVA, 2016). E porque não estimular a utilização de jogos digitais desde cedo?

É possível utilizar as características dos *games* como método de ensino em sala de aula. Dessa maneira, uma nova forma de ensinar pode ser proposta, forma esta que é mais atrativa e capaz de proporcionar o desenvolvimento de habilidades e competências dos conteúdos trabalhados (SILVA, 2016).

Como verificado acima, os jogos eletrônicos podem ser vistos como um recurso para aprimorar certas habilidades dependendo da temática e do tipo do jogo em si. Algumas dessas habilidades são consideradas atrativas e necessárias em diversos contextos, como no âmbito acadêmico, no mundo trabalhista e no empreendedorismo (MUZZIO, 2017).

3 EMPREENDEDORISMO

A atividade empreendedora, bem como a própria figura do empreendedor, cada vez mais, vem ganhando destaque no turbulento ambiente econômico em que se depara a sociedade, como alternativa para geração de emprego e renda (NASCIMENTO et al., 2010).

O economista Schumpeter (1982) foi um dos primeiros pensadores, que no início do século XX, procurou traduzir o sentido do empreendedorismo, quando descreveu a contribuição dos empreendedores na formação de riqueza como o processo de destruição criativa. O autor afirma que a essência do empreendedorismo está na percepção e na exploração de novas oportunidades, utilizando recursos de maneira inovadora.

Seguindo as palavras de Ferreira, Alcântara e Freitas (2013), com a publicação da obra A teoria do desenvolvimento econômico de Joseph A. Schumpeter (1982), o conceito de inovação passa a estar diretamente relacionado com o empreendedor e esse passa a ser considerado como um indivíduo com foco em gerar recursos econômicos, encontrando novas oportunidades, novas possibilidades, modificando parte dos padrões

manifestados no mercado, sendo também aquele capaz de criar novos grupos de consumidores.

A capacidade de transformar crise em oportunidade, capacidade de empreender sem ter capital, capacidade de negociação, visão de futuro, persistência, coragem de assumir riscos, liderança e criatividade são citadas comumente na literatura como características de empreendedores (FERREIRA; ALCÂNTARA; FREITAS, 2013). Para ser empreendedor é necessário capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber ideias, adaptá-las e transformá-las em oportunidade de negócio, além da capacidade para ver e perceber a mudança como uma oportunidade (LEITE, 2000).

O empreendedor é considerado como um indivíduo responsável pelo desenvolvimento econômico por meio de inovações que podem ser relacionadas a produção, gestão e comercialização, envolvendo tanto produtos quanto processos (SCHUMPETER, 1997 apud FERREIRA; ALCÂNTARA; FREITAS, 2013). O empreendedor é capaz de causar a 'destruição criadora', ou seja, provocar a substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos, o que leva ao desenvolvimento do mercado (SCHUMPETER, 1961).

O processo empreendedor é uma sequência de passos em que o empreendedor, em função de suas características e habilidades pessoais e de como ele pode atuar no ambiente, a partir da existência de uma oportunidade, decide pela exploração da oportunidade e parte em busca dos recursos necessários, organiza o processo e o executa (SHANE, 2003).

O que dirige ou motiva o empreendedor é uma profunda necessidade pessoal de realização e essa necessidade está, geralmente, associada a uma visão bastante específica daquilo que quer, onde o indivíduo empreendedor está preocupado, principalmente, com o estabelecimento de metas para si mesmo e como atingi-las (MOTA, 2013). Os empreendedores, dependendo da motivação pela qual se viram impelidos ao empreendedorismo, podem ser os responsáveis pela aceleração ou estagnação do desenvolvimento da região onde atuam (SANTOS, 2008).

Empreendedores devem ter manejo imaginativo e capacidade de definir sua própria estrutura de trabalho, além de identificar um nicho e, então, ter uma visão de alguma coisa ou algum lugar a ser ocupado no mercado e saber qual é o tipo de organização necessária para tornar isso realidade (FILION, 2000).

A partir desse cenário, a presente pesquisa pretendeu analisar se o uso de jogos

eletrônicos está relacionado com as capacidades empreendedoras, como detalhado no método a seguir.

4 MÉTODO

Esta pesquisa se constituiu em um procedimento de levantamento correlacional de natureza básica, com o objetivo descritivo, de cunho quantitativo, com amostra selecionada de forma não probabilística por conveniência, composta por 223 estudantes universitários de uma instituição de ensino superior particular, da cidade de João Pessoa (PB).

Desses 223, 73 (32,7%) foram do sexo masculino e 150 (67,3%) foram do sexo feminino, em que 123 (53,2%) foram do curso de Psicologia e 100 (44,8%) do curso de Comunicação, com média geral de idade de 26 anos ($dp = 7,42$). Quanto a jogabilidade, 76 (34%) afirmaram jogar no computador e 147 (66%) não jogar. Desses que jogam, a maioria (54,8%) disse jogar de 1 a 3 horas por dia geralmente, porém, 62% reportaram que já esqueceram do tempo enquanto jogavam e passaram mais tempo do que imaginavam, tendo em média 8 horas conectados por dia ($dp = 7,00$).

Quanto à classe social, os participantes da pesquisa estão distribuídos da seguinte forma: 20,7% disseram ser da classe baixa, 67,1% da classe média e 12,2% da classe alta, descrevendo, também, a renda do grupo familiar ao qual pertencem, que teve média de R\$ 3324,95 ($dp = 2662,05$).

O instrumento para a coleta dos dados foi composto por itens objetivos, por meio das escalas *Computer Game Attitude* (CHANG; KUO; LIU, 2014) versão em português, Escala de Potencial Empreendedor (SANTOS, 2008) e questionário sociodemográfico, os quais foram aplicados em ambientes coletivos, porém respondidos de forma individual.

Os dados coletados foram tabulados e analisados no software R-Commander, versão 3.4.2, utilizando estatísticas descritivas com o intuito de caracterizar a amostra de participantes e comprovar as hipóteses do presente estudo. Para tal, foram empregados o Teste T de Student para diferenciação de médias e Correlação de Pearson para identificar a presença de relação entre os fatores dos instrumentos utilizados.

A participação da pesquisa foi de natureza voluntária e os procedimentos de garantia de confidencialidade dos dados foram descritos para os participantes e o consentimento foi obtido pelos investigadores e assinados em um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que constaram nos instrumentos aplicados na coleta

dos dados. No início da aplicação dos questionários foi informado aos participantes que eles poderiam desistir do processo a qualquer momento sem nenhum prejuízo. Para a realização da pesquisa, o projeto foi submetido a análise e aprovação do Comitê de Ética, assim, conforme CAAE 69348317.3.0000.5185, a mesma foi realizada de acordo com a lei 466/12 e a lei 510/16 do Conselho Nacional de Saúde.

5 RESULTADOS

Para descrever os resultados encontrados, primeiro foram feitas as análises das correlações entre os fatores das escalas por meio do coeficiente de correlação de *Pearson* e, consecutivamente, foram expostas as diferenciações encontradas entre os grupos de universitários que jogam e não jogam por meio do teste de diferenciação de média (Teste T de *Student*).

5.1 ANÁLISES CORRELACIONAIS

Como descrito previamente, foram aplicadas duas escalas com o intuito de correlacionar os fatores das mesmas entre si e fazer uma diferenciação entre universitários que jogam e universitários que não jogam.

A partir das análises de correlação de *Pearson* (em que se buscou um nível de significância de $\leq 0,05$), foi verificada a existência das correlações dos fatores da escala de Atitude frente jogos de computador com os fatores da escala Perfil Empreendedor. As correlações, como também os seus valores de força, estão discriminadas na Tabela 1.

Como pode ser visto, foram encontradas correlações positivas do fator *Jogos - Apreciação* com *Empreendedorismo – Oportunidades* ($r = 0,16, p \leq 0,05$). Isto indica que quanto mais uma pessoa gosta e se sente confortável em jogar mais é capaz de aproveitar situações incomuns para iniciar novas atividades (oportunidades).

Também, o fator *Jogos – Aprendizagem* apresentou relação positiva com *Empreendedorismo – Informações* ($r = 0,17, p \leq 0,01$); *Empreendedorismo – Oportunidades* ($r = 0,16, p \leq 0,05$); *Empreendedorismo – Persuasão* ($r = 0,13, p \leq 0,05$); e *Empreendedorismo – Perfil Empreendedor* ($r = 0,13, p \leq 0,05$), demonstrando que, quanto mais um indivíduo percebe impacto positivo em sua aprendizagem provindo dos jogos, maior é a sede por conhecimentos diversos e disponibilidade para aprender, além de mostrar senso de oportunidade mais elevado, habilidade para influenciar pessoas quanto à execução de tarefas ou ações mais facilmente e perfil empreendedor mais

desenvolvido como um todo.

Tabela 1. Correlações entre a escala de jogos e a escala de empreendedorismo

Fatores	Jogos			
	Apreciação	Aprendizagem	Diversão	Autoestima
Empreendedorismo				
Controle	-0,03	0,09	-0,06	-0,04
Eficiência	0,01	0,13	0,02	0,01
Informações	0,11	0,17**	0,10	0,14*
Intenção de empreender	-0,01	0,02	-0,02	-0,02
Metas	0,01	0,09	-0,07	0,05
Oportunidades	0,16*	0,16*	0,12	0,18***
Persuasão	0,12	0,13*	0,02	0,18***
Perfil Empreendedor	0,05	0,13*	-0,001	0,08
Persistência	0,03	0,05	-0,003	0,06
Planejamento	-0,09	0,05	-0,13*	-0,07
Rede de relações	0,08	0,08	0,05	0,11

Notas: Diferença considerada estatisticamente significativa * $p \leq 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Além do mostrado acima, o fator *Jogos – Autoestima* teve correlação positiva com *Empreendedorismo – Informações* ($r = 0,14$, $p \leq 0,05$); *Empreendedorismo – Oportunidades* ($r = 0,18$, $p \leq 0,001$); e *Empreendedorismo – Persuasão* ($r = 0,18$, $p \leq 0,001$). Isso descreve que quanto mais confiante um sujeito for em jogar, mais interessado em encontrar novas informações ele é, além de ter maior facilidade em identificar e aproveitar oportunidades e ser mais capaz de convencer e motivar pessoas, liderar equipes e estimulá-las.

Contudo, o fator *Jogos – Diversão* e *Empreendedorismo – Planejamento* apresentaram correlação negativa entre si ($r = -0,13$, $p \leq 0,05$), ou seja, quanto mais as pessoas pensam em jogos como uma forma de lazer e diversão, menos elas acreditam na importância de planejar suas atividades definindo objetivos, detalhando tarefas ou seguir/executar um planejamento existente.

5.2 ANÁLISES DE DIFERENÇAS ENTRE OS GRUPOS

Como previamente descrito como amostra da pesquisa, 76 (34%) afirmaram jogar no computador e 147 (66%) não e, desses que jogam, a maioria (54,8%) disse jogar de 1 a 3 horas por dia geralmente, porém, 62% reportaram que já se esqueceram do tempo enquanto jogavam e passaram mais tempo do que imaginavam, tendo em média 8 horas conectados por dia ($dp = 7,00$).

Foram realizadas análises para descobrir quais são as diferenças dos valores dos fatores das escalas utilizadas no presente estudo entre os grupos Universitários que jogam e Universitários que não jogam. Os resultados obtidos estão representados na tabela 2.

Como pode ser observado, houve uma diferença significativa em *Empreendedorismo – Informações* [$t(201) = 2,44, p < 0,01$] entre os jogadores ($m = 9,05, dp = 0,96$) e os não jogadores ($m = 8,66, dp = 1,37$), indicando que os grupos são diferentes quando comparados no quesito “sede” por informações novas. Além disso, também é verificado que há diferenças entre os grupos quanto ao aproveitamento de oportunidades, o que pode ser visto em *Empreendedorismo – Oportunidades* [$t(158) = 2,12, p = 0,04$], tendo os jogadores com média 7,56 ($dp = 1,49$) e não jogadores com média 7,11 ($dp = 1,56$).

Outras diferenças entre fatores apresentaram significâncias relevantes quando comparados os grupos em questão. Para *Jogos – Apreciação* [$t(143) = 12,35, p < 0,001$], os jogadores ($m = 3,72, dp = 1,02$) gostam mais de jogar do que os não jogadores ($m = 1,98, dp = 1,95$). Tendo em vista o fator *Jogos – Aprendizagem* [$t(176) = 6,49, p < 0,001$], houve diferença entre os que jogam ($m = 3,87, dp = 0,76$) e os que não jogam ($m = 3,13, dp = 0,90$), demonstrando que as pessoas participantes da pesquisa que jogam percebem mais impactos positivos do jogos na aprendizagem do que as pessoas que não jogam.

Além disso, visto em *Jogos – Diversão* [$t(106) = 10,29, p < 0,001$], os universitários que jogam ($m = 3,08, dp = 1,14$) demonstraram que se divertem jogando e pensam em jogos como uma atividade de lazer mais do que os que não jogam ($m = 1,60, dp = 0,71$). *Jogos – Autoestima* [$t(151) = 10,05, p < 0,001$] também mostrou diferenças significativas, onde os estudantes avaliados que jogam ($m = 3,50, dp = 1,02$) se sentem mais confiantes e mais seguros em relação aos jogos de computador do que os estudantes que não jogam ($m = 2,07, dp = 1,01$).

Também foi analisado que há diferenciações, algumas com significância e outras sem, entre os grupos de universitários do curso de Comunicação e do curso de Psicologia, em que os participantes do primeiro grupo obtiveram escores maiores em relação ao segundo no que diz respeito aos fatores utilizados. No que diz respeito às significativas, houve diferença no fator *Empreendedorismo – Informações* [$t(221) = 3,08, p < 0,01$] entre os estudantes do curso de Comunicação ($m = 9,07, dp = 1,06$) e de Psicologia ($m = 8,57, dp = 1,37$); e no fator *Jogos – Aprendizagem* [$t(212) = 2,44, p < 0,01$], em que os estudantes de Comunicação tiveram como média 3,56 ($dp = 0,91$) enquanto os de Psicologia tiveram 3,23 ($dp = 0,90$), ou seja, os estudantes do curso de Comunicação procuram ser mais informados sobre diversos assuntos e percebem impacto positivo dos jogos na aprendizagem em comparação aos estudantes do curso de Psicologia. Porém,

como esse não foi o foco da pesquisa (diferenciar entre os cursos de ensino superior), as devidas discussões e apresentações não estão presentes nesse documento.

Tabela 2. Comparação dos valores médios entre jogadores e não jogadores

Fatores	Grupos		t	Contraste		
	Jogam	Não Jogam		Df	P	
	M (DP)	M (DP)				
Empreendedorismo	Controle	6,89 (2,35)	6,87 (2,10)	0,08	137,79	0,93
	Eficiência	8,57 (1,36)	8,45 (1,60)	0,60	175,36	0,55
	Informações	9,05 (0,96)	8,66 (1,37)	2,44	201,04	0,01**
	Intenção de empreender	6,87 (2,54)	7,01 (2,47)	-0,38	147,60	0,70
	Metas	7,76 (1,74)	7,72 (1,68)	0,14	147,28	0,89
	Oportunidades	7,56 (1,49)	7,11 (1,56)	2,12	157,65	0,04*
	Persuasão	7,71 (1,41)	7,41 (1,71)	1,41	178,41	0,16
	Perfil Empreendedor	7,95 (1,24)	7,78 (1,31)	0,94	159,25	0,35
	Persistência	8,54 (1,47)	8,47 (1,45)	0,37	149,54	0,71
	Planejamento	7,32 (1,96)	7,45 (1,77)	-0,49	138,84	0,63
	Rede de relações	8,10 (1,59)	7,86 (1,80)	1,03	168,66	0,30
Jogos	Apreciação	3,72 (1,02)	1,98 (1,95)	12,35	143,13	0,001***
	Aprendizagem	3,87 (0,76)	3,13 (0,90)	6,49	176,00	0,001***
	Diversão	3,08 (1,14)	1,60 (0,71)	10,29	105,47	0,001***
	Autoestima	3,50 (1,02)	2,07 (1,01)	10,05	150,53	0,001***

Notas: Diferença considerada estatisticamente significativa * $p \leq 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

6 DISCUSSÃO

A análise principal dessa investigação procurou analisar da relação entre jogar no computador e perfil empreendedor. Sabe-se que, no meio acadêmico, cada construto estudado pode ser levado à um viés positivo e um negativo, principalmente no que diz respeito às áreas da pesquisa em questão, no caso, a Psicologia e a Comunicação, onde é possível observar um histórico de pesquisas e experimentos em ambos os olhares, mas, analisando-se mais a fundo, pode-se ver um foco maior no âmbito negativo (patologizante e discriminatório). Daí surgiu a necessidade de, nesse trabalho, ir por um lado mais positivo, que estimule a criação/desenvolvimento de habilidades para o dia a dia.

Nesse momento, importa então procurar compreender um pouco mais os resultados que aqui se obtiveram, decorrentes das análises estatísticas desencadeadas, tanto relativamente ao objetivo principal, ou seja, de identificar a relação entre as atitudes frente a jogos de computador e capacidade empreendedora em universitários, bem como aos objetivos específicos, observar quais são as diferenças entre as pessoas que jogam e não jogam no que diz respeito às atitudes frente aos jogos de computador e a capacidade empreendedora.

Os resultados alcançados revelaram que há uma relação das atitudes frente a jogos

de computador e o perfil empreendedor, mas apenas em alguns aspectos. Por exemplo, quanto mais uma pessoa gostar e se sentir confortável em jogar mais ela é capaz de aproveitar situações incomuns para iniciar novas atividades (oportunidades) ou quanto mais um indivíduo percebe impacto positivo em sua aprendizagem provindo dos jogos, mais apoiado ele vai ser em aproveitar oportunidade, maior vai ser a habilidade para influenciar pessoas quanto a execução de tarefas ou ações mais facilmente e perfil empreendedor mais desenvolvido como um todo.

De acordo com o que pode ser observado diante do tópico anterior, se determinadas atitudes frente aos jogos de computador, como apreciação, autoestima e aprendizagem, forem bem desenvolvidas e estimuladas, outras características fora do jogo também serão.

Por último, no que diz respeito as análises de diferenciação entre as pessoas que jogam e não jogam, foi notado que as pessoas que jogam apresentam maiores escores em relação à maioria dos construtos apresentados nas escalas, mesmo que algumas dessas diferenças não sejam significativas. Como por exemplo, se um indivíduo jogar utilizando um computador, ele terá mais, em comparação aos que não jogam, vontade em procurar informações novas e saber mais coisas sobre diversas áreas, bem como aproveita melhor as oportunidades que surgem no cotidiano.

Esses achados, assim como os demais na mesma linha de raciocínio, podem ser considerados positivos, pois, se características forem desenvolvidas a partir de jogos eletrônicos, características essas vistas em Green e Seitz (2015) e McGonigal (2011) como também as próprias características presentes no perfil empreendedor, jogos podem ser desenvolvidos com esse intuito, ou seja, de aprimorar habilidades úteis para contextos fora do jogo, como nos contextos acadêmico e corporativo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção principal desse trabalho foi a de promover e desenvolver olhares positivos no que diz respeito aos jogos eletrônicos na área de psicologia, levando em consideração o desenvolvimento e o estudo de habilidades cotidianas vistas como importantes. Em relação a isso e aos demais achados aqui expostos, essa pesquisa supriu as necessidades propostas reladas no início desse estudo.

Aprende-se, portanto, que, além da visão negativa que este construto teve ao longo dos anos, e que ainda tem de certo modo, os jogos eletrônicos podem ser utilizados

de várias maneiras. O instrumento (jogos) está presente no dia-a-dia das pessoas, mas depende de cada uma delas a forma e para que ele vai ser utilizado.

As limitações da presente pesquisa estão relacionadas ao tamanho da amostra ser pequeno em relação a vasta comunidade de jogadores, bem como o local onde foi coletada, fazendo com que os resultados não possam ser generalizados. Isso de maneira alguma invalida os resultados, apenas limita o seu alcance e, como esperado, cria um desafio para outros pesquisadores em futuros estudos ampliarem e aperfeiçoarem o processo científico aqui iniciado. Recomenda-se que seja ampliada as amostras em relação a quantidade e aos grupos participantes/analizados e, com isso, ajudar no desenvolvimento de instrumentos e técnicas para o desenvolvimento de habilidades através de jogos ou, como Jane McGonigal disse em uma palestra no TED2010, transferir as características e emoções positivas desenvolvidas no mundo dos jogos virtuais para o mundo real.

Conclui-se que esse estudo contribui na desmistificação da visão negativa que a sociedade no geral tem em relação aos jogos, contribuindo também para o processo de ensino-aprendizagem já que foi visto o impacto positivo dos jogos nesse contexto na visão dos jogadores, além de servir para conscientizar a família desses jogadores que jogar em si não é ruim e que depende de cada um como utilizar essa ferramenta, podendo, até, promover interação entre membros da família jogando todos em conjunto e, em consequência disso, um ambiente amigável e saudável entre os familiares pode ser formado.

Por fim, esse estudo contribui, não só para as áreas da Psicologia e da Comunicação, mas também para impulsionar a criação de estratégias para o aprimoramento e o desenvolvimento de habilidades cognitivas e sociais dos indivíduos no que diz respeito às características o perfil empreendedor, além de contribuir para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. R. G. Jogos eletrônicos e violência: desvendando o imaginário dos screenagers. **Revista da FAEBA – Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 11, p. 437-446, 2003.

ALVES, L. R. G. Jogos eletrônicos e violência - um Caleidoscópio de Imagens. **Revista da FAEBA – Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 13, n. 22, p. 365-374, 2004.

BORGES, A. G. **Tempo, Adolescência e Jogo**. 2012. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia Escolar e Desenvolvimento Humano, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

CHANG, M.; KUO, R.; LIU, E. Zhi-Feng. **Revised Computer Game Attitude Scale**. Liu, C.-C. et al. (Eds.) (2014). Proceedings of the 22nd International Conference on Computers in Education. Japan: Asia-Pacific Society for Computers in Education.

CHISHOLM, J. D. et al. Reduced attentional capture in action video game players. **Attention, Perception, & Psychophysics**, v. 72, n. 3, p. 667-671, 2010

DETERING, S. et al. Gamification: Toward a Definition. In: **Proceeding of the CHI 2011 Gamification Workshop, Vancouver, Canada**. 2011. Disponível em: <<http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf>>. Acesso em: 29 Abril 2017.

FERREIRA, A. C.; ALCÂNTARA, V. C.; FREITAS, F. M. Adaptação, validação e discussões da aplicação de uma escala de medida do potencial empreendedor em universitários. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 7, n. 3, p. 115-138, 2013.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas**, v. 40, n. 3, pp. 8-17, 2000.

GREEN, C. S.; SEITZ, A. R. The impacts of video games on cognition (and how the government can guide the industry). **Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences**, v. 2, n. 1, pp. 101-110, 2015.

GRIFFITHS, M. Video games and health. **BMJ: British Medical Journal**, v. 331, n. 7509, p. 122, 2005.

LEITE, E. F. **O fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.

LEMOS, I. L.; SANTANA, S. M. Dependência de jogos eletrônicos: a possibilidade de um novo diagnóstico psiquiátrico. **Revista de Psiquiatria Clínica**, v. 39, n. 1, p. 28-33, 2012.

MATTAR, J. **Games em Educação: Como os Nativos Digitais Aprendem**. 1ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2010

MCGONIGAL, J. Gaming can make a better world. **TED: Ideas worth spreading**, 2010. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world?language=pt-br>. Acesso em: 10 Novembro 2017.

MCGONIGAL, J. **Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world**. Penguin, [S,l], 2011.

MOTA, S. A. S. Diagnóstico da Capacidade Empreendedora de Estudantes Universitários e Profissionais de Micro Pequenas e Médias Empresas. 2013. 105 f. Dissertação (Mestrado) – Administração, Faculdade Campo Limpo Paulista, São Paulo, 2013.

MUZZIO, H. Indivíduo, Liderança e Cultura: Evidências de uma Gestão da Criatividade/Individual. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 1, p. 107, 2017.

NASCIMENTO, T. C. et al. A metodologia de Kristiansen e Indarti para identificar intenção empreendedora em estudantes de ensino superior: comparando resultados obtidos na Noruega, Indonésia e Alagoas. **Revista de Negócios**, v. 15, n. 3, p. 67-86, 2010.

SANTOS, P. C. F. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2008. 364 f. Tese (Doutorado) – Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SCHLEMMER, E. Gamificação em espaços de convivência híbridos e multimodais: design e cognição em discussão. **Revista da FAEEDBA - Educação e Contemporaneidade**, v. 23, n. 42, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Fundo de Cultura, 1961. Disponível em: <<http://www.seccri.com.br/arquivos/1280972354.pdf>>. Acesso em: 20 Maio 2017.

SILVA, R. S. **Uso de atividades gamificadas no ensino técnico profissional: uma proposta pedagógica**. 2016. 78 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão Educacional, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2016.

SHANE, S. A. **A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus**. Edward Elgar Publishing, 2003.