



**PERFIL DE INTERESSES VOCACIONAIS DE JOGADORES DE VIDEOGAMES:  
CONSTRUÇÃO E VALIDAÇÃO DE UM INSTRUMENTO**

Lucas Paulo Rigoni

Dissertação de mestrado

Porto Alegre/RS, 2018

**PERFIL DE INTERESSES VOCACIONAIS DE JOGADORES DE VIDEOGAMES:  
VALIDAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE UM INSTRUMENTO**

**Lucas Paulo Rigoni**

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para a obtenção do grau de Mestre em Psicologia  
sob orientação do  
Prof. Dr. Marco Antônio Pereira Teixeira

**Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Instituto de Psicologia  
Programa de Pós-graduação em Psicologia  
Agosto, 2018**

## SUMÁRIO

Resumo.....	6
Abstract.....	7
CAPÍTULO I	
INTRODUÇÃO.....	8
A relação do ser humano com os videogames: um campo de estudos .....	8
Interesses por videogames e perfis vocacionais .....	12
CAPÍTULO II	
MÉTODO .....	21
A Construção do instrumento .....	21
Procedimentos .....	22
Instrumentos .....	22
Procedimentos .....	23
Análise de dados.....	24
CAPÍTULO III	
RESULTADOS .....	25
Estatísticas descritivas para variáveis sociodemográficas.....	25
Estatísticas descritivas do instrumento e análise fatorial exploratória .....	25
CAPÍTULO IV	
DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	35
REFERÊNCIAS .....	39
ANEXOS	
Anexo A. Escala De Interesses E Preferências Em Videogames .....	43
Anexo B. Questionário De Caracterização Dos Participantes.....	48

Anexo C. Termo De Consentimento Livre E Esclarecido.....	49
Anexo D. Lista De Médias Para Os Itens De Interesses Em Videogames.....	52
Anexo E. Parecer do Comitê de Ética.....	54

## LISTA DE TABELAS E FIGURAS

Tabela 1. Análise de componentes principais com 88 itens.....	27
Tabela 2. Análise de componentes principais com 42 itens (solução final).....	32
Tabela 3. Consistência interna, médias, desvios-padrão e correlações das escalas.....	33
Tabela 4. Médias nas escalas do instrumento conforme o tipo autotclassificado.....	34
Figura 1. Gráfico de scree da análise com 18 itens.....	27

## RESUMO

Este estudo teve por objetivo construir e obter evidências de validade para um instrumento que medisse interesses vocacionais a partir dos interesses dos jogadores pelos videogames. Procurou-se verificar a hipótese de que os videogames, nas suas pluralidades de ambientes virtuais, pudessem ser considerados como contextos diferentes, e que a maneira como as pessoas interagem com esses espaços e/ ou quais contextos escolhem para jogar indicasse perfis diferentes de interesses por jogos, que poderiam ser indicativos das dimensões de interesses vocacionais propostas por Holland (1997): Realista, Investigativo, Artístico, Social, Empreendedor e Convencional (modelo RIASEC). O formato do instrumento construído seguiu o formato de outro inventário de avaliação de interesses vocacionais, a *Escala de Interesses Vocacionais* (Teixeira, Castro, & Cavalheiro, 2008). Participaram do estudo 850 jogadores de videogames (76,7% homens), com média de idade de 25,1 anos (DP = 6,15). A coleta foi feita de forma online. Os instrumentos utilizados foram a *Escala de Interesses em Videogames*, o *Questionário de Caracterização dos Participantes* e a *Autoclassificação RIASEC*, em que os participantes deveriam indicar com qual perfil mais se identificavam. Através de análises de componentes principais chegou-se a um instrumento com 42 itens e seis dimensões que corresponderam ao modelo RIASEC, embora a abrangência de conteúdo em algumas dimensões tenha sido restrita. Análises de consistência interna revelaram índices de fidedignidade adequados para as subescalas. De um modo geral, os resultados sugerem que a avaliação de interesses vocacionais a partir dos interesses por videogames é uma estratégia promissora, uma vez que foram obtidas evidências preliminares de validade e fidedignidade para o instrumento. No entanto, mais estudos são necessários no sentido de aprimorar o instrumento, obter novas evidências de validade e avançar a discussão sobre a relação entre interesses no contexto dos videogames e interesses vocacionais.

**Palavras-chave:** Jogos de computador; Orientação Vocacional; Interesses vocacionais; Atividades cotidianas.

## ABSTRACT

This study aimed at build and obtain evince of validity for an instrument that could measure the different interests of the players by videogames. From these interests by videogames, it was tried to verify the hypothesis that videogames in their pluralities of virtual environments, could be considered as different contexts and the way people interact with these spaces and/or which contexts they choose to play could indicate different profiles of interests by videogames, and like this, could be indicative of dimensions of Holland's vocational profiles of interests (1997): Realistic, Investigative, Artistic, Social, Enterprising and Conventional( RIASEC model). The format of the built instrument followed the format of another inventory of evaluation of vocational interests, the "*Escala de Interesses Vocacionais*" (Teixeira, Castro, & Cavalheiro, 2008). 850 Videogame players participated in the study (76,7% men), with na average age of 25,1 years (DP = 6,15). The collection was done online. The instruments used were the *Escala de Interesses em Videogames*, o *Questionário de Caracterização dos Participantes* and the *Autoclassificação RIASEC*, in wich the participants should indicate which profile they most identified with. Through main component analyzes an instrument was resulted with 42 items and six dimensions that corresponded to the RIASEC model, although the scope of content in some dimensions has been restricted. Internal consistency analyzes revealed adequate reliability indices for the subscales. In general, the results suggest that the evaluation of vocational interests from the interests of video games is a promising strategy, since preliminary evidence of validity and reliability was obtained for the instrument. However, more studies are needed in order to improve the instrument, to obtain new evidence of validity and to advance the discussion about the relationship between interests in the context of videogames and vocational interests.

**Keywords:** Computer games; Vocational guidance; Vocational interests; Daily activities.

## CAPÍTULO I

### INTRODUÇÃO

Este estudo relata a elaboração e validação de um instrumento relativo a interesses vocacionais e videogames. Buscou-se construir e obter evidências de validade para um instrumento que avalie os interesses vocacionais de uma pessoa a partir de estímulos relacionados ao contexto dos jogos digitais.

Uma das dificuldades recorrentes vivenciadas por jovens e adultos em processos de escolha profissional é uma falta de clareza sobre si mesmo e os tipos de atividades que lhes interessam, sejam interesses ocupacionais ou mesmo interesses de lazer. No entanto, é possível que as pessoas consigam identificar alguns interesses que estejam relacionados a temas ou objetos com os quais estão mais familiarizados, como os videogames, e a partir desses interesses e preferências de interação possam refletir sobre suas características pessoais e como relacioná-las com o mundo ocupacional.

#### **A relação do ser humano com os videogames: um campo de estudos**

Passar tempo entretendo-se com jogos digitais, mais conhecidos como videogames, em computadores, consoles ou aparelhos celulares, está se tornando um hábito cada vez mais comum entre pessoas de todas as idades e gêneros, em diversos países, desenvolvidos e emergentes. Nos Estados Unidos – berço da grande maioria dos estúdios desenvolvedores dos mais famosos títulos de jogos – por exemplo, 63% dos lares abrigam ao menos uma pessoa que joga regularmente (ao menos 3 horas semanais) algum videogame (ESA facts, 2016). A idade média dos jogadores estadunidenses é de 35 anos, 59% são homens e 41%, mulheres; a maioria joga em computadores e consoles, 56% e 53%, respectivamente (ESA Facts, 2016). Em 2015, a indústria dos videogames, somente nos EUA, gerou 23.5 bilhões de dólares. (The NPD Group, 2016). No Brasil, país considerado emergente no desenvolvimento de jogos digitais, 74% das pessoas tem o hábito de jogar – são dados de uma pesquisa realizada em fevereiro de 2016 com 2848 pessoas (Sioux, Blend & ESPM, 2016). O mesmo estudo quantitativo apontou que as mulheres representam a maioria de jogadores no Brasil, com 52,6%, a maior parte encontra-se na faixa etária que abrange entre 25 a 34 anos de idade. Os brasileiros costumam jogar bastante no smartphone - 82,7% das mulheres e 69,3% dos



homens - e elas jogam muito menos que eles nos consoles, 34,6% contra 58%. A plataforma favorita dos homens é o console e das mulheres é o smartphone. O Brasil, atualmente, é o décimo primeiro colocado no ranking mundial de consumo de jogos eletrônicos, movimentando 1.5 bilhões de dólares na indústria dos games (Newzoo, 2016).

Com base no exposto acima, pode-se entender que o comportamento de jogar videogames, nos dias de hoje, é um comportamento de escolha bastante frequente para passar o tempo livre por muitas pessoas. Na cultura humana, os videogames já movimentam mais dinheiro que a indústria do cinema e compõem a terceira maior indústria do mundo, ficando atrás, apenas, da indústria bélica e da automobilística. (Santaella & Feitoza, 2009). Todos esses dados parecem construir um argumento aceitável, se não, sólido, para que os psicólogos e demais pesquisadores busquem estudar as diversas relações entre os seres humanos e os videogames. Geralmente, as pesquisas que tem se dedicado ao estudo da relação entre humanos e videogames tendem a investigar as possíveis influências, como comportamentos violentos, níveis de cortisol ou identificação facial de emoções, (Anderson, Gentile & Buckley, 2007; Diaz, Wong, Hodgins, Chiu & Goghari, 2016; Gentile, Bender & Anderson, 2016; Gunter, 2016) no desenvolvimento das crianças e adolescentes. O videogame, o comportamento de jogar em si, a produção de subjetividades e narrativas que os jogos podem produzir, entretanto, é hoje um dos casos de maior interdisciplinaridade e complexidade para se estudar (Nesteriuk, 2009).

Antigamente, os videogames valiam-se de estruturas nas quais os jogadores operavam mecanismos físicos para verem o sistema digital do game acontecer – os primeiros que podiam ser conectados aos televisores e, assim, adentrar nas casas dos jogadores, datam de 1972, como o icônico *Odissey*, sucessor do *Pong*, em que quadrados em movimento simulavam diversas atividades, como um jogo de tênis ou uma aventura em uma casa assombrada. Uma das personagens mais famosas dos games surgiu um pouco depois, o *Super Mario*, tornando-se herói/ protagonista de um jogo em 1985. Nunca antes, como hoje em dia, os videogames foram tão populares e integrantes dos lares das pessoas ao redor do mundo, mas ainda carecem de estudos (Newman, 2013). Há tempo, mais de 40 anos, os videogames vêm evoluindo e ganhando características como novos controles, captadores de movimentos, telas sensíveis ao toque, gráficos, enredos e interatividades que, cada vez mais, permitem que sejam vistos como ambientes que propiciam, na união com os jogadores, a criação e simulação de histórias, narrativas, comportamento social e psicológico dos usuários. (Newman, 2013; Ranhel, 2009). Hoje em dia, são possíveis diversas formas de jogar e interagir com um mesmo jogo.

Ludologistas, estudiosos dos jogos, trataram de definir o termo “jogo”, seguindo um dos estudos pioneiros sobre o conceito, realizado por Johan Huizinga (1938), o seu *Homo Ludens*. Jesper Juul (2003), em seu trabalho denominado *The game, the player, the world: looking for a heart of gameness*, utilizou um método em que analisou 7 definições prévias, na história, de jogos, incluindo e começando pela de Huizinga, passando por Caillois (1961), Crawford (1981), dentre outros. Elencou, a partir dessa revisão, as similaridades e aprimoramentos de cada teoria, para englobar os avanços tecnológicos e formas variadas de jogos, e propôs uma nova definição. A nova definição de jogo de Juul considerava 6 elementos imprescindíveis para compor um jogo: (1) Regras, (2) resultado variável e quantificável, (3) o resultado tem um valor, (4) o esforço do jogador, (5) o jogador estar vinculado com o resultado e, por último, (6) consequências negociáveis. Um jogo, para Juul, deve ter regras claras, que vão mostrar o objetivo ao jogar. Então, o jogador irá obter resultados que podem ser diferentes, dependendo das ações que tomou e ele poderá medir esses resultados, para planejar suas próximas ações, caso ele esteja vinculado com os resultados, sendo algo que o agrade (ou não) e seja de seu desejo, por exemplo. O esforço do jogador deve ser levado em conta; todo o esforço da pessoa para aprender a jogar, aprender as regras, deve ser validado. As consequências, sejam quais forem, devem ser negociáveis, o jogador deve saber o que pode ganhar ou perder na sua empreitada. Quando uma atividade não apresenta algum desses elementos, ele seria chamado de *fronteiriço*, é quase um jogo (Juul, 2003). Muitos jogos operados em mídias audiovisuais como a televisão ou o computador, obedecem às regras de Juul, podendo-se pensar em uma sincronia com o termo utilizado nesse trabalho - videogames.

Na conceituação clássica de jogo de Huizinga (1938), em que o autor propõe os motivos pelos quais o ser humano joga, o jogo é uma atividade que o jogador faz de maneira voluntária, com um ambiente e espaço determinado, contém, também, regras que devem ser seguidas pelo usuário, dotado de um fim em si mesmo, fazendo emergir emoções de alegria e tensão, prazer e competição ou desafio. Huizinga considera que o ser humano é um ser que joga, por natureza; o jogar é um fator diferencial e essencial para a nossa espécie, antecedendo à própria cultura. Essa pressupõe a sociedade humana, mas os animais também jogam e brincam. Todo *game* é abarcado nessa definição de jogo, mas nem todo o jogo é *game*, pois não são todos baseados em dispositivos eletrônicos, partindo da definição de Santaella e Feitoza (2009). Para esses autores, os *games* devem compreender três atributos principais para sua caracterização – a imersão, a interatividade e espacialidade navegável - é possível, por conseguinte, traçar um paralelo entre jogo e *game*, com o diferencial que *games* se encerram em meios eletrônicos, programados por algoritmos e linguagens computacionais. Todo o

*game*, para ser imersivo, necessita da atenção do jogador para que o tenha absorvido psicologicamente, tornando a experiência muito mais proveitosa. A interatividade e a imersão progridem de maneira paralela, quanto mais um jogador interage com um jogo, mais imerso ele fica, pois aprende suas regras e fica mais confortável explorar a espacialidade navegável, as possibilidades do que fazer dentro de um universo determinado pelo *game*, terceiro fator e diferencial dos *games* (Santaella & Feitoza, 2009).

Muitas pessoas podem pensar nos videogames limitando-os aos aparelhos chamados de consoles, como *Playstation*, *Xbox* ou *Nintendo Wii*, mas videogames são uma categoria mais ampla. Os videogames, termo escolhido para o presente trabalho, por ser o termo mais abrangente e utilizado (Tavinor, 2008), englobam os *games*, mas norteiam-se para aqueles que se utilizam da mídia audiovisual, como uma tela, a televisão, por exemplo; *games* computacionais remeteriam aqueles por meio de um computador e jogos eletrônicos podem remeter a brinquedos dos mais variados modelos, como destacado por Grant Tavinor (2008). Ainda, o autor aponta que o videogame deve ter um pressuposto de entretenimento oferecido pela interatividade ficcional ou regras - interagir modificando o contexto do jogo e/ou seguir as regras propostas para vencer o jogo -, não, necessariamente, dependendo de uma narrativa. Escolheu-se o termo videogame porque o alvo desse trabalho é especificar-se nos jogadores de jogos, *games*, que imergem e interagem nas regras de um determinado contexto – Santaella e Feitoza (2009) - através da mídia audiovisual, procurando entretenimento vinculando-se às regras ou a interatividade ficcional – Tavinor (2008). Sumariamente, objetivou-se estudar os porquês dos jogadores escolherem determinados contextos e as formas como interagem com eles, seja qual contexto for.

Desde Huizinga (1938), o elemento da voluntariedade é considerado essencial para a caracterização do jogo; deixa de ser jogo quando é uma atividade obrigatória. De maneira equivalente, as atividades de lazer que uma pessoa escolhe são voluntárias, é algo que ela escolheu fazer, de seu interesse. Sendo assim, podemos conhecer interesses de uma pessoa observando as suas atividades de lazer. Os videogames, atividade bastante dominante nas escolhas de lazer das pessoas, podem ser uma simulação da realidade – jogando ou brincando, um jovem pode se preparar para atividades que a vida o demandará. Muitas formas de socialização, competição e a utilização da imaginação para criar coisas no mundo, por exemplo, são formas de jogo, para Huizinga. Nessa simulação de atividades reais, a pessoa que joga pode conhecer muito do que a interessa no mundo, experimentar muitos de seus desejos e medos, buscando engajar em novas estratégias para resolver desafios, mantendo sempre o caráter lúdico de jogo (Alves, 2012). Essa experimentação e conhecimento de

interesses pode servir, inclusive, para interesses no mundo do trabalho – especificamente as experimentações nos videogames são o foco desse presente trabalho.

A imersão aliada à interatividade formam um grande diferencial dos videogames. Diferentemente de relações que se estabelecem em outras formas de linguagem, como literatura e cinema, entretanto, ao construir sua própria “narrativa” nos videogames, os jogadores vão utilizar a imersão e interatividade, alterando constantemente o estado da arte do jogo, construindo o seu próprio jogo e história (Nesteriuk, 2009). Como anteriormente citado de Tavinor (2008), a interatividade ficcional é essencial para um videogame ser diferenciado de outros artefatos audiovisuais como o filme, cinema, em que não há, ainda, a interferência de um jogador que altere o rumo da história ou as condições do contexto, ambiente.

Pensando nas possíveis relações que uma pessoa pode desenvolver com um videogame, deve-se entender que a forma como cada sujeito joga um videogame varia muito. Berens e Howard (2001, como citado em Newman, 2013), elencam 7 tipos de *games*, (1) ação e aventura, (2) direção e corrida, (3) tiro em primeira-pessoa, (4) plataforma e quebra-cabeça, (5) RPG, (6) estratégia e simulação e (7) esportes. Ainda mais, em sites que apresentam revisões e notícias dos jogos, existem mais de 50 gêneros – corrida, tiro, aventura, luta, estratégia, quebra-cabeça, etc. – e mais de 20 temas – fantasia, terror, ficção-científica, medieval, etc. (Gamespot, 2016). Ainda, dentro de cada um desses gêneros, cada pessoa vai optar por diferentes maneiras de resolver as tarefas ou apreciar os elementos do universo digital. Diante dessa multiplicidade de variáveis que podem estar incluídas em um game, por que uma pessoa tem interesse em jogar um gênero de jogo em vez de outro? Por que certas pessoas preferem um determinado tema? E a maneira como elas jogam, o que pode dizer sobre as pessoas?

### **Interesses por videogames e perfis vocacionais**

Richard Bartle (1996), professor britânico e pesquisador de jogos, a partir de cerca de 16 anos de observação de pessoas jogando e interagindo com videogames, desenvolveu um dos trabalhos pioneiros analisando a psicologia dos jogadores, mais especificamente, sobre as motivações pelas quais eles jogam diferentes videogames. Conhecido como “*Os arquétipos de Bartle*”, o trabalho de Bartle procurou, de maneira sistematizada, através de entrevistas com os participantes, definir categorias sobre tipos de jogadores. Diferentemente de outros autores, como Huizinga, o foco de Bartle estava nas intenções e na experiência das pessoas quando se inserem no contexto digital de um videogame, em vez do foco no que consiste e delimita um jogo (Karlsen, 2004). No total, para o autor, depois de analisar os comentários das entrevistas, quatro fatores foram agrupados e estipularam arquétipos, os quatro rotulados

como *achievers* (conquistadores), *explorers* (exploradores), *socializers* (socializadores) e *killers* (assassinos) – cada um com preferências e motivações bastante diferentes em videogames. Citando exemplos de cada arquétipo, *Achievers* são gratificados quando conseguem alcançar os objetivos do jogo, como aumentar o nível de uma personagem, passar de fase ou fazer uma boa pontuação; os *explorers* gostam mais de investigar e interagir com as diversas possibilidades apresentadas em um mundo, planeta ou cenário de uma história de um título de videogame; *socializers* são motivados por interagir com outros jogadores, ajudar outras pessoas que estão começando ou formar grupos para jogar; enquanto os *killers* estariam mais interessados em competir, vencer e/ ou derrotar outros jogadores. Naturalmente, as pessoas possuem traços de cada um desses perfis e transitam entre eles, dependendo muito do humor no dia em que vai jogar, mas Bartle sugere que toda a pessoa tem um desses perfis sobressaliente e isso vai dirigir as suas preferências por certos jogos. Essas definições são utilizadas até hoje por desenvolvedores de jogos para entender melhor como responder às necessidades dos diferentes tipos de jogadores em seus novos produtos, afinal, um *explorer*, por exemplo, tende a abandonar o jogo caso suas necessidades de explorar não sejam atendidas.

Nick Yee (2006a, 2006b), pesquisador norte-americano que estuda representações e interações sociais em mundos virtuais, partiu da definição dos arquétipos de Bartle (1996) e pesquisas anteriores para formular um questionário com 40 perguntas para investigar as motivações de jogadores de jogos chamados MMORPGs – jogos baseados na interpretação de personagens, mediados, muitas vezes, por avatares, em que muitos jogadores podem interagir por meio de conexão via internet e que o vasto mundo desses videogames é persistente, ou seja, ele continua existindo e acontecendo mesmo quando o jogador desliga ou sai do jogo (Sony Online, como citado em Yee, 2006b). As perguntas do questionário remetiam às experiências dos jogadores, propondo que pensassem nas suas preferências em jogos e respondessem a escala de cinco pontos. No total desse primeiro estudo (2006a), 3000 participantes responderam. Os dados analisados resultaram em três grandes fatores, contendo variáveis para os perfis (1) Conquistar, (2) Socializar e (3) Imergir (similar ao explorador, de Bartle, alguém que seria motivado pela descoberta, exploração e customização dos elementos do jogo). Além desses três que podem conter similaridades com os arquétipos de Bartle, Yee encontrou uma motivação chamada Escapismo – alguém que joga para evitar pensar sobre os problemas da vida real. Yee enfatizou a importância de entendermos os motivos pelos quais as pessoas jogam para evitarmos estigmas negativos dados aos videogames e que um videogame pode ser jogado de diferentes maneiras, por diferentes pessoas que podem construir diferentes narrativas a partir da interação entre o ambiente do jogo e suas

motivações. Entender o que as pessoas estão buscando nos videogames pode ajudar a entender mais sobre as próprias pessoas, suas necessidades e suas preferências. Atualmente, Yee, juntamente com Nicolas Ducheneaut, é um dos fundadores de um projeto chamado Quantic Foundry, uma iniciativa que estuda e coleta dados sobre perfis de motivações dos jogadores de videogames ao redor do mundo. Através de um instrumento online em formato de questionário, contendo categorias de questões sobre o que é, para o respondente, mais importante e o que é mais atrativo, o projeto conta com mais de 300.000 entradas de respostas. Nesse modelo mais atual, a Quantic Foundry considera seis diferentes classes de motivações – ação, social, domínio, conquista, imersão e criatividade. A partir do teste online, o jogador pode descobrir seu perfil de jogo, se é atraído por explodir coisas, ser surpreendido, duelar com outros jogadores, ajudar um time, ser desafiado, completar todas as tarefas do jogo, obter poder, imergir em um mundo fantástico ou apenas explorar um planeta, por exemplo (Quantic Foundry, 2017).

Partindo dessas ideias, questionou-se, no presente trabalho, se essas características que os jogadores demonstram através de suas preferências e motivações nos videogames poderiam dar pistas sobre os interesses vocacionais dos mesmos. O presente trabalho, portanto, considerando a ideia de que as pessoas jogam seus videogames por diferentes motivos, buscou a construção e validação de um instrumento, um conjunto de escalas, que indicasse um perfil relacionado ao comportamento de jogar dos participantes, ou seja, elencar e relacionar suas preferências e jeitos como jogam seus videogames. O instrumento foi baseado nas Escalas de Interesses Vocacionais de John L. Holland (1997), organizado à maneira que o resultado indicasse perfis de interesses e contextos de trabalho como no modelo RIASEC de Holland e sua teoria da pessoa-contexto (1985, 1997). A hipótese do presente estudo era de que os videogames, nas suas pluralidades de ambientes virtuais, pudessem ser considerados como contextos diferentes e que a maneira como as pessoas interagem com esses espaços e/ou quais contextos escolhem para jogar indicasse perfis diferentes de interesses de jogo, para pensar, posteriormente, sobre possíveis relações dos perfis de jogo com os perfis vocacionais de Holland.

Holland (1959) introduziu a teoria das personalidades vocacionais e dos ambientes de trabalho, em que a escolha vocacional de uma pessoa é resultado das suas particularidades hereditárias em interação com o ambiente em que a ela se insere. Nessa interação, cada pessoa desenvolve uma hierarquia de preferências por certos métodos ou jeitos de lidar com tarefas ambientais. Essas preferências formariam, posteriormente, assente com a elaboração e experimentação desses interesses no contexto profissional, os perfis de orientação, correspondendo a seis perfis vocacionais – realista, investigativo, artístico, social,

empreendedor e convencional. O perfil indica, principalmente, os interesses e preferências das pessoas por determinadas atividades. Um interesse por trabalhar com ferramentas ou máquinas, ou tocar um instrumento musical, correspondem, respectivamente, a um perfil vocacional realista e a um perfil vocacional artístico, por exemplo.

A teoria de John L. Holland foi sendo continuamente aprimorada (em 1973, 1985 e 1992), e auxilia a compreender como fatores pessoais e ambientais interagem e como esse processo está relacionado a uma tomada de decisão (Jigau, 2007). Uma breve e resumida descrição dos tipos de personalidades vocacionais de Holland é apresentado abaixo, a partir do texto de Jigau (2007):

**Perfil Realista (R):** pessoas com esse perfil gostam de usar ferramentas e instrumentos, máquinas e muitas vezes trabalhando ao ar-livre, em contato com a natureza; preferem atividades físicas, manuais e práticas. Têm mais motivação com coisas, dinheiro e status do que com pessoas.

**Perfil Investigativo (I):** preferem pesquisas sistematizadas e independentes, procurando encontrar explicações causais para eventos; gostam de observar, aprender, analisar soluções para problemas. Usam técnicas e métodos específicos. Usam recursos de inteligência e pensamento abstrato, intuição, criatividade e capacidade para resolver problemas.

**Perfil Artístico (A):** indivíduos com habilidades artísticas, intuição, abertos a uma aproximação emocional com o mundo; gostam de usar a imaginação e criatividade. Apreciam a expressão emocional e artística, como literatura, artes plásticas, teatro e música.

**Perfil Social (S):** gostam de trabalhar com outras pessoas, para informar, aconselhar, ajudar e instruir. Preferem ambientes de trabalho em que possam discutir e escutar aos outros, assim como a possibilidade de usar habilidades de comunicação.

**Perfil Empreendedor (E):** são pessoas assertivas, que gostam de persuadir, influenciar e liderar pessoas e/ ou uma organização. Gostam de correr riscos, empreender e conquistar recompensas financeiras e status social.

**Perfil Convencional (C):** gostam de trabalhar com números, informação e dados, de forma meticulosa, precisa, de uma maneira detalhada. Não se importam em receber instruções de trabalho. Gostam de ambientes profissionais organizados e com rotina, como escritórios e tarefas ordenadas. Apreciam fazer estatísticas.

Uma pessoa saber de seus interesses no campo das profissões pode ser fundamental para a felicidade na escolha, estabilização e manutenção da carreira (Holland & Gottfredson, 1992). Na psicologia da orientação de carreira, interesses constituem um elemento importantíssimo. Pode-se entender o termo como algo que classifica o que uma pessoa gosta

ou desgosta, aquilo a que ela sente atração ou aversão ou até indiferença (Lent, Brown & Hackett, 1994). Savickas (1999) fala sobre interesses referindo-se às preferências das pessoas por determinados objetos. O sujeito em relação a um objeto e como esse objeto apresentou-se na sua vida, produz uma experiência. A partir dessas experiências, o sujeito cria as suas regras cognitivas e crenças, que podem influenciar a forma como ele pensa e se comporta diante daquele tipo de objeto, aproxima-se ou afasta-se, assim como sentimentos prazerosos ou desprazerosos em relação a ele – regras que tendem a ser estáveis e generalizadas para objetos semelhantes, ou seja, alguém aprende a gostar de determinada tarefa, trabalho, ambiente ou item qualquer e tende a demonstrar resposta cognitiva e emocional parecida para outros objetos de natureza semelhante (Savickas, 1999).

Holland aponta para a importância de o sujeito conseguir visualizar de forma clara seus interesses vocacionais, objetivos e talentos para que isso se traduza no grau em que um contexto de escolha de trabalho contemple objetivos, tarefas e recompensas para o sujeito e que se mantenham estáveis ao longo do tempo – os seus interesses diversos, quando distribuídos dentre os perfis RIASEC, se traduzem em interesses vocacionais, por exemplo, interesses *Artísticos* ou *Investigativos*. Essa relação denomina o conceito de identidade vocacional (Holland, Johnston & Asama, 1993). O construto da identidade vocacional foi o que chamou a maior atenção no trabalho de Holland em 1985 (Gottfredson, 1999). Como aponta, também, Bohoslavsky (1998), a identidade ocupacional significa como uma pessoa relaciona o que sabe fazer, de que modo fazer e em que contexto fazer. Indivíduos com uma identidade vocacional mais definida, consistente, tendem a fazer escolhas profissionais com menos dificuldade (Nauta, 2010). Pessoas que possuem uma imagem de si mais diferenciada no que se refere aos tipos do modelo RIASEC, ou seja, conseguem pensar e identificar seus interesses agrupados em um perfil do modelo (essa medida avaliada com questionários específicos), apresentam também uma maior eficácia na tomada de decisão para carreira (Tracey, 2008; Tracey & Darcy, 2002).

Interesses refletem preferências por atividades e comportamentos, assim como situações e contextos (Rounds, 1995). Interesses têm o poder de impactar no desenvolvimento de outros traços do sujeito, como personalidade e habilidades, pois as preferências delimitam as experiências que o sujeito tem, influenciando quais traços serão desenvolvidos ao longo do tempo (Roberts, Caspi & Moffitt, 2003; Schooler, 2001). Para Holland há um elo direto entre a personalidade de uma pessoa com o contexto de preferência. O modelo RIASEC é descrito em termos de preferências e aversões que influenciam na escolha do contexto de trabalho, já que o contexto de trabalho é definido pelas atividades profissionais em que nele acontecem e outras demandas para o sujeito (Holland, 1997).



Não apenas os interesses por profissões, mas estudar os interesses de lazer para populações que se encontram em alguma fase de escolha, mudança, adaptação ou manutenção de suas carreiras tem se mostrado como um elemento com um claro potencial para ajudar pessoas nessas etapas de desenvolvimento profissional; apesar disso, há poucas estratégias disponíveis para os profissionais para fazer o elo de interesses de lazer com medidas de carreira (Armstrong & Rounds, 2008). No estudo de Armstrong e Rounds (2008), uma estrutura de análise estatística foi elaborada para relacionar interesses de lazer com o modelo de Holland (1997). Resultados foram encontrados sobre a existência de correlação entre interesses de lazer e o modelo RIASEC de interesses, para 19 das 20 medidas referentes às atividades de lazer analisadas, afirmando que interesses de lazer podem ser usados para avaliar as diferenças individuais a respeito de preferências por comportamentos, situações e contextos. Segundo Tracey e Darcy (2002), pessoas que, em um contexto de aconselhamento, são orientadas a refletir sobre suas preferências vocacionais tendo como referência as dimensões do modelo de Holland (RIASEC) apresentam maior facilidade para entender suas escolhas de carreira e menos indecisão nos momentos de escolha. Embora algumas pessoas possam ter dificuldade para expressar suas aspirações e interesses numa forma específica de carreira, talvez elas possam revelar preferências sobre interesses de lazer e, assim, fazer o elo desses interesses com o modelo RIASEC (Armstrong e Rounds, 2008). Teixeira, Castro e Cavalheiro (2008) elaboraram um instrumento para avaliar os interesses vocacionais das pessoas através de escores aferidos a diversos tipos de atividades. Os itens desse instrumento agruparam-se em categorias do modelo RIASEC de Holland (1997). Um total de 857 pessoas, estudantes de ensino médio e superior, responderam completamente à versão final do instrumento, com 96 itens. Os resultados revelaram boa consistência interna nas subescalas do instrumento e proveram evidências de validade por análise fatorial. Esse estudo de Teixeira, Castro e Cavalheiro (2008) demonstrou resultados satisfatórios e dá orientações para futuras pesquisas na temática de interesses vocacionais utilizando o modelo RIASEC (Mansão & Noronha, 2011; Mansão, Noronha & Ottati, 2011).

Muitas pessoas, hoje em dia, ao pensarem em seus interesses, podem vir a pensar nos videogames, como um interesse de lazer ou até profissional. A imersão no jogo de videogame, a partir da interação que o meio virtual oferece, faz com que o sujeito se integre a esse ambiente, e essa participação difere de pessoa para pessoa, pois cada um fará a sua própria interpretação desse ambiente e, por mais fantasioso que ele pareça ser, apresenta aspectos que o aproximam do mundo real, daquilo que o homem conhece do seu cotidiano e entorno. Em certa medida, o jogo é uma forma de representação do ser humano e de seu contexto

sociocultural (Sato, 2009). Isso é da natureza do jogo, aqui, nesse trabalho, tomado em paralelo como o videogame, partindo da ótica de Huizinga (2008).

A forma como cada um joga é importante e varia muito, cada um por suas razões e motivos diferentes, tanto para determinar a forma como jogarão, quanto o tipo de jogo que escolherão. Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan (2006), conduziram um estudo para explorar as razões e motivações pelas quais as pessoas se engajavam no comportamento de jogar videogames, sob uma perspectiva de uso e gratificação – buscar um tipo de jogo pela gratificação que se obtém através dele, uma satisfação momentânea, uma forma de regular seus estados emocionais (Zillmann & Bryant, 1995). Em um primeiro momento, os pesquisadores organizaram grupos focais com 96 pessoas com idades entre 18 e 22 anos (quiseram focar em pessoas que acompanharam a evolução das gerações de consoles), com o intuito de, a partir de entrevistas, obter relatos sobre os motivos dessas pessoas jogarem videogames. Segundo os resultados obtidos, as pessoas desse grupo jogavam videogames por razões diferentes, que podem ser compreendidas em dimensões: aqueles que (1) buscam *excitação* (estimular emoções com jogos de ação e gráficos de alta-qualidade), aqueles que (2) buscam *desafio* (esforços para chegar em altos níveis de habilidade), por (3) *competição* (vencer outros jogadores ou provar que tem as melhores habilidades), ou jogam como (4) um *desvio* (evitar estresse ou responsabilidades da vida real), ou (5) *fantasia* (fazer coisas que normalmente não são possíveis de fazer na vida real), e quem procura (6) *interação social* (conversar, ajudar ou outras formas de comunicação com outros jogadores). Para os autores, o jogo se caracteriza como um ato espontâneo e associado à recompensa, ao desejo do jogador. Ao jogar, o sujeito vai fazendo ações que tornam aquela experiência mais intensa e busca superar desafios, aprendendo com os elementos do jogo e obtendo a satisfação e prazer com isso (Sato, 2009). Um instrumento com 27 itens foi elaborado a partir das entrevistas com os grupos focais para investigar padrões de idade, gênero e quantidade de horas que as pessoas jogam relacionadas às motivações para jogar videogames. Esse instrumento foi aplicado para 1265 respondentes. Segundo as classificações de Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan (2006), jogar por *desvio*, é a terceira maior razão para que as pessoas usem videogames, ficando *desafio* e *competição* em primeiro e segundo lugar, respectivamente. Os autores desse estudo apontam para futuras direções de pesquisa sobre determinar quais fatores influenciam a decisão de escolher um jogo em detrimento de outro, questionando se isso teria alguma relação com a personalidade das pessoas.

Em 2014, Giammarco, Schneider, Carswell e Knipe, publicaram um estudo em que procuraram determinar se existiria alguma relação entre preferências nos videogames e interesses de carreira. Utilizaram as categorias de Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan

(2006), citadas anteriormente. Encontraram que diferentes motivações para jogar videogames tinham correlações com diferentes interesses de carreira. Respostas foram coletadas através de uma ferramenta online para dois instrumentos diferentes: uma escala sobre interesses vocacionais contendo 170 itens no formato escala *Likert* e um instrumento contendo escalas a respeito de motivações e gratificações para jogar videogames - a própria escala do estudo citado anteriormente, de Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan (2006), com 20 itens distribuídos nas 6 categorias, *competição*, *desafio*, *desvio*, *fantasia*, *interação social* e *excitação*. Os pesquisadores confirmaram algumas de suas hipóteses, como por exemplo, (1) o sentimento de gratificação por *excitação* associada com interesses de carreira ligados à aventura; ou (2) uma preferência por *desafio* em videogames positivamente relacionada com interesse de conquistas acadêmicas e um estilo independente de trabalho. Ainda, (3) preferência por videogames que envolvam *interação social* correlacionados positivamente com interesses por papéis de liderança e papéis de consultoria; (4) interesses em engenharia, matemática e serviços médicos foram positivamente associados com os escores para a motivação de *competição*, como esperado. Entretanto, outras hipóteses foram refutadas: não encontraram correlação entre a motivação de *excitação* com serviços médicos ou negativamente associada com atividades de contabilidade; a pontuação para a motivação de *fantasia* não foi correlacionada com interesse em artes ou criatividade. Foi o primeiro estudo que examinou esse tipo de relação, segundo os autores.

Também em 2014, Scharkow, Festl, Vogelgesang e Quandt interessaram-se por investigar quais seriam as motivações mais relevantes que levariam as pessoas a jogar videogames. 50.000 pessoas usuárias de videogames em computadores, na Alemanha, responderam a uma entrevista breve sobre seus comportamentos ao jogar videogames. 4500 casos foram selecionados para seguir com a pesquisa. Uma escala sobre gratificações, a modelo de Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan (2006), foi elaborada contendo motivações para *exploração*, *fantasia*, *competição*, *cooperação*, entre outras. As motivações que resultaram em escores mais altos foram *exploração*, *jogar em equipe* e *competição* enquanto *fantasia* obteve um dos escores mais baixos.

Mais recentemente, em 2016, Johnson, Gardner e Sweetser conduziram um estudo, também utilizando a metodologia de questionário online, em que coletaram dados de 573 participantes. O objetivo dos autores era estender as explorações prévias de colegas sobre os fatores que influenciam nas horas que os jogadores passam em frente às suas telas, as maneiras como jogam os videogames e a experiência do jogador enquanto está engajado no seu videogame favorito e nas jogadas mais recentes. Não foram encontradas correlações para a idade, ou seja, as horas que uma pessoa passa jogando não estão relacionadas à idade.

Quanto ao gênero, foi encontrado que homens jogam mais horas do que as mulheres. As motivações mais relevantes relacionadas aos jogadores que passavam mais horas jogando foram *interações sociais e conquista* ou *realização*.

Na maioria dos estudos apontados aqui, jogar com alguém, seja competindo ou cooperando, pareceu ser muito importante para os jogadores de videogames. Na hipótese do presente trabalho, um interesse por um tipo de jogo ou as motivações que levam as pessoas a jogar, seja em um jogo solitário ou com outros usuários, indicaria um traço de um perfil específico; por exemplo, uma motivação para observar e admirar as paisagens nos mundos virtuais dos videogames pode indicar um traço de um perfil artístico do modelo RIASEC de Holland (1997). Ou gostar de resolver um quebra-cabeça que envolve matemática em um jogo pode estar relacionado com um perfil investigativo. Ulteriormente, dessa maneira, poder-se-ia discutir se esse dado reflete no perfil vocacional do participante. O objetivo deste estudo, portanto, foi construir um instrumento psicométrico para avaliar interesses vocacionais, de acordo com o modelo de Holland, a partir das preferências dos jogadores por aspectos presentes nos jogos de videogames

## CAPÍTULO II

### MÉTODO

#### A construção do instrumento

Em um primeiro momento, foram realizadas reuniões entre o autor desse trabalho com demais pesquisadores do mesmo grupo de pesquisa que estuda temas referentes a questões de carreira e orientação profissional, com intuito de abordar a possibilidade e viabilidade da construção de um instrumento que avalie interesses de carreira através do contexto dos videogames. Nesse período, os pesquisadores procuraram identificar quais teorias e escalas poderiam servir de base para o instrumento, assim como, pensar sobre o formato dos itens e demais aspectos de uma futura coleta. A partir desses encontros, decidiu-se seguir o modelo RIASEC de Holland (1997), devido à familiaridade do autor e do grupo com o modelo, a ampla validade da teoria através dos anos e preferências do grupo.

O instrumento construído seguiu o formato de um outro inventário de avaliação de interesses vocacionais já existentes, citado na introdução desse presente trabalho, a *Escala de Interesses Vocacionais* (Teixeira, Castro, & Cavalheiro, 2008) - um conjunto de escalas que avalia interesses vocacionais que também segue as dimensões do modelo RIASEC e apresenta evidências de validade por análise fatorial e bons índices de consistência interna. Partindo desse modelo, o questionário elaborado foi ambientado no contexto dos videogames, ou seja, com itens que expressam certos tipos de objetos, características, ambientes ou atividades que existem e podem ser experimentadas nos videogames, aos quais os respondentes deviam indicar o seu grau de interesse utilizando-se de uma escala *Likert*.

A partir da proposta, a elaboração do instrumento seguiu em seis etapas:

1) O pesquisador, partindo da sua experiência com videogames e o modelo RIASEC, gerou itens que refletiam objetos, ambientes, características ou atividades típicas dos videogames que se referiam às seis dimensões do modelo de interesses RIASEC. Pensando que alguns dos itens iniciais pudessem ser descartados ao longo do processo de construção e refinamento do instrumento, foram gerados inicialmente ao menos 20 itens para cada dimensão ou tipo vocacional.

2) Foi feita uma reunião com 4 pessoas que jogam videogames assiduamente para verificação e sugestão de mais itens para o instrumento conforme o repertório de conhecimento sobre videogames que existem no mercado, atividades e demais características contidas nos videogames.

3) O grupo de pesquisa, com conhecimento sobre o modelo RIASEC, reuniu-se e discutiu a adequação dos itens gerados às dimensões previstas teoricamente, e pôde sugerir alterações, exclusões ou criação de novos itens. Em seguida, foi elaborada a consigna para instruir os respondentes durante a coleta da pesquisa.

4) Uma vez tendo sido gerada a primeira versão do instrumento, todos os itens da escala foram submetidos à avaliação de três juízes, experts na teoria de Holland, que avaliaram a pertinência dos itens para as dimensões previstas, assim como a clareza dos mesmos. Mantiveram-se os itens que foram considerados claros e pertinentes por pelo menos dois dos três juízes. Os juízes responderam à uma *survey* online e as respostas foram avaliadas seguindo porcentagens de concordância entre eles. Aos juízes, ainda, foram solicitadas sugestões de alterações ou de novos itens que julgassem ser necessários. Após a exclusão de itens em decorrência da avaliação dos juízes, chegou-se a uma versão para aplicação na amostra definitiva com 88 itens. A dimensão do perfil Realista contém 13 itens, o perfil Investigativo, 15, o perfil Artístico, 16, o Social, 14, o Empreendedor, 15 e o Convencional, 15 (Anexo A).

5) Finalizada a segunda versão do instrumento, foi feito um estudo piloto, com participantes do grupo de pesquisa, para obter um *feedback* sobre a clareza dos itens e do sistema de respostas. Os ajustes necessários foram feitos antes de iniciar-se a coleta.

## Participantes

Participaram do estudo 850 jogadores de videogames que preencheram todo o instrumento utilizado na pesquisa. 652 Respondentes eram homens (76,7%) e 198 mulheres (23,3%), com média de idade de 25,1 anos (DP = 6,15). A escolaridade dos participantes apresentou a seguinte distribuição: ensino superior incompleto (38,5%;  $n = 327$ ); ensino superior completo (20,4%;  $n = 173$ ), ensino médio ou técnico completo (18,6%;  $n = 158$ ), pós-graduação (13,2%;  $n = 112$ ) e ensino médio ou técnico incompleto ou inferior (9,4%;  $n = 80$ ). Para tomar parte no estudo, os participantes deveriam ter pelo menos 18 anos de idade e indicar jogar videogames pelo menos 3 horas por semana (por computador, consoles, celulares, tablets ou outra plataforma que poderiam citar). O instrumento *online* disponibilizado teve 1254 acessos durante o período de coleta de (30 dias), mas apenas 850 concluíram a pesquisa.

## Instrumentos

Os instrumentos utilizados nesta pesquisa foram: a Escala de Interesses em

Videogames (nome do instrumento construído), um questionário de caracterização sociodemográfica dos participantes e de levantamento de hábitos de uso de videogames e uma questão categórica de autotaxação conforme os perfis do modelo RIASEC.

*Escala de Interesses em Videogames*: trata-se do instrumento construído nesse estudo. A versão aplicada continha 88 itens que descrevem características, comportamentos, preferências e contextos de interesse nos videogames, aos quais o participante deveria aferir um escore em uma escala *Likert*, de 1 a 4, sendo (1) não me interessa, (2) me interessa pouco, (3) me interessa e (4) me interessa muito (Anexo A).

*Questionário de caracterização dos participantes*: foi utilizado um questionário para obter informações demográficas e caracterizar a amostra. Foram incluídas perguntas sobre o comportamento de jogar, como “onde você costuma jogar?”, “quantas horas você joga por semana, aproximadamente” e “quais são os nomes dos seus jogos favoritos?”, assim como uma pergunta sobre o participante ter feito ou ter intenção de fazer algum curso superior (Anexo B).

*Autotaxação RIASEC*: foi elaborada uma questão categórica de autotaxação conforme os perfis do modelo RIASEC. As descrições de cada um dos perfis – *Realista*, *Investigativo*, *Artístico*, *Social*, *Empreendedor* e *Convencional* – foram estabelecidas de maneira que o respondente devesse elencar as descrições em uma hierarquia de 1 a 6: desde com qual perfil ele mais se identificava (1) até o perfil com o qual ele menos se identificava (6). As descrições dos perfis foram retiradas do site [www.onetonline.org](http://www.onetonline.org), na data do mês de setembro de 2017 e do instrumento *My Career Story* (Savickas & Hartung, 2012), também obtido na mesma data, através do site [www.vocopher.com](http://www.vocopher.com).

## Procedimentos

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia da UFRGS (Anexo E). Após a aprovação, foi realizada uma “aplicação-piloto” com membros do grupo de pesquisa e, em seguida, a aplicação via Internet. A coleta pela Internet foi escolhida pela facilidade de acesso aos participantes pelos meios *online* e também por ser um meio de fácil divulgação para as comunidades de jogadores de videogames.

A principal forma de divulgação da pesquisa foi através do *facebook*. Os participantes foram contatados através de convite eletrônico que foi enviado à rede de contatos e amigos jogadores de videogames dos pesquisadores. Comunidades e grupos de videogames, também, foram escolhidas de forma aleatória, buscando por termos como “videogames”, “games”, “jogos de videogame”, ou o nome das principais plataformas, como Playstation 4, Xbox One, Nintendo Wii U e Steam, por exemplo. O convite foi feito para membros de 107 grupos da

rede.

Os instrumentos foram disponibilizados na Internet através do site *Survey Monkey* ([www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com)). Foi utilizada uma estratégia nomeada “bola de neve”, pedindo-se que os participantes repassassem o convite para colegas e amigos. Antes de responderem aos instrumentos propriamente ditos, uma página inicial informou os objetivos da pesquisa e foi solicitada a concordância de participação através de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo C).

### **Análise de dados**

Além de estatísticas descritivas, o recurso principal escolhido para a análise dos dados foi a análise fatorial exploratória, com o fim de verificar a dimensionalidade do instrumento, sendo esperada a obtenção de seis fatores. Também foram feitas análises de comparações de médias a fim de comparar os grupos formados pela autoclassificação no sistema RIASEC nos escores das subescalas do instrumento. A expectativa era que, dentro de cada grupo RIASEC, a subescala com escore mais alto fosse compatível com o código (dimensão RIASEC mais saliente) do grupo. Para aferir a fidedignidade das subescalas foi utilizado o Alpha de Cronbach.



## CAPÍTULO III

### RESULTADOS

Os resultados são apresentados em duas seções, sendo análises estatísticas descritivas, análise fatorial exploratória, análises correlacionais e Alpha de Cronbach. Todos os resultados correspondem à amostra de 850 respondentes que completaram a pesquisa.

#### **Estatísticas descritivas para variáveis sociodemográficas**

Além de aferirem o sexo, a idade e a escolaridade (descritas na parte do método) no questionário de caracterização da amostra, os participantes responderam a algumas perguntas sobre o hábito de jogar videogames, como a quantidade de horas que jogam semanalmente, as plataformas favoritas em que costumam jogar e os locais onde jogam. Ainda, responderam se já fizeram algum curso superior ou têm a intenção de fazer, e qual seria.

A média para horas de jogo semanais foi de 12,24 (DP = 8,13). A plataforma favorita dos jogadores da amostra foi o computador (75%;  $n = 643$ ), seguida por console (59%;  $n = 507$ ) e celular/ smartphone (40%;  $n = 342$ ). Mais de uma resposta para plataformas favoritas poderia se assinalada. O local onde mais jogam foi “em casa” (99%;  $n = 846$ ), seguido por “casa de amigo” (24%;  $n = 210$ ) e “ônibus” (14%;  $n = 125$ ), também podendo ser marcada mais uma opção.

Quanto à intenção de fazer um curso superior ou se já havia feito algum, a grande maioria dos respondentes afirmou que sim (93,3%;  $n = 798$ ). Apenas 52 pessoas responderam que não fizeram ou não têm interesse de fazer algum curso superior (6%). O curso mais referido nessa questão foi psicologia (13%;  $n = 111$ ), seguido por ciência da computação (10%;  $n = 88$ ) e, em terceiro lugar, design (6%;  $n = 52$ ). A opção “outro”, entretanto, foi a mais assinalada (13%;  $n = 113$ ) – na especificação dessa alternativa, 17 pessoas comentaram a opção “direito”, que já estava apresentada nas opções anteriores com o texto de “ciências jurídicas e sociais”, a qual recebeu um escore de 25 assinalações. Outros comentários referiam-se a opções não disponibilizadas na lista original da pesquisa, como “turismo” ( $n = 2$ ), “tecnologia em jogos digitais” ( $n = 3$ ), “sistemas de informação” ( $n = 12$ ) e “jogos digitais” ( $n = 11$ ).

#### **Estatísticas descritivas do instrumento e análise fatorial exploratória**

A primeira parte da pesquisa, que foi elaborada para avaliar os interesses vocacionais dos jogadores, começava com as descrições dos perfis RIASEC, em que o respondente

deveria assinalar, aferindo um número de 1 a 6 para cada perfil, formando uma hierarquia de 1 a 6, desde com qual perfil ele mais se identificava (1) até com qual perfil ele menos se identificava (6). Foi identificado que o perfil com o qual os respondentes mais se identificaram, em primeiro lugar, foi o perfil *Investigativo* (29,8%), seguido pelos perfis *Artístico* (21,2%), *Convencional* (16,1%), *Realista* (13,3%), *Social* (10,9%) e *Empreendedor* (8,7%).

Na segunda parte, estavam descritos os 88 itens sobre interesses por videogames. Uma tabela com a lista dos itens, em ordem decrescente de médias para os escores de cada um dos itens, encontra-se em anexo (Anexo D).

Utilizou-se a análise fatorial exploratória como estratégia para verificar a estrutura dimensional do instrumento e se as dimensões do modelo RIASEC esperadas a partir da teoria seriam encontradas no conjunto de itens criados. Dessa forma, sucessivas análises fatoriais exploratórias foram realizadas na tentativa de obter uma solução compatível com as expectativas teóricas, o que levou a uma gradual eliminação de itens. Em todas as análises, o método de extração utilizado foi de componentes principais e a rotação foi oblíqua (oblimin). Previamente a cada análise foi verificada a adequação da matriz de correlações para se proceder às análises de componentes principais, sendo observados o índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) e o teste de esfericidade. Em todas as análises os índices KMO obtidos foram superiores a 0,80 e os testes de esfericidade significativos, indicando que os dados eram adequados para serem submetidos às análises de componentes.

A primeira análise indicou 18 componentes com eigenvalues maiores do que 1, explicando 68,1% da variabilidade total. No entanto, o gráfico de scree (ver Figura 10) sugeria a retenção de apenas 7 componentes, no máximo. Mesmo assim, foi analisada em um primeiro momento a solução obtida com os 18 componentes, que se mostrou confusa e de difícil interpretação sendo, portanto, descartada.

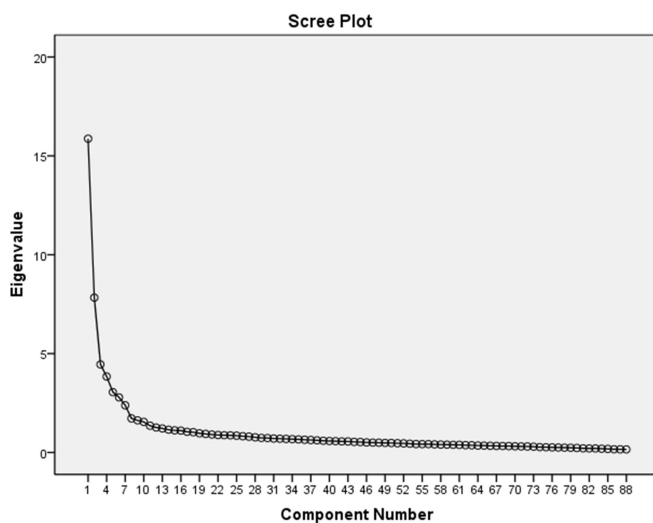


Figura 1. Gráfico de scree da análise com 18 itens

Em seguida a análise foi refeita retendo-se seis componentes, uma vez que a expectativa teórica era de que se obtivessem seis dimensões correspondentes ao modelo RIASEC. Os seis componentes explicaram 43,0% da variação total. A Tabela 1 apresenta as cargas obtidas para os itens nesta análise. Nesta tabela, assim como nas demais relacionadas às análises de componentes realizadas, as letras que aparecem junto aos itens indicam a dimensão RIASEC à qual se esperava que cada um representasse.

Tabela 1.

*Análise de Componentes Principais com 88 Itens*

Item	Componente					
	1	2	3	4	5	6
A15.Quando os cenários são bem detalhados e bem desenhados.	.69					
A7.Observar as paisagens do jogo.	.64					
A11.Ouvir a trilha sonora do jogo.	.62					
I14.Quando a história do jogo desperta a minha curiosidade.	.60					
A6.Quando a trilha sonora do jogo é bem feita.	.60					
I13.Descobrir mais sobre a história, o mundo ou universo do jogo.	.55					
R12.As reações dos personagens são realistas, se assemelham com reações que as pessoas do mundo real poderiam ter.	.53					

---

R9.Quando a semelhança do jogo com o mundo real é convincente.	.52		
A14.Observar as roupas dos personagens.	.51		.39
R10.Cenários de florestas, montanhas ou praias, em que pareça que eu estou em contato com a natureza.	.47		
I12.Explorar os lugares e áreas no mundo do jogo.	.46		
A2.Temas de fantasia, com ambientes, personagens ou acontecimentos imaginários.	.45		
E11.Personagens com alta carisma, que conseguem influenciar outros.	.42		.31
R3.O jogo apresenta mecânica e física realistas	.42	-.37	
A8.Quando o jogo se passa em um mundo fantástico ou mágico.	.42		
R8.Personagens que utilizem a força física ou habilidade manual.	.41		
A4.Quando o design do jogo é inovador, diferente da maioria dos jogos.	.39		
R11.Quando a física do ambiente do jogo, como vento, distância e gravidade interferem na jogabilidade.	.39		
S7.Personagens bondosos, leais.	.37		
E2.Histórias em que meu personagem é alguém importante, um líder.	.37		
I1.Jogos com temas científicos ou de ficção científica.	.36		.35
E12.Ser o melhor jogador da equipe em uma partida.		-.73	
E14.Ser o jogador que fez mais pontos na partida.		-.73	
E13.Vencer ou derrotar outros jogadores.		-.72	
E7.Jogos que envolvem ganhos e riscos (ranking).		-.71	
E9.Jogos competitivos.		-.69	
E10.Jogos competitivos com estratégia baseada na construção e na captação de recursos (RTS).		-.48	
E3.Ser líder da minha equipe.		-.45	.33
E5.Vender itens para outros jogadores para ter lucro.		-.45	
E8.Conseguir as “conquistas” e “troféus” do jogo (achievements), para que eles apareçam no meu perfil de jogador.		-.42	
E15.Acumular riquezas no jogo.		-.41	.37
E6.Personagens com elevado status social.		-.38	
R1.Quando o jogo tem um cenário que se assemelha ao mundo real.		-.37	
C8.Aproveitar as tabelas e números do jogo para desenvolver meu personagem.		-.33	
R2.Simuladores (carros, aviões, máquinas, fazendas, etc.)		-.31	

---

---

C4.Ser meticoloso e detalhista no jogo.	-31
A1.Quando envolve arte (dança, desenho, cantar, tocar música).	
R13.Jogos de esportes como futebol, basquete, tênis...	
C1.Jogos lineares, em que o caminho a ser seguido é bem definido.	.74
C10.Seguir as tarefas do jogo de maneira ordenada/ em ordem.	.68
C13.Quando os objetivos do jogo são bem claros e definidos.	.64
R6.Ir direto ao ponto; seguir o objetivo principal.	.62
C2.Quando os controles do jogo são simples.	.58
C11.Quando o jogo é previsível.	.53
C5.Quando o jeito de jogar, ou seja, as regras se mantêm as mesmas durante o jogo.	.52
C12.A história do jogo é linear, com início e fim.	.48
C3.Quando as tarefas do jogo são repetitivas, se mantêm parecidas ao longo do jogo.	.47
C14.Quando o jogo tem mecânicas e controles que se mantêm os mesmos do início ao fim.	.47
C7.Seguir um plano determinado no jogo.	.45
C15.Preencher e finalizar as tarefas do jogo.	.33
I9.Resolver problemas lógicos no jogo.	.82
I8.Resolver charadas ou enigmas no jogo.	.81
I15.Envolve investigar pistas para resolver um problema.	.79
I11.Ter que pensar em soluções para avançar no jogo.	.77
I2.Quando envolve resolver mistérios.	.75
I3.Quando tenho que utilizar minha inteligência para solucionar uma tarefa do jogo.	.71
I7.Jogos no estilo quebra-cabeça (puzzle).	.60
I10.O jogo possui diversos segredos a serem descobertos.	.59
I5.Encontrar segredos como áreas, salas ou caminhos escondidos.	.55
I6.Quando o jogo apresenta estranhezas que tento compreender.	.51
I4.Personagens que utilizem a inteligência, como magos ou cientistas.	.36
R7.Quando envolve aprender a manusear os controles do jogo	.31
A13.Quando o jogo é baseado em alguma obra da literatura.	
S4.Auxiliar outros jogadores.	.80

---

S1.Ensinar outros jogadores sobre o jogo.		.78
S13.Explicar o jogo para jogadores novatos.		.76
S12.Dar itens ou equipamentos para ajudar outros jogadores.		.73
S6.Quando minhas ações ajudam a minha equipe.		.66
S10.Quando o jogo possui modo cooperativo.		.65
S5.Trocar itens com outros jogadores buscando ajudar um ao outro.		.65
S8.Procurar com que todos os jogadores da partida se divirtam.		.64
S2.Reunir meus amigos para jogar um jogo.		.64
S14.Quando o jogo possui clãs, guildas, grupos dos quais eu posso participar ajudando outros jogadores.		.62
S3.Quando o jogo possui opção de bate-papo.		.60
S11.As tarefas do jogo envolvem ajudar alguém.		.60
S9.Conversar com outros jogadores sobre o jogo.		.58
E1.Influenciar e persuadir outros jogadores.	-43	.44
E4.Ordenar o que os outros jogadores devem fazer.		.42
A9.Decorar/ criar os ambientes de um jogo.		.79
A16.Customizar a aparência do meu personagem, trocando o estilo de cabelo, roupa, etc.	.36	.60
R4.Construir ou reformar, como empilhar blocos ou montar estruturas.		.58
A10.Customizar as minhas armas ou itens no jogo, mudando a cor, acrescentando detalhes, etc.		.57
A3.Quando o jogo me permite desenvolver as características da aparência do meu personagem.	.34	.57
C9.Organizar coisas no jogo.		.54
A12.Inventar uma história no jogo.		.49
A5.Criar coisas visualmente bonitas no jogo.		.48
R5.Jogos que envolvem reparar e consertar objetos ou máquinas.		.37
C6.Organizar meus itens em um inventário no jogo.		.36

*Nota:* só apresentadas cargas maiores do que 0,30

Como se pode observar, de um modo geral, os componentes 2, 3, 4 e 5 são facilmente interpretáveis, pois concentraram itens com cargas elevadas relacionados, respectivamente, às dimensões Empreendedor, Convencional, Investigativo e Social. Já os componentes 1 e 6 misturaram principalmente itens das dimensões Realista e Artístico, além de alguns itens que se esperava representar outras dimensões. Outros itens não apresentaram cargas relevantes nesta solução (isto é, menores do que 0,30).

Este resultado inicial ensejou então a realização de sucessivas novas análises, com a eliminação de itens. Uma vez que as dimensões Realista e Artístico não ficaram claramente representadas na análise inicial, inicialmente foram feitas análises de componentes apenas com os itens previstos para essas dimensões, de forma a selecionar os itens mais representativos para esses componentes. Como regra, foram eliminados itens que apresentaram cargas fatoriais baixas (menores do que 0,30) na dimensão esperada, ou então cargas cruzadas com valores próximos (diferenças menores do que 0,10). Isso resultou na exclusão de 11 itens das dimensões A e R. Após esse procedimento, uma série de novas análises de componentes com esses e os demais itens do instrumento foram realizadas, sendo usado o critério descrito acima para eliminação de itens. Com as eliminações seguindo critérios estatísticos, chegou-se a uma solução com 55 itens, mas que ainda apresentou problemas na interpretação das dimensões A e R. A partir desse ponto, decidiu-se por utilizar critérios teóricos para a seleção dos itens, uma vez que os critérios estatísticos estavam levando à eliminação de itens considerados teoricamente relevantes e a solução não se mostrava plenamente interpretável. Assim, optou-se por reter, para as dimensões A e R, os quatro itens com cargas mais altas e incluir outros itens previstos para essas dimensões, buscando manter conteúdos considerados teoricamente relevantes para a definição dessas dimensões (isso levou à reinclusão de itens dessas dimensões que haviam sido eliminados em análises anteriores). Esse processo de “teste” de itens foi feito com a inclusão ou retirada de itens um a um, sendo cada passo seguido de uma nova análise de componentes principais. Para a permanência de um item no conjunto foi adotado o critério de ter carga de pelo menos 0,40 na dimensão esperada, ou, se a carga fosse em outra dimensão, fosse possível interpretar de um modo coerente tal “migração”. Nesse processo foram admitidas cargas cruzadas, desde que a carga mais alta fizesse sentido teórico.

Ao final, chegou-se a uma solução com 42 itens, que é apresentada na Tabela 2. Nesta análise o índice KMO obtido foi de 0,88, e os seis componentes retidos explicaram 42,2% da variação total. A solução mostrou-se interpretável, ainda que alguns itens tenham apresentado cargas cruzadas ou em dimensões que não foram previstas inicialmente. Quando o item apresentou cargas cruzadas, considerou-se ele pertencente à dimensão na qual a carga foi maior. Assim, dois itens previstos na dimensão Artístico “migraram” para a dimensão Realista. Os componentes obtidos podem ser assim interpretados, sendo compatíveis com a expectativa teórica: Social (componente 1), Empreendedor (componente 2), Investigativo (componente 3), Convencional (componente 4), Artístico (componente 5) e Realista (componente 6).

Tabela 2.

*Análise de Componentes Principais com 42 Itens (Solução Final)*

Item	Componente					
	1	2	3	4	5	6
R9.Quando a semelhança do jogo com o mundo real é convincente.						-.77
R3.O jogo apresenta mecânica e física realistas						-.74
R12.As reações dos personagens são realistas, se assemelham com reações que as pessoas do mundo real poderiam ter.						-.62
R8.Personagens que utilizem a força física ou habilidade manual.						-.46
R10.Cenários de florestas, montanhas ou praias, em que pareça que eu estou em contato com a natureza.						-.35
I9.Resolver problemas lógicos no jogo.			.80			
I2.Quando envolve resolver mistérios.			.68			
I3.Quando tenho que utilizar minha inteligência para solucionar uma tarefa do jogo.			.69			
I7.Jogos no estilo quebra-cabeça (puzzle).			.55			
I5.Encontrar segredos como áreas, salas ou caminhos escondidos.			.50			
I8.Resolver charadas ou enigmas no jogo.			.82			
I11.Ter que pensar em soluções para avançar no jogo.			.74			
A7.Observar as paisagens do jogo.					-.35	-.44
A14.Observar as roupas dos personagens.					-.62	
A16.Customizar a aparência do meu personagem, trocando o estilo de cabelo, roupa, etc.					-.80	
A15.Quando os cenários são bem detalhados e bem desenhados.						-.53
A9.Decorar/ criar os ambientes de um jogo.					-.68	
A2.Temas de fantasia, com ambientes, personagens ou acontecimentos imaginários.					-.36	
A5.Criar coisas visualmente bonitas no jogo.					-.50	
A12.Inventar uma história no jogo.					-.49	
A3.Quando o jogo me permite desenvolver as características da aparência do meu personagem.					-.72	
S10.Quando o jogo possui modo cooperativo.	.59					
S14.Quando o jogo possui clãs, guildas, grupos dos quais eu posso participar ajudando outros jogadores.	.54					
S1.Ensinar outros jogadores sobre o jogo.	.76					
S8.Procurar com que todos os jogadores da partida se divirtam.	.62					
S2.Reunir meus amigos para jogar um jogo.	.58					
S4.Auxiliar outros jogadores.	.80					
S12.Dar itens ou equipamentos para ajudar outros jogadores.	.66					
E8.Conseguir as “conquistas” e “troféus” do jogo (achievements),		-.38				



para que eles apareçam no meu perfil de jogador.

E13.Vencer ou derrotar outros jogadores.		-0,83	
E9.Jogos competitivos.		-0,79	
E3.Ser líder da minha equipe.		-0,44	
E7.Jogos que envolvem ganhos e riscos (ranking).		-0,71	
E1.Influenciar e persuadir outros jogadores.	0,33	-0,42	
E12.Ser o melhor jogador da equipe em uma partida.		-0,80	
C5.Quando o jeito de jogar, ou seja, as regras se mantêm as mesmas durante o jogo.			0,54
C13.Quando os objetivos do jogo são bem claros e definidos.			0,60
C1.Jogos lineares, em que o caminho a ser seguido é bem definido.			0,66
C10.Seguir as tarefas do jogo de maneira ordenada/ em ordem.			0,59
C2.Quando os controles do jogo são simples.			0,54
C14.Quando o jogo tem mecânicas e controles que se mantêm os mesmos do início ao fim.			0,47
C11.Quando o jogo é previsível.			0,43

*Nota:* só apresentadas cargas maiores do que 0,30

Os itens relevantes de cada componente, conforme a Tabela 2, foram então tomados para compor escalas das dimensões RIASEC. A Tabela 3 apresenta a consistência interna (alpha de Cronbach) de cada escala, bem como as médias, desvios-padrão e correlações.

Tabela 3.

*Consistência Interna, Médias, Desvios-padrão e Correlações das Escalas*

Dimensões	Alpha	M	DP	Correlações				
				1	2	3	4	5
1. Realista	0,82	3,22	0,58	-				
2. Investigativo	0,86	3,18	0,60	0,21	-			
3. Artístico	0,82	2,95	0,67	0,52	0,20	-		
4. Social	0,86	2,85	0,70	0,30	0,14	0,33	-	
5. Empreendedor	0,86	2,59	0,76	0,26	0,00	0,19	0,50	-
6. Convencional	0,75	2,62	0,51	0,22	0,03	0,13	0,11	0,19

*Nota:* os escores podem variar de 1 a 4. Para correlações 0,00 e 0,03,  $p > 0,05$ . Para as demais,  $p < 0,001$ .

Por fim, foram comparadas, dentro de cada tipo autotclassificado de acordo com as descrições do RIASEC, as médias nos escores de cada escala do instrumento. Essas análises consistiram em análises de variância de medidas repetidas, tomando os escores das escalas como a medida repetida. Em todos os tipos a análise de variância indicou existir alguma

diferença estatisticamente significativa entre os escores das escalas ( $p < 0,001$ ). Comparações par a par (com correção de Bonferroni) indicaram quais pares de escores diferiram com significância estatística ( $p < 0,05$ ). Estes resultados são apresentados na Tabela 4.

Tabela 4.

*Médias nas Escalas do Instrumento Conforme o Tipo Autoclassificado*

Tipo autoclassificado	n	Médias nas escalas						Diferenças entre os escores*
		R	I	A	S	E	C	
Realista	113	3,32	3,10	3,06	2,99	2,82	2,71	R>I,A,S,E,C
Investigativo	253	3,11	3,32	2,83	2,85	2,54	2,53	I>R,A,S,E,C
Artístico	180	3,24	3,15	3,13	2,81	2,36	2,52	A>S,E,C
Social	93	3,30	3,20	3,06	2,97	2,65	2,70	S<R / S>E,C
Empreendedor	74	3,28	3,15	2,91	2,77	2,84	2,67	E<R
Convencional	137	3,24	3,04	2,78	2,72	2,64	2,76	C<R,I

\*  $p < 0,05$

A expectativa era de que, dentro de cada tipo, a escala com média mais alta correspondesse à do tipo, o que indicaria uma consistência entre a autoavaliação do participante quanto à sua característica mais marcante (tipo do RIASEC) e a dimensão mais saliente conforme os resultados do instrumento (ou seja, com escore mais alto). Os níveis de significância aqui são pouco relevantes para a interpretação dos resultados uma vez que o tamanho amostral dentro dos grupos (tipos) varia. Os resultados indicam que apenas nos casos dos grupos Realista e Investigativo as escalas com escores mais altos corresponderam a esses tipos. De fato, de um modo geral, os escores das escalas R e I foram mais elevados em todos os grupos. Por outro lado, quando se observam os escores de cada escala entre os grupos (ou seja, uma comparação dentro de cada coluna na Tabela 4), verifica-se que em geral há uma coerência entre os tipos e os escores. Ou seja, o grupo que se autoclassificou como Realista obteve, em média, escore mais alto na escala Realista do que os demais grupos, ocorrendo o mesmo padrão nos demais tipos. A exceção são os escores da escala Social, que foram mais elevados para o grupo que se autoclassificou Realista do que para o grupo que se identificou como Social.

## CAPÍTULO IV

### DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse estudo foi construir e obter evidências de validade para um instrumento que medisse os diferentes interesses dos jogadores pelos videogames, partindo da hipótese de que os escores para escolhas nos videogames refletissem os interesses agrupados nos perfis vocacionais do modelo RIASEC de John Holland (Holland, 1997). Por esse motivo, optou-se por construir o instrumento baseado no formato do inventário de avaliação de interesses vocacionais, que segue o modelo de Holland, chamado “*Escala de Interesses Vocacionais*” (Teixeira, Castro, & Cavalheiro, 2008), diferindo-se de modelos anteriormente citados, como de Nick Yee (2006a, 2006b) e Richard Bartle (1996).

Com relação à criação do instrumento, a partir dos resultados obtidos da coleta de 850 formulários completos, é possível concluir que a pesquisa atingiu um de seus objetivos principais, construir o instrumento: elaborou-se uma versão final com 42 itens que conseguiram definir o conjunto dos seis perfis do modelo RIASEC, conferindo evidências iniciais de validade do instrumento. Os índices de consistência interna também foram satisfatórios, a maior parte dos *alpha* calculados sendo maior que 0,80, com exceção para a dimensão *Convencional*, com *alpha* de 0,75. Esses dados indicam fidedignidade das escalas, e encorajam novas investigações com o instrumento em futuros estudos.

Armstrong e Rounds (2008) contribuíram com a área do desenvolvimento de carreiras acrescentando as correlações encontradas entre interesses de lazer e interesses profissionais; de forma semelhante, o presente estudo tem mérito em propor (talvez o primeiro a fazer isso) a construção de um instrumento que busque essa correlação investigando o interesse de lazer do contexto específico dos videogames, considerando-se os dados apontados na introdução desse trabalho sobre a popularidade dos videogames como atividade de lazer. Muitos clientes que possam estar em um processo de orientação ou aconselhamento de carreira podem preferir responder a um instrumento com itens do contexto da atividade de lazer dos videogames. Os itens que compuseram a versão final do instrumento e que mais se adequaram quanto às cargas na Análise Fatorial Exploratória, entretanto, provavelmente não conseguem captar toda a riqueza conceitual das dimensões do modelo RIASEC, especialmente os itens que acabaram compondo a dimensão “R”, *Realista*, por serem itens que focam no aspecto de realismo do videogame, na veracidade e convencimento do realismo dos gráficos do videogame, quando o perfil *Realista* de Holland (1997) é mais abrangente que isso – remete, dentre outras características, a pessoas que preferem atividades físicas, manuais e práticas.

Essa particularidade poderia explicar a ambiguidade ou ausência de clareza na distinção entre as dimensões *Realista* e *Artístico*, na medida em que o realismo gráfico depende muito das características estéticas do videogame. Esses aspectos (gráficos), ainda, estiveram dentre os preferidos nos interesses dos respondentes, independente de outras características pessoais que possam apresentar ou reconhecer em si mesmos. Para estudos futuros, recomenda-se revisar e elaborar novos itens para o perfil *Realista*, procurando maneiras em que os ambientes dos videogames possam representar mais interesses desse perfil.

Pode-se argumentar que algumas dessas dificuldades possam ter emergido nos resultados por motivos de propriedades intrínsecas à atividade de jogar videogames, nas dificuldades de elaboração de itens e de características da população coletada. Jogar videogames tem se tornado um hábito de escolha de tempo de lazer para muitas pessoas. Na perspectiva do presente estudo, entretanto, talvez se possa considerar que videogames, em si só, definem, mas não restringem, um hábito essencialmente representativo do perfil *Investigativo* no modelo RIASEC. Apesar de, hoje em dia, dispor-se de diferentes e variadas formas de imersão com o mundo virtual, como diferentes controladores, consoles e apetrechos para simular atividades reais, o jogar videogames, em sua maior parte, ainda está delimitado à interação com os aparelhos e as telas; são estritos aos conceitos de realidades simuladas em telas ou outros meios eletrônicos. Os videogames podem ser imersivos (Santaella & Feitoza, 2009), mas, para comparar uma atividade do videogame com uma atividade de trabalho, carece de elementos do mundo real, o que pode dificultar a representação acurada de algumas atividades. Foi encontrada, nesse trabalho, a dificuldade em formular itens contendo atividades do perfil *Realista*. Por exemplo, em um questionário como a “*Escala de Interesses Vocacionais*” (Teixeira, Castro, & Cavalheiro, 2008), existe uma questão referente a quanto a pessoa gosta ou gostaria de “operar máquinas”; é possível operar máquinas em videogames que simulam o trabalho com máquinas, como simuladores de fazenda ou mecânico de carros; contudo, para experimentar esse tipo de atividade em um contexto virtual, é preciso que a pessoa esteja afeita, interessada e imersa, primeiramente, em videogames – uma atividade, talvez, que apeteça muito mais aos sujeitos que se identificam no perfil *Investigativo*.

A média de idade (25,08 anos) da amostra coletada nesse estudo foi semelhante à de uma pesquisa citada anteriormente, realizada no Brasil (Sioux, Blend & ESPM, 2016), mas diferente da amostra universitária do estudo de Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan (2006), que exploraram interesses e motivações das pessoas para com os videogames - encontraram uma média de idade bem mais baixa, de 19,6 anos. Em uma coleta online, método utilizado neste presente trabalho, Giammarco, Schneider, Carswell e Knipe (2014), que buscaram correlações entre interesses nos videogames com preferências de carreira, foram reunidos

participantes mais velhos, com a média de idade de 34,1 anos. Outro estudo com método de coleta online, entretanto, encontrou média de idade baixa, de 20,7 anos (Johnson, Gardner & Sweetser, 2016). Em uma amostra grande, de 4.500 participantes jogadores de videogames, questionados sobre comportamento de jogar, a média de idade foi maior, de 38,8 anos (Scharnow, Festl, Vogelgesang & Quandt, 2015). Quanto à quantidade de horas para o comportamento de jogar videogames, em relação ao gênero, o presente estudo encontrou uma disparidade entre homens e mulheres, sendo que as mulheres representam, praticamente, um quarto da amostra - 652 respondentes eram homens (76,7%) e 198 mulheres (23,3%). Comparando com os outros estudos citados aqui anteriormente, um deles teve amostra em que a grande maioria era de respondentes homens (82%) (Johnson, Gardner & Sweetser, 2016), enquanto os outros obtiveram amostras com divisão de gêneros bastante equilibrada, aproximadamente a metade de cada.

Algumas outras características da amostra coletada para este estudo, de maneira online, com predominante intenção de ingresso em universidade manifestada, podem ter influenciado nos resultados quanto à melhor definição e correlação de itens para o perfil *Investigativo*; interesses desse perfil são os que melhor indicam uma disposição para contextos de atividades das áreas acadêmicas e educacionais (Su & Rounds, 2015). Os participantes, em sua maioria, demonstraram experiência com cursos superiores ou intenção de ingressar em algum - a maior parte da amostra foi composta por pessoas com ensino superior incompleto (38%; n = 327); 173 participantes relataram terem ensino superior completo (20%) e 112, pós-graduação (13%) e a maioria relatou desejar fazer um curso superior (93,3%; n = 798). Outra característica diz respeito aos gêneros de videogames mais jogados pelos participantes – embora tenha-se tido uma precaução em distribuir o acesso para o instrumento em diversas comunidades online de diferentes tipos de gêneros de videogames, alguns gêneros são, naturalmente, mais populares, como os videogames de tiro ou ação (The NPD Group, 2016) e, por isso, contam com uma comunidade de jogadores mais ativos, que discutem e participam com maior frequência nas redes-sociais. Videogames como simuladores e outros representativos dos perfis *Realista* e *Convencional*, por, a princípio, representarem mais atividades desses perfis, não fazem parte daqueles mais populares; conseqüentemente, não possuem comunidades tão ativas quanto as dos jogos mais populares, captando menos respondentes na coleta. O item que obteve a maior média quanto ao interesse aferido pelos participantes da amostra foi um item relacionado ao perfil *Investigativo* (“Quando a história do jogo desperta a minha curiosidade”; M = 3,74), sendo os próximos onze itens, na lista de maiores médias, todos *Investigativos* ou *Artísticos*.

Sherry, Lucas, Greenberg e Lachlan (2006) encontraram, ao construírem um

instrumento para averiguar motivações pelas quais as pessoas jogavam videogames, sobre uma perspectiva de uso e gratificação, que a motivação mais alta estava relacionada ao desafio e, a segunda mais alta, relacionada à competição. Os autores discutiram, ainda, que há uma grande motivação social para o comportamento de jogar; as pessoas gostam de derrotar e vencer os desafios propostos pelo videogame, mas gostam, ainda mais, de derrotar e vencer os seus amigos. Nesse presente estudo, entretanto, dois dos itens que descreviam interesses por competição e vencer os outros jogadores não ficaram dentre os mais altos (“E.9 Jogos competitivos”;  $M = 2,69$ , e “E.13 Vencer ou derrotar outros jogadores”;  $M = 2,64$ ). Quanto ao desafio, o item com pontuação mais alta, em média, relacionado a superar um desafio ou realizar uma tarefa, é um item que remete ao perfil *Investigativo* (“I.3 Quando tenho que utilizar a minha inteligência para resolver uma tarefa no jogo”). Alguns dos itens com maiores médias que remetiam a tarefas sociais, como “S6. Quando minhas ações ajudam a minha equipe”, “S10. Quando o jogo possui modo cooperativo”, “S9. Conversar com outros jogadores sobre o jogo” e “S2. Reunir meus amigos para jogar um jogo” fazem parte do perfil descrito por Holland (1997) como “*Social*”, cujo significado enfatiza o trabalho em equipe, informar, aconselhar, ajudar e instruir. Contudo, a gratificação por exploração, semelhante ao item com a terceira maior média nesse presente trabalho, “I12. Explorar os lugares e áreas no mundo do jogo” ( $M = 3,62$ ), foi encontrada como a mais importante por Scharkow, Festl, Vogelgesang e Quandt (2015), enquanto gratificações por interações sociais figuraram como as de menor importância. A amostra desse estudo, como referido anteriormente, é, em grande maioria, do perfil *Investigativo* – pelas razões discutidas nessa seção, essa característica da amostra constitui uma limitação do estudo e, ao mesmo tempo, torna-se uma sugestão para estudos posteriores, de equilibrar a amostra entre todos os perfis RIASEC. Os autores deste sugerem que pesquisas futuras busquem determinar quais fatores influenciam a decisão de escolher um jogo em detrimento de outro, investigando se isso teria alguma relação com fatores de personalidade das pessoas.

A partir do que foi discutido nesta seção, aponta-se para a necessidade de futuras investigações com objetivo de testar a validade e fidedignidade do instrumento em diferentes populações, como populações não-universitárias. Além disso, propõe-se ampliar divulgação da pesquisa para diferentes e mais variadas comunidades de videogames, buscando um equilíbrio entre as preferências temáticas e de gêneros de videogames entre os respondentes.

## REFERÊNCIAS

- Alves, L. (2012). Videojogos e aprendizagem: mapeando percursos. Carvalho, A.(2012) *Aprender na era digital Jogos e Mobile-Learning*, 11-28.
- Anderson, C. A., Gentile, D. A., & Buckley, K. E. (2007). Violent video game effects on children and adolescents: Theory, research, and public policy. *Oxford University Press*.
- Armstrong, P. I. & Rounds, J. (2008). Linking leisure interests to the RIASEC world of work map. *Journal of Counseling Psychology*, 35(1), 5-22. Doi: 10.1177/0894845308317933
- Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs. *Journal of MUD research*, 1(1), 19.
- Bohoslavsky, R. (1998). Orientação vocacional: a estratégia clínica (11<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Martins Fontes.
- Brazilian Games Market 2015. ([s.d.]). Recuperado 20 de setembro de 2016, de <https://newzoo.com/insights/infographics/newzoo-summer-series-13-brazilian-games-market/>
- Diaz, R. L., Wong, U., Hodgins, D. C., Chiu, C. G., & Goghari, V. M. (2016). Violent video game players and non-players differ on facial emotion recognition. *Aggressive behavior*, 42(1), 16-28. <https://doi.org/10.1002/ab.21602>
- Entertainment Software Association | 2016 Essential Facts About The Computer And Video Game Industry. ([s.d.]). Recuperado 20 de setembro de 2016, de <http://essentialfacts.theesa.com/>
- Gentile, D. A., Bender, P. K., & Anderson, C. A. (2017). Violent video game effects on salivary cortisol, arousal, and aggressive thoughts in children. *Computers in Human Behavior*, 70, 39-43. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.045>
- Giammarco, E. A., Schneider, T. J., Carswell, J. J., & Knipe, W. S. (2015). Video game preferences and their relation to career interests. *Personality and Individual Differences*, 73, 98-104. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.09.036>
- Gottfredson, G. D. (1999). John L. Holland's contributions to vocational psychology: A review and evaluation. *Journal of Vocational Behavior*, 55(1), 15-40.
- Gunter, B. (2016). How Much Exposure Do Children Have to Violence in Video Games?. In: Does Playing Video Games Make Players More Violent? (pp. 31-52). *Palgrave Macmillan*, UK. Doi: 10.1057/978-1-137-57985-0
- Holland, J. L. (1959). A theory of vocational choice. *Journal of Counseling Psychology*, 6(1), 35-45. <http://doi.org/10.1037/h0040>

- Holland, J. L. (1985). Making vocational choices: a theory of vocational personalities and work environments. (2nd ed.). *Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.*
- Holland, J. L. (1997). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments (3rd ed.). *ResearchGate*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/232433587\\_Making\\_vocational\\_choices\\_A\\_theory\\_of\\_vocational\\_personalities\\_and\\_work\\_environments\\_3rd\\_ed](https://www.researchgate.net/publication/232433587_Making_vocational_choices_A_theory_of_vocational_personalities_and_work_environments_3rd_ed).
- Holland, J. L., & Gottfredson, G. D. (1992). Studies of the hexagonal model: An evaluation (or, the perils of stalking the perfect hexagon). *Journal of vocational behavior, 40*(2), 158-170. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(92\)90063-6](https://doi.org/10.1016/0001-8791(92)90063-6)
- Holland, J. L., Johnston, J. A., & Asama, N. F. (1993). The Vocational Identity Scale: A diagnostic and treatment tool. *Journal of Career Assessment, 1*(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/106907279300100102>
- Huizinga, J. (2008/ 1938). *Homo Ludens. São Paulo: Perspectiva.*
- Jigau, M. (2007). Holland's inventories: Self-Directed Search (SDS). In M. Jigau (Ed.). *Career counseling: compendium of methods and techniques* (pp. 27-41). Bucharest.
- Johnson, D., Gardner, J., & Sweetser, P. (2016). Motivations for videogame play: predictors of time spent playing. *Computers in Human Behavior, 63*, 805-812. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.028>
- Juul, J. (2010). The game, the player, the world: Looking for a heart of gameness. *Plurais-Revista Multidisciplinar, 1*(2). <http://dx.doi.org/10.29378/plurais.2447-9373.2010.v1.n2.%25p>
- Karlsen, F. (2004). Media complexity and diversity of use: Thoughts on a taxonomy of users of multiuser online games. In: *Other Players conference Center for Computer Games Research, IT University of Copenhagen, Denmark.*
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of vocational behavior, 45*(1), 79-122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- Mansão, C. S. M., & Noronha, A. P. P. (2011). Avaliação dos tipos profissionais de Holland: Verificação da estrutura interna. *Revista de Psicologia/Journal of Psychologist, 13*(1), 46-58.
- Mansão, C. S. M., Porto Noronha, A. P., & Ottati, F. (2011). Interesses profissionais: Análise correlacional entre dois instrumentos de avaliação. *Revista Brasileira de Orientação Profissional, 12*(2).
- Nauta, M. M. (2010). The development, evolution, and status of Holland's theory of vocational personalities: Reflections and future directions for counseling psychology.



- Journal of Counseling Psychology*, 57(1), 11–22. <http://doi.org/10.1037/a0018213> 57(1), 11–22. <http://doi.org/10.1037/a0018213>
- Neteriuk, S. (2009). Reflexões acerca do videogame: algumas de suas aplicações e potencialidades. In: L. Santaella e M. Feitoza (Eds.), *Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games* (pp 23-36). São Paulo: Cengage Learning.
- Newman, J. (2013). *Videogames*. Routledge.
- Pesquisa Game Brasil. ([s.d.]). Recuperado 20 de setembro de 2016, de <http://www.pesquisagamebrasil.com.br/>
- Quantic Foundry. ([s.d.]). Recuperado 18 de dezembro de 2017, de <https://quanticfoundry.com/#motivation-model>
- Ranhel, J. (2009) O conceito de jogo e os jogos computacionais. In: L. Santaella & M. Feitoza (Eds.), *Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games*. (pp. 3-22). São Paulo: Cengage Learning.
- Roberts, B. W., Caspi, A. & Moffitt, T. E. (2003). Work experiences and personality development in adulthood. *Journal of Personality and social psychology*, 84, 582-593.
- Rounds, J. (1995). Vocational interests: evaluating structural hypotheses. In D. J. Lubinski & R. V. Dawis (Eds.), *Assessing individual differences in human behavior: new concepts, methods and findings* (pp. 177-232). Palo Alto, CA: *Davies-Black*.
- Santaella, L. & Feitoza, M. (2009). *Mapa do Jogo: a diversidade cultural dos games*. São Paulo: Cengage Learning.
- Sarriera, J. C., Silva, M. A., Kabbas, C., & Lópes, V. B. (2001). Occupational identity formation in adolescents. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 6(1), 27–32. <http://doi.org/10.1590/S1413-294X2001000100004>
- Sato, A. K. O. (2009) Do mundo real ao mundo ficcional: a imersão no jogo. In: L. Santaella e M. Feitoza (Eds.). *Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games*. (pp. 37-48). São Paulo: Cengage Learning.
- Savickas, M. L. (1999). The psychology of interests. In: M. L. Savickas & A. R. Spokane (Eds.), *Vocational interests: Meaning, measurement, and counseling use* (pp. 19-56). Palo Alto, CA, US: *Davies-Black Publishing*.
- Savickas, M. L., & Hartung, P. J. (2012). *My career story: An autobiographical workbook for life-career success*. Retirado de: [http://www.vocopher.com/CSI/CCI\\_workbook.pdf](http://www.vocopher.com/CSI/CCI_workbook.pdf). Setembro, 2017.
- Scharkow, M., Festl, R., Vogelgesang, J., & Quandt, T. (2015). Beyond the “core-gamer”: Genre preferences and gratifications in computer games. *Computers in Human Behavior*, 44, 293-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.020>

- Schooler, C. (2001). The intellectual effects of the demands of the work environment. In R. J. Sternberg & E. L. Grigorenko (Eds.), *Environmental effects on cognitive abilities* (pp. 363-380). Mahwah, NJ: *Lawrence Erlbaum*.
- Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S., & Lachlan, K. (2006). Video game uses and gratifications as predictors of use and game preferences. In: P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Playing video games: motives, responses, and consequences*. Nova Jersey: *Lawrence Erlbaum Associates Publishers*.
- Su, R., & Rounds, J. (2015). All STEM fields are not created equal: People and things interests explain gender disparities across STEM fields. *Frontiers in psychology*, 6, 189. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00189
- Tavinor, G. (2008). Definition of videogames. *Contemporary Aesthetics*, 6.
- Teixeira, M. A. P., Castro, G. D. & Cavalheiro, C. V. (2008). Escalas de Interesses Vocacionais (EIV): construção, validade fatorial e consistência interna. *Psicologia em Estudo*, 13 (1), 179-186.
- Tracey, T. G. J. (2008). Adherence to RIASEC structure as a key career decision construct. *Journal of Counseling Psychology*, 55(2), 146–157.
- Tracey, T. J. G. & Darcy, M. (2002). An idiographic examination of vocational interests and their relation to career decidedness. *Journal of Counseling Psychology*, 49(4), 420-427. Doi: 10.1037//0022-0167.49.4.420
- U.S. Department of Labor by the National Center for O\*NET Development, (2017, setembro). Interests. *Onet Online*. Retirado em Setembro, 2017, de <https://www.onetonline.org/find/descriptor/browse/Interests/>
- Video Games Reviews & News. ([s.d.]). Recuperado 20 de setembro de 2016, de <http://www.gamespot.com>
- Yee, N. (2006a). The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 15(3), 309-329. <https://doi.org/10.1162/pres.15.3.309>
- Yee, N. (2006b). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & behavior*, 9(6), 772-775. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.772>
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). Affect, mood, and emotion as determinants of selective exposure. *Selective exposure to communication*, 157-190.
- 2017 Video Games Trends. ([s.d.]). Recuperado 20 de setembro de 2016, de <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/industry-expertise/video-games/>

## ANEXO A

### ESCALA DE INTERESSES E PREFERÊNCIAS EM VIDEOGAMES

1) Abaixo, estão descritos seis perfis diferentes de pessoas. Você deve colocar em ordem, de 1 a 6, com qual perfil você mais se identifica, sendo 1 para o que você mais se identifica, 2 para o segundo com o qual mais se identifica, e assim por diante, sendo 6 o que você menos se identifica. As pessoas possuem um pouco de cada uma dessas características, mas algumas são mais salientes e outras menos. Lembre-se que você deve dar um número para cada um dos perfis.

( ) Uma pessoa prática e que gosta de atividades físicas. Frequentemente gosta de atividades que envolvam trabalho manual. Algumas vezes, trabalha com animais, plantas e materiais como madeira, ferramentas e máquinas. Pode gostar de reformar, construir e de trabalhos ao ar-livre, que não envolvam muitos papéis ou trabalhar com outras pessoas.

( ) Uma pessoa curiosa e investigativa, que gosta de atividades que envolvam ideias e muito pensamento. Muitas vezes, gosta de procurar a solução para problemas utilizando a investigação, lógica, métodos matemáticos ou pesquisa.

( ) Uma pessoa imaginativa e expressiva, que gosta de atividades que envolvam formas de arte, música, escrita, cinema ou teatro. Utilizam a originalidade e a criatividade para resolver problemas ou tarefas.

( ) Uma pessoa sociável que gosta de atividades que envolvam o diálogo, instrução e compreensão. Gosta de trabalhar em equipe e ajudar as outras pessoas, orientando, ensinando ou provendo algo.

( ) Uma pessoa persuasiva que gosta de liderar e tomar decisões. Gosta de utilizar a estratégia, influenciar pessoas e de atividades que requerem habilidade para resolver problemas de negócios legais ou governamentais que envolvam ganhos econômicos, risco e competição.

( ) Uma pessoa metódica e organizada, que gosta de seguir rotinas e instruções claras e definidas. Utiliza a precisão, o detalhe, a exatidão e a cautela para resolver problemas. Gosta de tarefas que envolvam organização, manutenção de registros, gestão de dados e agendamento.

2) Agora, abaixo, são apresentadas frases que descrevem diversos aspectos que estão presentes em videogames. Você deve responder, com a sua opinião, o quanto o aspecto descrito lhe interessa quando está jogando um jogo ou ao escolher um jogo para jogar. Para isso, marque um número de 1 a 4 na coluna da direita, dependendo do quanto o que está na frase lhe interessa (quanto mais perto do 4, mais interesse você tem). Pense nos seus jogos favoritos, nos jogos que você costuma gostar de jogar e nos jogos que lhe atraem. Pense também na maneira como você costuma jogar os videogames, seja em consoles, computador ou celular. O que pretendemos avaliar são os seus interesses nos videogames. Não queremos saber o que é importante para o mercado dos games, mas o que é importante para VOCÊ gostar de um game. Assinale apenas uma resposta para cada frase. Lembre-se de não deixar nenhuma frase em branco.

Item	Não me interessa	Me interessa pouco	Me interessa	Me interessa muito
Quando o jogo tem cenário que se assemelha ao mundo real.	1	2	3	4
Jogos no estilo quebra-cabeça (puzzle).	1	2	3	4
Quando o jogo é baseado em alguma obra da literatura.	1	2	3	4
Conversar com outros jogadores sobre o jogo.	1	2	3	4
Seguir um plano determinado no jogo.	1	2	3	4
Jogos que envolvem ganhos e riscos (ranking).	1	2	3	4
Simuladores (carros, aviões, máquinas, fazendas, etc.)	1	2	3	4
Quando envolve resolver mistérios.	1	2	3	4
Quando o jogo apresenta estranhezas que tento compreender.	1	2	3	4
Quando o design do jogo é inovador, diferente da maioria dos jogos.	1	2	3	4
Auxiliar outros jogadores.	1	2	3	4
Ordenar o que os outros jogadores devem fazer.	1	2	3	4
Acumular riquezas no jogo.	1	2	3	4
Quando o jogo tem mecânicas e controles que se mantém os mesmos do início ao fim.	1	2	3	4
Jogos de esportes como futebol, basquete, tênis...	1	2	3	4
Jogos com temas científicos ou de ficção científica.	1	2	3	4
Quando envolve arte (dança, desenho, cantar, tocar música).	1	2	3	4
Quando o jogo me permite desenvolver as características da aparência do meu personagem.	1	2	3	4
Reunir meus amigos para jogar um jogo.	1	2	3	4
Personagens com elevado status social.	1	2	3	4
Ser o jogador que fez mais pontos na partida.	1	2	3	4

Organizar meus itens em um inventário no jogo.	1	2	3	4
A história do jogo é linear, com início e fim.	1	2	3	4
Histórias em que meu personagem é alguém importante, um líder.	1	2	3	4
Procurar com que todos os jogadores da partida se divirtam.	1	2	3	4
Criar coisas visualmente bonitas no jogo.	1	2	3	4
Resolver charadas ou enigmas no jogo.	1	2	3	4
Cenários de florestas, montanhas ou praias, em que pareça que eu estou em contato com a natureza.	1	2	3	4
Ir direto ao ponto; seguir o objetivo principal.	1	2	3	4
Construir ou reformar, como empilhar blocos ou montar estruturas.	1	2	3	4
O jogo possui diversos segredos a serem descobertos.	1	2	3	4
Quando o jogo se passa em um mundo fantástico ou mágico.	1	2	3	4
Ensinar outros jogadores sobre o jogo.	1	2	3	4
Quando o jogo possui clãs, guildas, grupos dos quais eu posso participar ajudando outros jogadores.	1	2	3	4
Vender itens para outros jogadores para ter lucro.	1	2	3	4
Quando os controles do jogo são simples.	1	2	3	4
Seguir as tarefas do jogo de maneira ordenada/ em ordem.	1	2	3	4
Trocar itens com outros jogadores buscando ajudar um ao outro.	1	2	3	4
O jogo apresenta mecânica e física realistas.	1	2	3	4
Personagens que utilizem a força física ou habilidade manual.	1	2	3	4
Encontrar segredos como áreas, salas ou caminhos escondidos.	1	2	3	4
Descobrir mais sobre a história, o mundo ou universo do jogo.	1	2	3	4
Quando a trilha sonora do jogo é bem feita.	1	2	3	4
Observar as roupas dos personagens.	1	2	3	4
Personagens bondosos, leais.	1	2	3	4
Jogos que envolvem reparar e consertar objetos ou máquinas.	1	2	3	4
Resolver problemas lógicos no jogo.	1	2	3	4
Temas de fantasia, com ambientes, personagens ou acontecimentos imaginários.	1	2	3	4
Quando o jogo possui opção de bate-papo.	1	2	3	4
Ser líder da minha equipe.	1	2	3	4
Jogos lineares, em que o caminho a ser seguido é bem definido.	1	2	3	4
Preencher e finalizar as tarefas do jogo.	1	2	3	4
Quando a física do ambiente do jogo, como vento, distância e gravidade interferem na	1	2	3	4

jogabilidade.				
Personagens que utilizem a inteligência, como magos ou cientistas.	1	2	3	4
Observar as paisagens do jogo.	1	2	3	4
Quando o jogo possui modo cooperativo.	1	2	3	4
Jogos competitivos.	1	2	3	4
Ser meticuloso e detalhista no jogo.	1	2	3	4
Quando tenho que utilizar minha inteligência para solucionar uma tarefa do jogo.	1	2	3	4
As reações dos personagens são realistas, se assemelham com reações que as pessoas do mundo real poderiam ter.	1	2	3	4
Quando o jogo é previsível.	1	2	3	4
Vencer ou derrotar outros jogadores.	1	2	3	4
Explicar o jogo para jogadores novatos.	1	2	3	4
Quando os cenários são bem detalhados e bem desenhados.	1	2	3	4
Envolve investigar pistas para resolver um problema.	1	2	3	4
Ter que pensar em soluções para avançar no jogo.	1	2	3	4
Quando envolve aprender a manusear os controles do jogo.	1	2	3	4
Quando a semelhança do jogo com o mundo real é convincente.	1	2	3	4
Quando a história do jogo desperta a minha curiosidade.	1	2	3	4
Customizar a aparência do meu personagem, trocando o estilo de cabelo, roupa, etc.	1	2	3	4
Ouvir a trilha sonora do jogo.	1	2	3	4
Quando minhas ações ajudam a minha equipe.	1	2	3	4
Influenciar e persuadir outros jogadores.	1	2	3	4
Jogos competitivos com estratégia baseada na construção e na captação de recursos (RTS).	1	2	3	4
Conseguir as “conquistas” e “troféus” do jogo (achievements), para que eles apareçam no meu perfil de jogador.	1	2	3	4
Explorar os lugares e áreas no mundo do jogo.	1	2	3	4
Customizar as minhas armas ou itens no jogo, mudando a cor, acrescentando detalhes, etc.	1	2	3	4
Decorar/ criar os ambientes de um jogo.	1	2	3	4
Inventar uma história no jogo.	1	2	3	4
As tarefas do jogo envolvem ajudar alguém.	1	2	3	4
Dar itens ou equipamentos para ajudar outros jogadores.	1	2	3	4
Personagens com alta carisma, que conseguem influenciar outros.	1	2	3	4
Quando as tarefas do jogo são repetitivas, se mantém parecidas ao longo do jogo.	1	2	3	4
Organizar coisas no jogo.	1	2	3	4

---

Quando os objetivos do jogo são bem claros e definidos.	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Ser o melhor jogador da equipe em uma partida.	1	2	3	4
Aproveitar as tabelas e números do jogo para desenvolver meu personagem.	1	2	3	4
Quando o jeito de jogar, ou seja, as regras se mantêm as mesmas durante o jogo.	1	2	3	4

---

**ANEXO B**  
**QUESTIONÁRIO DE CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES**

1. Qual a sua idade (em anos)?
  
2. Sexo. ( ) Masculino  
( ) Feminino
  
3. Grau de escolaridade:  
( ) ensino fundamental incompleto  
( ) ensino fundamental completo  
( ) ensino médio ou técnico incompleto  
( ) ensino médio ou técnico completo  
( ) ensino superior incompleto (faculdade incompleta)  
( ) ensino superior completo (faculdade completa)  
( ) pós-graduação
  
4. Quantas horas, aproximadamente, você costuma jogar videogames por semana (incluindo jogos no celular/ smartphone, computador ou qualquer outra plataforma)?
  
5. Quais as suas plataformas favoritas para jogar? (você pode marcar mais de uma)  
( ) Console  
( ) Computador  
( ) Celular/ smartphone  
( ) Tablet  
( ) Console portátil  
( ) Outra
  
6. Quais são os seus nomes dos jogos favoritos?
  
7. Onde você costuma jogar? (você pode marcar mais de uma)  
( ) Em casa  
( ) Casa de amigos  
( ) No ônibus  
( ) No trabalho  
( ) Na escola/ faculdade  
( ) No clube  
( ) Lan House/ Cyber café  
( ) Outro
  
8. Você pretende fazer ou já fez algum curso superior?
  
9. Se sim, qual curso superior você fez ou pretende fazer?



## ANEXO C

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Estamos realizando um estudo com jogadores de jogos digitais (videogames) para conhecer melhor quais aspectos desses jogos mais despertam o interesse ou atenção dos jogadores. Espera-se que esta pesquisa possa resultar na construção de um instrumento que avalie os interesses vocacionais a partir dos interesses demonstrados pelos participantes em relação aos jogos digitais. Para participar do estudo é necessário ter pelo menos 18 anos e jogar jogos digitais de qualquer tipo (em computador, consoles, celulares ou tablets), pelo menos três horas por semana, em média. A sua colaboração consiste em responder um conjunto de questionários com questões sobre dados sociodemográficos e interesses sobre aspectos de jogos digitais, além de interesses vocacionais. Os questionários serão aplicados em uma única vez, através da Internet, levam cerca de 30 minutos para serem respondidos e não pedem identificação nominal, garantindo a privacidade das informações fornecidas por você. Os dados pessoais solicitados serão usados apenas para caracterizar os participantes do estudo.

Esta pesquisa é coordenada pelo Prof. Marco A. P. Teixeira, do Instituto de Psicologia da UFRGS, com quem podem ser obtidas maiores informações (Rua Ramiro Barcelos, 2600 sala 117, Bairro Santana, Porto Alegre, RS - e-mail: [mapteixeira@yahoo.com.br](mailto:mapteixeira@yahoo.com.br) ou telefone: 51 33085454). Se você tiver dúvidas em relação à pesquisa ou quiser comentar algum aspecto relacionado à mesma pode contatar o pesquisador responsável.

Embora este estudo não traga nenhum benefício direto aos participantes, a sua colaboração poderá contribuir para a construção do conhecimento científico sobre o assunto. Não são conhecidos riscos aos participantes da pesquisa. O único incômodo previsto é o de disponibilizar algum tempo para responder aos questionários. Porém, se a pesquisa despertar em você algum desconforto, solicite orientação junto ao pesquisador responsável, que fará o encaminhamento necessário.

A participação na pesquisa é totalmente voluntária. Portanto, caso não queira responder ao questionário, você não precisa assinar este termo nem participar da pesquisa. O fato de não querer participar da pesquisa não lhe trará nenhum prejuízo. Como se trata de um instrumento anônimo, não há possibilidade de fazer nenhuma devolução de resultados individuais. No entanto, os resultados globais da pesquisa serão divulgados posteriormente em algum periódico ou evento científico da área de psicologia. Se você tiver interesse em receber os resultados da pesquisa uma vez que ela seja concluída, por favor contate o pesquisador responsável.

Este documento foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Rua Ramiro Barcelos, 2600, Bairro Santana, Porto Alegre, RS - fone 51 33085698, e-mail: [cep-psico@ufrgs.br](mailto:cep-psico@ufrgs.br)).

Ao concordar em participar desta pesquisa, declaro que sou maior de 18 anos e que fui informado dos objetivos e da justificativa da presente pesquisa, e estou de acordo em participar da mesma. Fui igualmente informado: a) da liberdade de participar ou não da pesquisa, bem como do meu direito de retirar meu consentimento, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo, sem que isso me traga qualquer prejuízo; b) da garantia de receber resposta a qualquer dúvida acerca dos procedimentos e outros assuntos relacionados com a pesquisa; c) da segurança de que não serei identificado e de que se manterá o caráter confidencial das informações registradas; d) que as informações obtidas com os questionários serão arquivadas sem identificação pessoal por pelo menos cinco anos junto ao banco de dados do pesquisador responsável na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ficando disponíveis para futuras análises.

- Sou maior de 18 anos e concordo em participar da pesquisa
- Não quero participar da pesquisa

## ANEXO D

### LISTA DE MÉDIAS PARA OS ITENS DE INTERESSES EM VIDEOGAMES

*Médias para interesses em videogames*

Item	M	DP
I14.Quando a história do jogo desperta a minha curiosidade.	3,74	,566
A6.Quando a trilha sonora do jogo é bem feita.	3,66	,693
I12.Explorar os lugares e áreas no mundo do jogo.	3,62	,675
I13.Descobrir mais sobre a história, o mundo ou universo do jogo.	3,53	,747
A15.Quando os cenários são bem detalhados e bem desenhados.	3,51	,714
I3.Quando tenho que utilizar minha inteligência para solucionar uma tarefa do jogo.	3,44	,697
I5.Encontrar segredos como áreas, salas ou caminhos escondidos.	3,42	,773
A4.Quando o design do jogo é inovador, diferente da maioria dos jogos.	3,42	,776
A11.Ouvir a trilha sonora do jogo.	3,42	,854
I10.O jogo possui diversos segredos a serem descobertos.	3,42	,740
A8.Quando o jogo se passa em um mundo fantástico ou mágico.	3,39	,811
I11.Ter que pensar em soluções para avançar no jogo.	3,38	,741
R12.As reações dos personagens são realistas, se assemelham com reações que as pessoas do mundo real poderiam ter.	3,37	,828
A2.Temas de fantasia, com ambientes, personagens ou acontecimentos imaginários.	3,36	,826
A7.Observar as paisagens do jogo.	3,35	,815
I1.Jogos com temas científicos ou de ficção científica.	3,32	,807
S2.Reunir meus amigos para jogar um jogo.	3,29	,898
I4.Personagens que utilizem a inteligência, como magos ou cientistas.	3,27	,832
I15.Envolve investigar pistas para resolver um problema.	3,24	,835
R11.Quando a física do ambiente do jogo, como vento, distância e gravidade interferem na jogabilidade.	3,22	,866
C15.Preencher e finalizar as tarefas do jogo.	3,20	,728
I2.Quando envolve resolver mistérios.	3,18	,860
R10.Cenários de florestas, montanhas ou praias, em que pareça que eu estou em contato com a natureza.	3,18	,906
I6.Quando o jogo apresenta estranhezas que tento compreender.	3,16	,892
I8.Resolver charadas ou enigmas no jogo.	3,16	,860
R3.O jogo apresenta mecânica e física realistas	3,15	,870
A3.Quando o jogo me permite desenvolver as características da aparência do meu personagem.	3,14	,915
S6.Quando minhas ações ajudam a minha equipe.	3,14	,906
S10.Quando o jogo possui modo cooperativo.	3,14	,944
S9.Conversar com outros jogadores sobre o jogo.	3,13	,928

A16. Customizar a aparência do meu personagem, trocando o estilo de cabelo, roupa, etc.	3,10	1,001
S8. Procurar com que todos os jogadores da partida se divirtam.	3,10	,904
A10. Customizar as minhas armas ou itens no jogo, mudando a cor, acrescentando detalhes, etc.	3,10	1,005
R9. Quando a semelhança do jogo com o mundo real é convincente.	3,08	,935
I9. Resolver problemas lógicos no jogo.	3,07	,863
C13. Quando os objetivos do jogo são bem claros e definidos.	3,01	,750
A14. Observar as roupas dos personagens.	3,00	,981
C4. Ser meticuloso e detalhista no jogo.	2,99	,911
C12. A história do jogo é linear, com início e fim.	2,96	,845
C6. Organizar meus itens em um inventário no jogo.	2,96	,945
R1. Quando o jogo tem um cenário que se assemelha ao mundo real.	2,95	,887
R8. Personagens que utilizem a força física ou habilidade manual.	2,93	,841
R7. Quando envolve aprender a manusear os controles do jogo	2,92	,842
C2. Quando os controles do jogo são simples.	2,87	,813
A5. Criar coisas visualmente bonitas no jogo.	2,86	,996
E9. Jogos competitivos.	2,84	1,020
E11. Personagens com alta carisma, que conseguem influenciar outros.	2,84	,966
C8. Aproveitar as tabelas e números do jogo para desenvolver meu personagem.	2,83	,953
C5. Quando o jeito de jogar, ou seja, as regras se mantém as mesmas durante o jogo.	2,83	,808
S7. Personagens bondosos, leais.	2,81	,921
E15. Acumular riquezas no jogo.	2,80	,979
C7. Seguir um plano determinado no jogo.	2,78	,831
E8. Conseguir as “conquistas” e “troféus” do jogo (achievements), para que eles apareçam no meu perfil de jogador.	2,78	1,098
S11. As tarefas do jogo envolvem ajudar alguém.	2,76	,868
C14. Quando o jogo tem mecânicas e controles que se mantêm os mesmos do início ao fim.	2,73	,837
S14. Quando o jogo possui clãs, guildas, grupos dos quais eu posso participar ajudando outros jogadores.	2,72	1,065
E13. Vencer ou derrotar outros jogadores.	2,69	1,011
E14. Ser o jogador que fez mais pontos na partida.	2,67	1,089
S1. Ensinar outros jogadores sobre o jogo.	2,67	,953
E2. Histórias em que meu personagem é alguém importante, um líder.	2,66	,891
E7. Jogos que envolvem ganhos e riscos (ranking).	2,65	1,047
A13. Quando o jogo é baseado em alguma obra da literatura.	2,63	,962
I7. Jogos no estilo quebra-cabeça (puzzle).	2,63	,925
S5. Trocar itens com outros jogadores buscando ajudar um ao outro.	2,62	,990
A9. Decorar/ criar os ambientes de um jogo.	2,61	1,021
C9. Organizar coisas no jogo.	2,60	,909

S4.Auxiliar outros jogadores.	2,58	,946
C1.Jogos lineares, em que o caminho a ser seguido é bem definido.	2,58	,836
E12.Ser o melhor jogador da equipe em uma partida.	2,56	1,129
A12.Inventar uma história no jogo.	2,56	1,032
S3.Quando o jogo possui opção de bate-papo.	2,54	1,031
C10.Seguir as tarefas do jogo de maneira ordenada/ em ordem.	2,54	,859
E10.Jogos competitivos com estratégia baseada na construção e na captação de recursos (RTS).	2,53	1,072
R6.Ir direto ao ponto; seguir o objetivo principal.	2,52	,871
S13.Explicar o jogo para jogadores novatos.	2,46	1,007
S12.Dar itens ou equipamentos para ajudar outros jogadores.	2,43	,961
E1.Influenciar e persuadir outros jogadores.	2,42	,996
E5.Vender itens para outros jogadores para ter lucro.	2,37	1,113
R5.Jogos que envolvem reparar e consertar objetos ou máquinas.	2,26	,934
R4.Construir ou reformar, como empilhar blocos ou montar estruturas.	2,24	1,020
E3.Ser líder da minha equipe.	2,21	,983
E6.Personagens com elevado status social.	2,21	,936
R2.Simuladores (carros, aviões, máquinas, fazendas, etc.)	2,20	1,058
A1.Quando envolve arte (dança, desenho, cantar, tocar música).	2,14	,999
E4.Ordenar o que os outros jogadores devem fazer.	2,00	,941
C11.Quando o jogo é previsível.	1,80	,760
C3.Quando as tarefas do jogo são repetitivas, se mantém parecidas ao longo do jogo.	1,79	,834
R13.Jogos de esportes como futebol, basquete, tênis...	1,70	,997

---

**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

**Título da Pesquisa:** PERFIL DE INTERESSES VOCACIONAIS DE JOGADORES DE VIDEOGAMES:  
CONSTRUÇÃO E VALIDAÇÃO DE UM INSTRUMENTO

**Pesquisador:** Marco Antônio Pereira Teixeira

**Área Temática:**

**Versão:** 2

**CAAE:** 69973517.1.0000.5334

**Instituição Proponente:** Instituto de Psicologia - UFRGS

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

**DADOS DO PARECER**

**Número do Parecer:** 2.223.821

**Apresentação do Projeto:**

Trata-se de um projeto de dissertação de mestrado visando a construir um instrumento de avaliação de interesses vocacionais a partir do contexto de videogames. A coleta de dados ocorrerá de modo online, com 600 participantes maiores de 18 anos de idade.

**Objetivo da Pesquisa:**

Os objetivos desta pesquisa são os seguintes: a) Construir um instrumento que avalie os interesses vocacionais a partir de interesses manifestados no contexto de videogames de acordo com o modelo teórico de interesses de John Holland, com seis dimensões: Realista, Investigativo, Artístico, Social, Empreendedor e Convencional; b) Obter evidências de validade e fidedignidade para o instrumento desenvolvido através de procedimentos de análise fatorial e de consistência interna.

**Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

Os procedimentos são avaliados como de risco mínimo, referente ao tempo dispendido para participação. Não há benefícios diretos aos participantes.

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

O projeto é acompanhado do parecer consubstanciado da Compesq/Psicologia/UFRGS.

**Endereço:** Rua Ramiro Barcelos, 2600

**Bairro:** Santa Cecília

**CEP:** 90.035-003

**UF:** RS

**Município:** PORTO ALEGRE

**Telefone:** (51)3308-5698

**Fax:** (51)3308-5698

**E-mail:** cep-psico@ufrgs.br

UFRGS - INSTITUTO DE  
PSICOLOGIA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO



Continuação do Parecer: 2.223.821

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

É apresentado TCLE, cujo conteúdo está de acordo com as diretrizes para ética em pesquisa com humanos.

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Pelo exposto, o presente parecer é pela aprovação do projeto de pesquisa.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_894975.pdf	12/07/2017 23:23:21		Aceito
Outros	Aprovacao_COMPESQ_RIASEC_Games.pdf	20/06/2017 01:12:14	Marco Antônio Pereira Teixeira	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_RIASEC_Games.pdf	20/06/2017 01:10:54	Marco Antônio Pereira Teixeira	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_RIASEC_Games.pdf	20/06/2017 01:10:34	Marco Antônio Pereira Teixeira	Aceito
Folha de Rosto	Folha.pdf	22/05/2017 22:07:38	Marco Antônio Pereira Teixeira	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

PORTO ALEGRE, 16 de Agosto de 2017

Assinado por:  
Clarissa Marceli Trentini  
(Coordenador)

Endereço: Rua Ramiro Barcelos, 2600  
Bairro: Santa Cecília CEP: 90.035-003  
UF: RS Município: PORTO ALEGRE  
Telefone: (51)3308-5698 Fax: (51)3308-5698 E-mail: cep-psico@ufrgs.br