

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS – FUCAPE**

LUCIANA GENELHÚ ZONTA

**O IMPACTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS NA PROPENSÃO DA
GERAÇÃO Y À COOPERAÇÃO OU COMPETIÇÃO NO AMBIENTE
CORPORATIVO**

**VITÓRIA
2012**

LUCIANA GENELHÚ ZONTA

**O IMPACTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS NA PROPENSÃO DA
GERAÇÃO Y À COOPERAÇÃO OU COMPETIÇÃO NO AMBIENTE
CORPORATIVO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas, na área de concentração em Estratégia e Governança Pública Privada

Orientador: Prof. Dr. Moisés Balassiano

**VITÓRIA
2012**

LUCIANA GENELHÚ ZONTA

**O IMPACTO DOS JOGOS ELETRÔNICOS NA PROPENSÃO DA GERAÇÃO Y À
COOPERAÇÃO OU COMPETIÇÃO NO AMBIENTE CORPORATIVO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas na área de concentração Estratégia e Governança Pública Privada.

Aprovada em 04 de Dezembro de 2012.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr.: MOISÉS BALASSIANO

Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças
(FUCAPE)

Prof. Dr.: BRUNO FELIX VON BORELL DE ARAÚJO

Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças
(FUCAPE)

Prof. Dr.: GUTEMBERG HESPANHA BRASIL

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

Aos meus filhos,
Luíza e Mickey,
pelo sentido da vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que colaboraram para a realização desta dissertação, em especial:

A minha família pelo apoio incondicional na transposição dos desafios que a vida me impõe.

À Escola Superior Aberta do Brasil (ESAB) pelas contribuições para o estudo, pelo reconhecimento profissional.

Ao Prof. Dr. Moisés Balassiano, pela orientação.

Ao Prof. Dr. Gutemberg Hespanha Brasil, por “transformar o ribeirão em braço de mar”, sua ajuda foi fundamental.

Aos Profs. Dr. Bruno Félix von Borell de Araújo e Dr. César Tureta, pela participação na banca de qualificação.

Ao Prof Msc. José Antônio B. Buffon, um agradecimento especial por todo o apoio dispensado desde o início do mestrado, amigo querido.

A Paulo Victor Novaes, pelo incentivo, compreensão, apoio, pela paz que me transmite, “enquanto eu respirar vou me lembrar de você”.

Ao amigo Jandir Nicoli, que me obrigou a estudar até à exaustão para a prova de proficiência. A vida nos desafiou, nós dobramos a aposta!

Aos amigos, Elton Sperandio, Eliane de Lima Silva, Filipe Teixeira, James Soldera, Janaina Binda, Rafael Ramos, Vinícius Barcelos, sem as contribuições de vocês não teria sido possível.

É graça divina começar bem.
Graça maior persistir na caminhada certa.
Mas graça das graças é não desistir nunca.
Dom Hélder Câmara

RESUMO

O objetivo deste estudo foi analisar, à luz da teoria da interdependência social de Deustch (1973), o impacto dos jogos eletrônicos na propensão da geração Y à cooperação ou competição no ambiente organizacional. A teoria diz respeito a conceitos relacionais, abordando que a interdependência entre indivíduos pode ser positiva (cooperação) ou negativa (competição). A discussão teórica parte de uma breve explanação sobre as diferentes gerações que interagem em um mesmo contexto organizacional, abordando os perfis geracionais, bem como as peculiaridades da geração Y. Em seguida, a teoria da interdependência social foi discutida como forma de conceituar os comportamentos cooperativos e competitivos. A pesquisa foi realizada a partir de uma amostra de 901 respondentes, composta por alunos de pós-graduação de uma Instituição de Educação Superior (IES) particular, membros de uma rede social, leitores de um blog de economia, funcionários do SEBRAE/ES e contatos pessoais da autora. O método *snowball* também foi utilizado na coleta dos dados. O banco de dados inicial contou com 33 variáveis expressas com base na escala de diferencial semântico com classificação de sete pontos, cujos extremos estão associados a rótulos bipolares que apresentam significado semântico. O questionário foi digitalizado por meio da plataforma *SurveyMonkey* e disponibilizado em URL própria a fim de permitir o acesso remoto das unidades da pesquisa, além da rápida tabulação dos resultados e posterior análise. Optou-se pelo modelo Log Linear por ser o mais adequado para análise dos dados categóricos qualitativos. Por fim, os resultados sugerem que os jogos eletrônicos influenciam jogadores da geração Y a maior propensão a cooperar, levantando a possibilidade de se confirmar que há predisposição maior para cooperar do que para competir.

Palavras-chave: Geração Y. Cooperação. Competição. Jogos eletrônicos.

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze, according to the social interdependence theory of Deustch (1949), the electronic games impacts in generation Y cooperation or competition attitudes in organizational environment. This theory relates to relational concepts, discussing the interdependence between people may be positive (cooperation) or negative (competition). The theoretical discussion starts in a short explanation about the different generations that interact in an equal organizational environment, discussing the generational profiles, as well the generation Y peculiarities. Then, the social interdependence theory was discussed as a way of conceptualize cooperative and competitive behaves. The survey was conducted from a sample of 901 respondents, consisting of students graduate from a particular Higher Education Institution (HEI), members of a social network, a blog reader of economy, officials SEBRAE / ES and personal contacts of the author. The snowball method was also used in data collection. The initial database included 33 variables expressed based on the semantic differential scale with seven points classification, whose ends are associated with bipolar labels that have semantic meaning. The questionnaire was scanned by SurveyMonkey platform and available at URL itself to allow remote access units research, besides the rapid tabulation of results and analysis. The Log Linear model was chosen to be the most suitable for qualitative analysis of categorical data. Finally, the results suggest that electronic games influence generation Y players to the greater propensity to cooperate, raising the possibility of confirming that there is greater susceptibility to cooperate than to compete.

Keywords: Generation Y. Cooperation. Competition. Electronic games.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Resumo sobre as diferenças entre gerações.....	17
Quadro 2 - Situação cooperativa e situação competitiva	24
Quadro 3 - Relação dos códigos das variáveis dependentes utilizadas no estudo...32	

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Exemplo de tabela de contingência.....	30
Tabela 2 - Classificação da amostra por tempo médio de horas jogadas / gênero / geração.	37
Tabela 3 - Estatísticas referentes às horas trabalhadas por geração (jogadores). ...	38
Tabela 4 - Efeitos estimados para variável v1.....	40
Tabela 5 - Efeitos estimados para variável v3.....	41
Tabela 6 - Efeitos estimados para variável v4.....	42
Tabela 7 - Efeitos estimados para variável v5.....	42
Tabela 8 - Efeitos estimados para variável v7.....	43
Tabela 9 - Efeitos estimados para variável v8.....	44
Tabela 10 - Efeitos estimados para variável v9.....	44
Tabela 11 - Efeitos estimados para variável v10.....	45
Tabela 12 - Efeitos estimados para variável v14.....	46
Tabela 13 - Efeitos estimados para variável v17.....	46
Tabela 14 - Efeitos estimados para variável v19.....	47
Tabela 15 - Efeitos estimados para variável v20.....	47
Tabela 16 - Efeitos estimados para variável v21.....	48

SUMÁRIO

Capítulo 1	11
1 INTRODUÇÃO	11
Capítulo 2	15
2 REVISÃO DE LITERATURA	15
2.1 OS PERFIS GERACIONAIS	15
2.2 A GERAÇÃO Y E SUAS PECULIARIDADES	18
2.3 OS JOGOS E O COMPORTAMENTO HUMANO.....	19
2.4 JOGOS ELETRÔNICOS: ENTRETENIMENTO OU CULTURA?	21
2.5 A TEORIA DA INTERDEPENDÊNCIA SOCIAL.....	22
2.6 ATITUDES COOPERATIVAS E COMPETITIVAS	25
2.6.1 Cooperativas	25
2.6.2 Competitivas	25
Capítulo 3	27
3 METODOLOGIA.....	27
3.1 PROCESSO DE COLETA DE DADOS.....	27
3.1.1 Concepção do instrumento de coleta.....	27
3.1.2 Coleta de dados	28
3.2 TÉCNICA DE ANÁLISE	29
Capítulo 4	35
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	35
4.1 PERFIL DA AMOSTRA.....	35
4.2 OS MODELOS AJUSTADOS	38
Capítulo 5	50
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	50
Capítulo 6	55
6 CONCLUSÕES	55
REFERÊNCIAS	57

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho aponta que, pela primeira vez na história as organizações acolhem profissionais cujas idades cobrem uma diferença de mais de 40 anos (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008), fazendo interagir, dessa forma, em um mesmo contexto organizacional até quatro gerações distintas, ou seja, tradicionais ou veteranos, *baby boomers*, geração X e geração Y ou trabalhadores do milênio (LANCASTER; STILLMAN, 2005; SMOLA; SUTTON, 2002).

De acordo com Balassiano (2009) a cada 20 anos, aproximadamente, uma nova geração surge e os efeitos das transições entre elas são verificados de quinze a vinte anos depois. Transformações sociais e econômicas, aliadas a vários outros fatores, tais como o conjunto de vivências comuns e a aproximação das idades impactam na história de uma geração (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008), sendo que suas características influenciam o modo de ser e de viver das pessoas nas sociedades (VASCONCELOS *et al.*, 2009).

Assim, a gestão das diferenças entre gerações é preponderante, não por razões humanistas, mas por ser um imperativo dos negócios (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008). Dencker; Joshi; Martocchio (2007) e Kupperschmidt (2000) explanam a respeito de sistemas sociais que não levam em conta dinâmicas sociais pertinentes à idade que podem desencadear ou sustentar conflito de gerações, insatisfação e diminuição na produtividade no ambiente de trabalho.

Autores como Beck e Wade (2004) pontuam que a aceleração das inovações tecnológicas a partir da década de 90 propiciou um maior contato da geração Y com

os jogos eletrônicos inculcando a esses sujeitos uma cultura diferente no que diz respeito à força de trabalho, centrada na liberdade de tomar decisões, nas oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento, na comunicação aberta e no respeito pelo seu estilo de vida (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008).

De acordo com DeFalco (2007) em busca da convergência entre a tecnologia e a criatividade, os games servem hoje para educação, treinamento de profissionais das mais diversas áreas, desde aviação, medicina até negócios, assim como meio de divulgação de marcas. O autor pontua ainda que, de meros objetos de entretenimento, são, hoje, meios interativos com os quais o usuário constrói hipóteses, resolve problemas, desenvolve estratégias, aprende regras, simula o real.

A relação do comportamento do indivíduo com o jogo é apontada como relevante, “o hábito de jogar traz no seu bojo uma série de particularidades que podem contribuir na formação de potenciais diferenciais entre as gerações que se encontram no mercado de trabalho contemporâneo” (BALASSIANO, 2009, p. 5).

Nesse contexto, Deutsch (1973), através da teoria da interdependência social, ressalta que a interdependência entre os integrantes de um grupo pode ser competitiva ou cooperativa. Define a cooperação como o contexto interativo em que as ações de um participante favorecem o alcance do objetivo de ambos. No âmbito oposto, na competição o atingimento do objetivo de um membro impede os outros de atingirem os seus.

Na academia tem sido comum o desenvolvimento de pesquisas relacionadas ao modo como as gerações se relacionam no ambiente organizacional, mais especificamente às reações e respostas aos que entram no cenário, no caso a geração Y, sendo foco de autores como Yee (2006) e Siitonen (2003) que estudaram o comportamento desses jovens, Rugimbana (2007) com investigações

sobre suas especificidades culturais e Dencker; Joshi; Martocchio (2007) que mostram como as normas relacionadas à idade são institucionalizadas nas organizações.

Apesar de estudos já terem sido realizados com a geração Y, de acordo com a revisão da literatura, até o momento, poucas pesquisas nacionais foram encontradas envolvendo o impacto dos jogos eletrônicos na propensão da geração Y à competição ou à cooperação no ambiente corporativo, sendo que, a maior parte desses estudos foi realizada no exterior. O presente estudo contribui na revisão de práticas de gestores, sugerindo a inserção de estratégias na formação de equipes envolvendo a geração Y.

Dessa forma, a fim de preencher essa lacuna, o problema de pesquisa desse estudo é: Qual o impacto dos jogos eletrônicos na propensão da geração Y à cooperação ou competição no ambiente corporativo?

Tendo como objetivo geral analisar o impacto dos jogos eletrônicos na propensão da geração Y à cooperação ou competição no ambiente corporativo, à luz da teoria da interdependência social de Deustch (1973).

Para que o objetivo geral possa ser atingido serão necessários os seguintes objetivos específicos: a) Analisar se os jogos eletrônicos influenciam jogadores da geração Y a maior propensão a cooperar; b) Analisar se os jogos eletrônicos influenciam jogadores da geração Y a maior propensão a competir.

O estudo se justifica pela importância do desenvolvimento de pesquisas relacionadas ao comportamento da geração Y no país, colaborando com o avanço da teoria de Gestão de Pessoas, pois Gilbert (2011) ressalta que, gerentes acostumados a usar certas práticas para envolver boomers vão ter que mudar os

seus caminhos e práticas, caso esperem contratar e manter o grupo mais novo fortemente empregado.

A pesquisa foi realizada a partir de uma amostra de 901 respondentes, composta por alunos de pós-graduação de uma Instituição de Educação Superior (IES) particular, membros de uma rede social, leitores de um blog de economia, funcionários do SEBRAE/ES e contatos pessoais da autora. O método *snowball* foi utilizado na coleta de dados. A técnica de análise de dados utilizada foi o modelo Log Linear por ser o mais adequado para análise dos dados categóricos qualitativos (ordinal e nominal).

O presente trabalho está organizado da seguinte forma: a introdução aborda o problema motivador da pesquisa e os objetivos que orientam o trabalho. Em seguida, no segundo capítulo, é apresentada uma revisão de literatura em que foram discutidas as peculiaridades da geração Y, os possíveis impactos que os jogos eletrônicos causaram nas atitudes cooperativas e competitivas dessa geração e a teoria da interdependência social de Morton Deutsch, além de terem sido construídas as hipóteses que orientaram a realização do estudo. Em seguida, foram descritos os procedimentos metodológicos no terceiro capítulo e, a análise dos resultados no quarto capítulo. Consta no quinto capítulo a discussão dos resultados. Finalmente, na conclusão, indicam-se sugestões para futuras pesquisas e para a prática de gestão de pessoas.

Capítulo 2

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 OS PERFIS GERACIONAIS

Com a virada do século, o conceito de gerações recupera o seu espaço nas análises sociológicas que não indicam somente as diferenças de classe, mas ainda as desigualdades de gênero, étnico raciais, culturais e geracionais (MOTTA; WELLER, 2010).

Abramo (1994) conceitua geração como uma similaridade de situação em um mesmo tempo histórico, ou seja, as pessoas de um mesmo grupo etário têm uma localização comum na dimensão histórica do processo social.

Para Chiuzi *et al.* (2011) a partir do compartilhamento do mesmo espaço de tempo de pessoas nascidas em uma mesma época, a convivência com diferentes gerações faz parte do cotidiano de todos, seja no contexto escolar, familiar, profissional ou social.

Para que seja possível entender uma geração, é necessário contextualizá-la a partir das anteriores (VASCONCELOS *et al.*, 2009).

Desse modo, torna-se imprescindível a reconstrução das trajetórias sociais das gerações anteriores para a análise e compreensão das ações coletivas empreendidas pelas novas gerações, bem como dos desafios que as mesmas enfrentam (MOTTA; WELLER, 2010).

No mesmo contexto, para compreender como uma geração difere da outra, é preciso que se perceba como cada uma delas forma um conjunto de crenças,

valores e prioridades, ou seja, paradigmas, consequências diretas da época em que cresceram e se desenvolveram (CHIUZI *et al.*, 2011).

Assim, foram levantadas as seguintes hipóteses:

H0: Os jogos eletrônicos influenciam jogadores da geração Y a maior propensão a cooperar.

H1: Os jogos eletrônicos influenciam jogadores da geração Y a maior propensão a competir.

Diversas pesquisas (ALVES, 2004; BALASSIANO, 2009; DENCKER; JOSHI; MARTOCCHIO, 2007; FERREIRA, 2010; FEIXA; LECARDDI, 2010) abordam os comportamentos entre gerações sob diferentes aspectos e “embora as motivações variem dependendo do campo do conhecimento, os objetivos seguem a mesma direção: traçar perfil; identificar características idiossincráticas; e estabelecer paralelos entre atitudes, habilidades e comportamentos” (BALASSIANO, 2009, p. 3).

As gerações podem ser classificadas conforme a sua faixa etária em: a) tradicionalistas ou veteranos (nascidos antes de 1947); b) *baby boomers* (nascidos até 1964); c) geração X (nascidos entre 1965 e 1977); e d) geração Y ou *baby gamers*, para os nascidos a partir de 1978 (BECK; WADE, 2004; COIMBRA; SCHIKMANN, 2001; LANCASTER; STILLMAN, 2005; LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008; VELOSO *et al.*, 2008).

Dencker; Joshi e Martocchio (2007), baseados na faixa etária e nos principais eventos históricos, descrevem os tradicionalistas ou veteranos como aqueles que vivenciaram a Grande Depressão, altos níveis de desemprego e a pobreza; já os *baby boomers* tiveram como fatos marcantes da sua época os assassinatos dos Kennedy e Luther King, a chegada do homem à lua, a Guerra do Vietnã, a liberdade

sexual e movimentos como: direitos civis, ambientais e das mulheres. Para os mesmos autores, a geração X presenciou o mal-estar social, a AIDS, o sexo seguro, a queda do Muro de Berlim e a formação das famílias monoparentais, os *baby gamers* (geração Y) tiveram como cenário o surgimento da Internet, os atentados de 11 de setembro e a diversidade cultural.

Algumas diferenças entre as gerações, comparando e contrastando comportamentos são apresentadas no quadro 1.

	Tradicionais	Baby Boomers	Geração X	Geração Y
Perspectiva	Prática	Otimista	Cética	Esperançosa
Ética profissional	Dedicados	Focados	Equilibrados	Decididos
Postura diante autoridade	Respeito	Amor/Ódio	Desinteresse	Cortesia
Liderança por	Hierarquia	Consenso	Competência	Coletivismo
Espírito de	Sacrifício	Automotivação	Anticompromisso	Inclusão

Quadro 1 - Resumo sobre as diferenças entre gerações

Fonte: Lombardia; Stein e Pin (2008).

McGuire *et al.* (2007), Crumpacker e Crumpacker (2007) e Platteau, Molenveld e Demuzere (2011) explicam que cada uma dessas gerações tem um tipo específico de perfil. Os *baby boomers*, por exemplo, são geralmente considerados pelo emprego de valor ao longo da vida e lealdade à empresa, enquanto a geração X atribui mais significado à participação, desenvolvimento, estima, trabalho em equipe e qualidade de vida. Já a geração Y é muitas vezes caracterizada como a menos focada no desenvolvimento da carreira profissional, na autonomia de tarefas, no apoio à gestão, e ativo de aprendizagem. No entanto, sua maior vantagem é que são tecnologicamente alfabetizados e altamente educados (PLATTEAU, MOLENVELD; DEMUZERE, 2011).

Para Lombardia, Stein e Pin (2008) a geração X não vê o sucesso da mesma forma como seus pais e é mais cética, mais difícil de alcançar por meios tradicionais.

A geração Y é vista como uma geração de resultados, não de processos. Para eles, o importante é saber o que está acontecendo no momento para reagir rapidamente.

Chiuzi *et al.* (2011) ressaltam que existem diferenças e paridades entre as gerações, tais como: visão de mundo, de autoridade, limites de comportamentos e valores, entre outros que afetam os indivíduos diretamente e indiretamente.

Para Balassiano (2009), a tecnologia desempenhou um papel crucial na delimitação e formação das quatro gerações, sendo que diversos autores indicam diferentes impactos gerados pela tecnologia na formação das pessoas (BECK; WADE, 2004; DeMARCO *et al.*, 2007).

2.2 A GERAÇÃO Y E SUAS PECULIARIDADES

Pela diversidade de alternativas presentes, os *vídeo games* possibilitaram a criação de diretrizes influenciadoras da vida cotidiana dos *baby gamers* (BECK, WADE, 2004; DeMARCO *et al.*, 2007; FERREIRA, 2010; SUZUKI, 2009; YEE, 2006).

O fato da geração Y ter sido a última a adentrar o mercado de trabalho, ocasiona um constante desafio para gestores atraí-la e fazer com que a mesma permaneça na empresa (VASCONCELOS *et al.*, 2009).

Suas peculiaridades impactam até mesmo na diversidade de pontos de vista conceituais de autores, pois algumas definições diferentes podem ser encontradas na literatura relacionada aos *baby gamers*, porém certas características são ponto comum de muitos estudos.

Para Shaw e Fairhurst (2008) caracterizam-se como independentes, autossuficientes, honestos, empreendedores e decididos, tendo a tecnologia como aliada no processo de aprendizagem.

Oliveira (2010) os caracteriza como: a) curiosos questionadores e criativos; b) extremamente informados; c) conhecedores de línguas estrangeiras, sobretudo o inglês; d) ávidos por novas experiências; e e) necessitados de reconhecimento constante.

Para Lombardia, Stein e Pin (2008) essa tribo, de natureza urbana, possui características comuns que a diferenciam de outros coletivos: a) seu nível educativo é alto; b) raça, nacionalidade e religião são secundárias, os laços profissionais ou de gostos pessoais é que contam; c) buscam carreiras brilhantes, altos salários e adoram os *headhunters* e as multinacionais; e d) a rede de amizades e conhecidos está distribuída por todo o mundo ou em região ampla.

Para Turkle (1997) são vistos como representantes de uma lógica não linear, pois o relacionamento especial que os jogadores estabelecem com os *video games* tem elementos comuns a interações com outros tipos de computador. O seu poder dominador, de fascínio quase hipnótico, é o poder dominador do computador. As experiências de jogadores de *video game* ajudam a compreender esse poder dominador (TURKLE, 1997).

2.3 OS JOGOS E O COMPORTAMENTO HUMANO

Deutsch (1973), Piaget (1975) e Winnicott (1975) comparam e contrastam os reflexos que fatores externos, no caso, o jogo, podem provocar no comportamento dos sujeitos, nas dimensões familiar, social e corporativa, provocando atitudes e

reações que, para Piaget (1975) são iniciadas desde os primeiros meses de existência do indivíduo e perduram até a idade adulta, fase em que somente jogos com regras (impostas por algum grupo) são os que se mantêm.

De acordo com Huizinga (2001) tais regras se organizam por meio de formas ordenadas compostas de elementos como tensão, equilíbrio, compensação, contraste, variação, solução, união e desunião; e a menor desobediência a esta ordem “estraga o jogo”.

Vários são os teóricos unânimes nas relações cognitivas, sociais, culturais e afetivas potencializadas pelos jogos (FREUD, 1976; HUIZINGA, 2001; PIAGET, 1975; WINICOTT, 1975).

Vieira e Sartório (2002) consideram o jogo um instrumento para a compreensão do desenvolvimento comportamental e social.

Ramos (2008) destaca o jogo eletrônico pelo grande potencial midiático utilizado para criar possibilidades de representação de papéis e constituição de mundos virtuais nos quais comportamentos são autorizados e vivenciados pelos jogadores.

Para Balassiano (2009) algumas características dos jogos refletem as mesmas situações presentes na rotina diária de qualquer coordenador, gerente ou executivo de uma empresa: a) situações que demandam respostas rápidas dos jogadores; b) capacidade de análise dos riscos envolvidos em tais decisões; c) formas de aprendizado baseadas em tentativa-e-erro; d) circunstâncias em que muitas decisões devem ser tomadas rapidamente, exigindo total imersão em dados; e e) diferentes modos de cooperar, competir e se relacionar com outras pessoas (em ambientes físicos ou virtuais).

Portanto, tais comportamentos e ideias compartilhadas dos jogadores, para Deutsch (1949) podem desencadear relações de interdependência social e, o modo como a mesma é estruturada determina a forma de interação entre os indivíduos.

2.4 JOGOS ELETRÔNICOS: ENTRETENIMENTO OU CULTURA?

No início da década de 70 os jogos eram um passatempo bastante restrito. Nos dias atuais, grandes têm sido os avanços nos jogos eletrônicos, a briga entre as empresas pelo crescente realismo (MOITA, 2006).

O mercado norte-americano de *games* é o maior do planeta, com um faturamento em torno de US\$ 26 bilhões (DeFALCO, 2007).

No Brasil, de acordo com a Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (ABRAGAMES), existem mais de 25 instituições que oferecem opções de cursos, contribuindo para estimular inovações tecnológicas, gerar empregos e movimentar outras indústrias como a de educação.

Para DeFalco (2007), de meros objetos de entretenimento, os jogos eletrônicos são, hoje, meios interativos com os quais o usuário constrói hipóteses, resolve problemas, desenvolve estratégias, aprende regras e simula o real.

Para Moita (2006) o *video game* seria um artefato cultural, e que a interação entre o jovem e o mesmo ocorre de modo direto no espaço e no tempo, proporcionando interatividade e motivação.

A autora denomina currículo cultural como um conjunto mais ou menos organizado de informações, valores e saberes que, via produtos culturais (nesse caso audiovisuais), atravessam o cotidiano de milhões de pessoas e interferem em suas formas de aprender, de ver, de pensar e de sentir.

Os jogos representam a expressão humana no que se refere ao lazer, à arte, mas também à educação, ao desenvolvimento do raciocínio e da percepção sensorial. Jogo é mais do que um meio de expressão, é uma realidade alternativa que critica o próprio ambiente humano e seus relacionamentos. A cultura é reflexo da realidade, assim como esta é reflexo da cultura. O mundo virtual é retratado no humano e vice-versa (DeFALCO, 2007, p. 55).

Morais e Assis (2008) consideram que os jogos eletrônicos, então, podem ser analisados como parte de um conjunto da produção cultural de uma sociedade, permitindo assim o entendimento de comportamentos e ideias compartilhadas pelos que estão imersos nesta realidade virtual, ou seja, os jogadores.

2.5 A TEORIA DA INTERDEPENDÊNCIA SOCIAL

A teoria da interdependência social (DEUTSCH, 1949; LEWIN, 1935) diz respeito aos conceitos relacionais, abordando o que acontece entre indivíduos quando há uma meta comum entre os componentes de um grupo e quando o resultado atingido por um afeta o resultado do outro. Os grupos são “todos dinâmicos” nos quais uma mudança na condição de algum membro ou de algum subgrupo muda a condição dos outros membros ou de outros subgrupos (JOHNSON *et al.*, 1998).

Para Deutsch (1973) a interdependência pode ser positiva (cooperação) ou negativa (competição). Lewin (1935) pontua que a essência de um grupo reside na interdependência de seus membros.

Johnson *et al.* (1998), a partir de suas pesquisas sobre aprendizagem, com base na teoria da interdependência social, apontaram as condições em que circunstâncias cooperativas, competitivas ou individualizadas interferem na realização do estudante, o ajustamento psicológico, a autoestima e habilidades

sociais. Como resultado, os autores constataram que contextos cooperativos quando comparados aos competitivos refletem em uma maior motivação para o trabalho.

Assim, tais conceitos foram aplicados no contexto organizacional (CHEN *et al.*, 1998), sendo que uma situação é dita como cooperativa se os objetivos dos participantes são positivamente relacionados, mas é competitiva se os objetivos se a relação é negativa (DEUTSCH, 1949).

Sato *et al.* (2011) argumentam a favor da abordagem dos aspectos que sustentam a cooperação e a competição como práticas sociais, nas suas implicações em termos psicossociais e nos sentidos a elas atribuídos em diferentes contextos de trabalho.

Deutsch (1973) categoriza duas classes de processos: cooperativos e competitivos, de forma que ambos são interdependentes. Tal interdependência leva a ganhos mútuos nos processos cooperativos; sendo que nos competitivos para que uma das partes ganhe a outra sofrerá prejuízos (DEUTSCH, 1973).

No mesmo contexto, o autor classifica os processos a partir de seus efeitos:

- a) substitutividade - em processos cooperativos, seria supérfluo que uma das partes realizasse determinada atividade que a outra realiza. Por outro lado, em processos competitivos, ambas as partes devem ter interesse em realizar a mesma atividade;
- b) desenvolvimento de uma postura negativa (competição) ou positiva (cooperação) em relação à outra parte; e c) a capacidade de uma parte se deixar ser influenciada pela outra (no caso dos processos competitivos, essa capacidade é muito menor).

Vários autores discutiram a cooperação e a competição como positivas ou negativas (BENDASSOLLI, 2001; DEUTSCH, 1973; SATO *et al.*, 2011) sendo que, nos mercados contemporâneos, sinais competitivos podem ser considerados

elementos positivos quando o ambiente demandar este tipo específico de comportamento para o sucesso de um empreendimento (ROBBINS, 2011).

Para Sato *et al.* (2011) em contextos e situações reais, cooperação e competição estabelecem configurações peculiares, sendo vistos como processos psicossociais fundamentais, pois configuram as interações sociais, os processos grupais, a dinâmica das organizações.

De acordo com Brotto (1999) cooperação e competição são processos distintos, porém, não muito distantes. As fronteiras entre eles são tênues, permitindo certo intercâmbio de características, de maneira que se pode encontrar, em algumas ocasiões, uma competição-cooperativa e em outras, uma cooperação-competitiva (Quadro 2).

SITUAÇÃO COOPERATIVA	SITUAÇÃO COMPETITIVA
Percebem que o atingimento de seus objetivos é, em parte, consequência da ação dos outros membros.	Percebem que o atingimento de seus objetivos é incompatível com a obtenção dos objetivos dos demais.
São mais sensíveis às solicitações dos outros.	São menos sensíveis às solicitações dos outros.
Ajudam-se mutuamente com frequência.	Ajudam-se mutuamente com menor frequência.
Há maior homogeneidade na quantidade de contribuições e participações.	Há menor homogeneidade na quantidade de contribuições e participações.
A produtividade em termos qualitativos é maior.	A produtividade em termos qualitativos é menor.
A especialização de atividades é maior.	A especialização de atividades é menor.

Quadro 2 - Situação cooperativa e situação competitiva

Fonte: Brotto (1999).

Para Deutsch (1973), poucas são as situações na vida real que se caracterizam por serem puramente cooperativas ou puramente competitivas.

2.6 ATITUDES COOPERATIVAS E COMPETITIVAS

2.6.1 Cooperativas

Nora e Arnoldi (2004) ressaltam a relevância da cooperação quando pontuam que a mesma possibilitou a criação da linguagem entre os seres humanos. “Esta, não se deu por um indivíduo sozinho na apreensão de um mundo externo, mas sim pelas relações humanas tão necessárias à evolução e construção de um mundo em comum” (NORA; ARNOLDI, 2004, p.4).

A teoria da interdependência social entende a cooperação como resultante da interdependência positiva entre os alvos dos indivíduos (JOHNSON *et al.*, 1998). Piaget (1994, p. 25) considera a cooperação como o “fazer nascer a consciência de normas ideais, dominando todas as regras”.

Deutsch (1973 apud RODRIGUES, 1986) aponta que membros de grupos cooperativos terão mais facilidade que membros de grupos competitivos em valorizar as ações dos companheiros conducentes aos objetivos destes, e a opor-se e reagirem negativamente a ações capazes de dificultar ou impedir a obtenção de tais objetivos.

A interdependência positiva (cooperação) resulta em interação promotora visto que os indivíduos estimulam e facilitam os esforços mútuos (JOHNSON *et al.*, 1998).

2.6.2 Competitivas

Para Abdalla (2002, p. 2) “Agora, mais do que nunca, o ser humano é colocado em uma luta fratricida pela sobrevivência, submetendo todo e qualquer

critério de relação social e humanitária, em todos os seus aspectos, ao princípio da competição”.

Vários autores discutiram a cooperação e a competição como positivas ou negativas (BENDASSOLLI, 2001; DEUTSCH, 1973; SATO *et al.*, 2011) sendo que, nos mercados contemporâneos, sinais competitivos podem ser considerados elementos positivos quando o ambiente demandar esse tipo específico de comportamento para o sucesso de um empreendimento (ROBBINS, 2011).

Balassiano (2009, p. 3) contextualiza que “as barreiras impostas pelo *status quo* levam geralmente às reações de quem entra no cenário. A necessidade de se firmar surge como resposta à tentativa de dominação”. Desse modo, o autor destaca que administrar esses conflitos impacta de forma direta no atingimento de objetivos tanto familiares quanto organizacionais.

Para Deutsch (1973), tais conflitos nem sempre levam a resultados ruins, além de ainda poderem desempenhar funções ou positivas ou negativas. Apontam-se como positivas quando permitem a prevenção à estagnação de uma relação, dá estímulo a novos interesses e à curiosidade, bem como explora a capacidade de cada indivíduo (DEUTSCH, 1973).

Capítulo 3

3 METODOLOGIA

Após a apresentação do referencial teórico, como base de entendimento para analisar o impacto da maior exposição da geração Y aos jogos eletrônicos com a propensão ou à cooperação ou à competição, serão descritos os processos de coleta e análise dos dados.

3.1 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

3.1.1 Concepção do instrumento de coleta

O instrumento de coleta utilizado na pesquisa foi o questionário. Tomando por base o referencial teórico do estudo, foi elaborada uma primeira versão do questionário composto por 33 questões. Um pré-teste foi aplicado junto aos alunos (10) e professores (3) de Mestrado da FUCAPE (maio/2012) a fim de se obter uma análise crítica sobre a coerência das questões, objetividade e clareza das perguntas elaboradas, dado o conhecimento teórico destas pessoas.

Como os resultados apontaram para a falta de “validade de face” (DeVELLIS, 2003) todas as opções de respostas do instrumento foram reformuladas a partir de sugestões do grupo e revisão teórica baseada nos mesmos autores. Assim, considerando a fase piloto da pesquisa foram reformuladas afirmações (*closed-ended questions*) que permitissem mensurar a presença ou intensidade de comportamentos que levassem à operacionalização dos conceitos subjacentes da dimensão.

3.1.2 Coleta de dados

O banco de dados inicial contou com 33 variáveis expressas com base na escala de diferencial semântico com “classificação de sete pontos cujos extremos estão associados a rótulos bipolares que apresentam significado semântico” (MALHOTRA, 2004, p. 267). O questionário foi digitalizado por meio da plataforma *SurveyMonkey* e disponibilizado em URL própria a fim de permitir o acesso remoto das unidades da pesquisa, além da rápida tabulação dos resultados e posterior análise.

A coleta de dados foi realizada em uma Instituição de Educação Superior particular, em uma rede social (*Facebook*), em um *blog*, bem como no SEBRAE/ES. Houve também a utilização do método *snowball*, ou seja, amostragem em bola de neve, sendo que, o convite para a participação na pesquisa, bem como a solicitação para que o mesmo fosse disseminado, foram enviados por *email* para ex-alunos e pessoas que compõem a rede de relacionamento da autora do trabalho.

A justificativa para a escolha da amostra deve-se ao fato da facilidade de acesso aos respondentes, com o intuito de se garantir maior adesão de participações, uma vez que a mobilização na IES, unidade representativa na pesquisa, foi feita via plataforma institucional.

A partir de julho de 2012 o *link* do questionário foi disponibilizado na IES para acesso remoto por um período de 60 dias. Paralelamente, também foi disponibilizado nas outras unidades da pesquisa.

3.2 TÉCNICA DE ANÁLISE

A seleção de modelos é uma parte importante de toda pesquisa em modelagem estatística e envolve a procura de um modelo que seja o mais simples possível e que descreva bem os dados observados (CORDEIRO e DEMÉTRIO, 2007).

Assim, optou-se pelo modelo Log Linear por ser o mais adequado para análise dos dados categóricos qualitativos (ordinal e nominal). Para Biagioni (2010) o modelo linear apresenta ao pesquisador os diferentes graus de correlação entre uma variável dependente e outras independentes, sendo a variável dependente o local onde repousa a questão a ser explicada de acordo com o comportamento (variância) das variáveis independentes.

Este tipo de modelo possui três características centrais, distintas dos modelos lineares. A primeira é a relação não linear entre as variáveis em estudo, sendo ela logística. A segunda é o tratamento da ocorrência acumulada dos eventos para gerar uma razão de chance, traduzida em probabilidade e não em determinação. E a terceira característica é poder trabalhar os dados a partir de tabelas de contingência, onde a relação entre variáveis cruzadas possibilita o estudo minucioso dos ajustes a partir de cada categoria construída (BIAGIONI, 2010, p. 2).

No tópico seguinte é apresentado um exemplo de uma tabela de contingência, que tem como principal função organizar o número de indivíduos observados que partilham determinadas características, sendo que para efeito do presente estudo foi considerada apenas a geração y, sexo, exposição aos jogos eletrônicos (jogador e não jogador) e comportamento (cooperação ou competição).

TABELA 1 - EXEMPLO DE TABELA DE CONTINGÊNCIA

		Comportamento (<i>k</i>)						Total
		1		2		3		
		Cooperação		Neutro		Competição		
Hábito de Jogar (<i>j</i>)		1	2	1	2	1	2	N1..
		Jogador	N/Jogador	Jogador	N/Jogador	Jogador	N/Jogador	
Gênero (<i>i</i>)	1 Feminino	n111	n112	n121	n122	n131	n132	N2..
	2 Masculino	n211	n212	n221	n222	n321	n322	
Total		n.1.		n.2.		n.3.		N

Fonte: Autor (2012).

Como contribuição para o entendimento geral do estudo, serão descritas as variáveis utilizadas nos cálculos e em suas análises. A variável explicativa (independente) “Hábito de Jogar” será representada pelas letras J (jogador) e NJ (não jogador), sendo as variáveis respostas (dependentes) representadas pelo código VX (variável), seguidas pelo índice numérico que as representam.

- (G) = gênero;
- (G=1) = feminino;
- (G=2) = masculino;
- (J) = hábito de jogar;
- (J=1) = jogador;
- (J=2) = não-jogador; e
- (VX) = variável resposta, seguida do seu índice numérico.

Ressalta-se que os resultados apresentados são dos modelos ajustados do modelo log-linear, ou seja, com a eliminação de alguns parâmetros do modelo saturado, os valores esperados são bem próximos dos valores observados. A técnica que foi utilizada para chegar a este modelo foi a *Backward Elimination*, ou seja, a ideia desse método de seleção por eliminação é obter o melhor subconjunto

de variáveis através da sucessiva remoção das variáveis do modelo (MORAIS Jr, 2011).

É importante salientar que, as variáveis explicativas “hábito de jogar” e “gênero” são associadas, o que não será apresentado nos modelos, já que o interesse consiste nas variáveis dependentes, logo, não serão abordadas. Todos os efeitos foram avaliados sob um nível de significância de 5%.

Para que fosse possível a aplicação do modelo, optou-se por aglomerar as categorias com maiores frequências de cooperação ou competição, e as de menores frequências dos mesmos. Feito isto, o número de células com baixa frequência de respostas foi minimizado.

O Quadro 3 mostra os códigos com as variáveis que foram utilizadas na construção do modelo log-linear tabela de contingência. Com isso, foi possível traçar nos respondentes as atitudes de “cooperação” e de “competição”. As respostas foram dispostas com base na escala de Likert.

Cooperação e Competição	
Código	Descrição
V1	“O ambiente de trabalho é formado por diversas gerações que trazem consigo diferentes valores, habilidades técnicas e conhecimentos. Minimizar os efeitos dessas diferenças e formar equipes harmônicas que aumentam o desempenho (tanto individual quanto do grupo) tem sido um dos grandes desafios enfrentados pelas organizações. Entre colaborar com os colegas para todos ganharem ou não colaborar para que meu trabalho se sobressaia, eu prefiro colaborar”
V3	“Na escolha de uma empresa para trabalhar, eu prefiro um ambiente onde a COLABORAÇÃO para a obtenção de resultados é”: Fundamental ou Muito Importante; Importante; Desejável, mas não importante ou Irrelevante.
V4	“O mercado de trabalho pode ter ambientes que variam entre aqueles em que as pessoas trabalham juntas, para que todos ganhem méritos iguais, ou aqueles onde as pessoas preferem trabalhar individualmente, para ganharem méritos sozinhas. Eu prefiro os ambientes onde as pessoas trabalham: Sempre ou quase sempre juntas; Às vezes juntas; Sempre ou quase sempre sozinhas.
V5	“No ambiente de trabalho, entre abrir o jogo fornecendo informação sempre que necessário ou omitir informação para auferir vantagem (tirar proveito) eu procuro: Às vezes abrir o jogo, mas às vezes omitir informação; ou quase nunca, e às vezes fornecer informação ou nunca abrir o jogo”.
V7	“Para que o meu trabalho se sobressaia eu prefiro adotar uma atitude: Competitiva, pois ou eu ou a organização podemos nos beneficiar; Igualmente competitiva e cooperativa,

	independentemente das condições; ou Cooperativa, pois ou eu ou a organização podemos nos beneficiar”.
V8	“Para alcançar minhas metas eu me comporto de maneira”: Sempre ou quase sempre cooperativa; 50% das vezes cooperativa e 50% competitiva; ou Sempre ou quase sempre competitiva”.
V9	“Quando eu jogo com pessoas com as quais NÃO tenho uma relação de amizade, procuro tornar a disputa: Sempre ou quase sempre acirrada (quero vencer sempre); Às vezes acirrada (procuro vencer, mas não esquento a cabeça); ou Nunca ou quase nunca acirrada (não me importa vencer, vale a distração)”.
V10	“Na faculdade, quando era necessário participar de atividades em grupo para a realização de trabalhos acadêmicos, eu: Sempre ou quase sempre compartilhava com os colegas todos os meus conhecimentos, às vezes retendo informações; Contribuía com a mesma intensidade que meus colegas; ou Compartilhava parte do meu conhecimento, guardando o mais importante pra mim ou só compartilhava meus conhecimentos se me trouxesse algum benefício”.
V14	“Em sua opinião, qual das afirmativas abaixo descreve a atitude mais adequada de uma pessoa que deseja alcançar sucesso profissional”: O seu sucesso SEMPRE ou ÀS VEZES pressupõe o fracasso do outro; O seu sucesso não possui ligação com o do outro; ou O seu sucesso SEMPRE ou ÀS VEZES pressupõe o sucesso do outro”.
V17	“Se ganhar é sempre bom, para eu ganhar dos meus adversários eu devo: Jogar sempre ou quase sempre COM os meus adversários, mas às vezes contra eles; Às vezes COM os meus adversários, às vezes CONTRA eles; ou Jogar sempre ou quase sempre CONTRA os meus adversários, mas às vezes com eles”.
V19	“Quando um amigo e eu nos juntamos para jogar CONTRA desconhecidos eu ajo de forma: Sempre ou quase sempre acirrada (quero vencer sempre); Às vezes acirrada (procuro vencer, mas não esquento a cabeça); ou Nunca ou quase nunca acirrada (não me importa vencer, vale a distração)”.
V20	“Quando um amigo e eu nos juntamos para jogar CONTRA desconhecidos eu ajo de forma: Sempre ou quase sempre acirrada (quero vencer sempre); Às vezes acirrada (procuro vencer, mas não esquento a cabeça); ou Nunca ou quase nunca acirrada (não me importa vencer, vale a distração)”.
V21	“As organizações estão incorporando novas formas de remuneração com vistas a atrair, reter e motivar seus colaboradores. Exemplo disto são os programas de remuneração variável. A alternativa que mais se aproxima da minha maneira de pensar quanto à composição ideal das metas para a implantação do sistema de recompensa deve ser: 100% ou 75% metas coletivas, pois o sucesso deve ser resultado do trabalho de todos; 50% metas coletivas e 50% metas individuais; ou 75% ou 100% individuais, pois quem contribui mais deve ter maior reconhecimento”.
V22	“Na escolha de uma empresa para trabalhar, eu prefiro um ambiente onde a COMPETIÇÃO para a obtenção de resultados é”: Fundamental ou Muito importante; Importante; Desejável ou Não é importante.

Quadro 3 - Relação dos códigos das variáveis dependentes utilizadas no estudo.

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

3.2.1 - O modelo log-linear e as associações entre as variáveis (1,2 e 3)

O modelo Log Linear, conforme mencionado, será utilizado para avaliar a possível associação entre as variáveis explicativas e cada variável resposta, pois permite avaliar diferentes tipos de associações entre mais de duas variáveis

simultaneamente, quando essas são expressas por meio de escalas nominais ou ordinais.

Balassiano (2009) define cinco modelos hierárquicos de possíveis associações entre as três variáveis (1, 2, e 3) e respectivas notações:

3.2.1.1 – Independência mútua entre as variáveis [1] [2] [3]

Esse modelo, quando ajustado, representa a total falta de associação entre as três variáveis. Cada uma delas, no entanto, pode apresentar variações diferenciadas entre as categorias que as definem (efeito simples), independentemente das demais.

3.2.1.2 – Associação parcial [12] [3]

Nesse modelo, as variáveis 1 e 2 são associadas, porém, ambas são independentes da terceira variável. Em outras palavras, as variáveis 1 e 2 são associadas em cada categoria da variável 3, apresentando a mesma razão de chances nas categorias daquela variável. Quando a variável 3 é a resposta, apenas o seu efeito simples será objeto de análise já que a associação entre variáveis explicativas não é o objeto do estudo.

3.2.1.3 - Independência Condicional [13] [23]

Quando ajustado aos dados, esse modelo representa a independência das variáveis 1 e 2, para cada nível da variável 3, podendo cada uma daquelas estar, ou não, associada à última. Em geral, a significância de efeitos interativos implica na significância dos efeitos simples entre as respectivas variáveis, mas não necessariamente.

3.2.1.4 - Modelo saturado [123]

Esse modelo contempla todos os tipos de associações que podem existir entre as três variáveis. É conhecido como modelo saturado porque explica com exatidão as estruturas das células que representam uma tabela de tripla entrada. Como todos os possíveis efeitos estão presentes, esse modelo não apresenta resíduos e não pode ser testado estatisticamente pela incapacidade de ser refutado.

3.2.1.5 – Sem interação do 3º Grau [12] [13] [23]

Nesse modelo, a associação entre um par de variáveis, independente do par, é idêntica para qualquer nível da terceira variável. Nele podem ser visualizadas todas as associações duplas.

Capítulo 4

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 PERFIL DA AMOSTRA

A amostra foi constituída pelos alunos dos cursos de pós-graduação da IES, usuários da rede social (*Facebook*), leitores de um *blog* de economia, funcionários do SEBRAE/ES e por ex-alunos e pessoas que compõem a rede de relacionamento da autora do trabalho. Os critérios de inclusão na amostra foram definidos com base nos objetivos estabelecidos para a pesquisa. A base de dados contou com 901 respondentes e possui as seguintes características:

Em termos de gênero, a amostra teve a participação de 467 respondentes do gênero feminino e de 434 respondentes do gênero masculino (51,8% e 48,2%, respectivamente), conforme Gráfico 1.

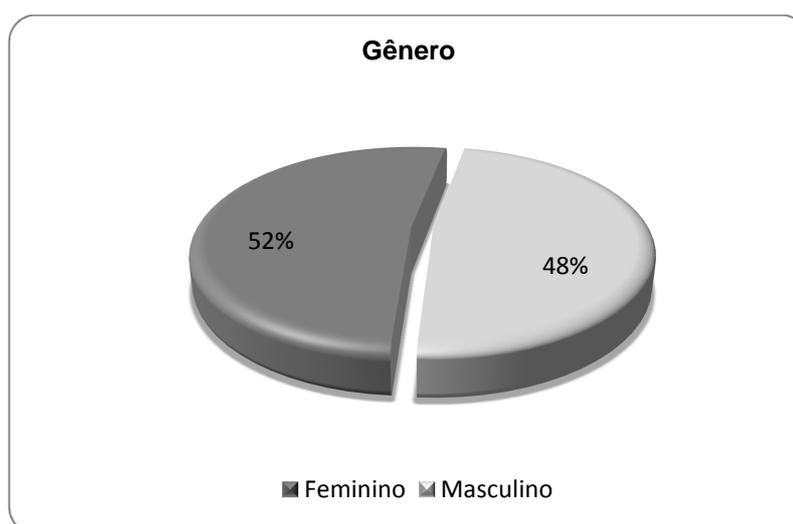


Gráfico 1 - Classificação da amostra por gênero

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Do ponto de vista do status socioeconômico, foi estabelecido um corte em três níveis com base na renda familiar: (1) até R\$2.000,00 com 252 participantes; (2)

entre R\$2.001,00 e R\$5.000,00 com 446 participantes; e (3) acima de R\$5.000,00 com 188 participantes, representando percentual de 28,4%, 50,3% e 21,2% da amostra.

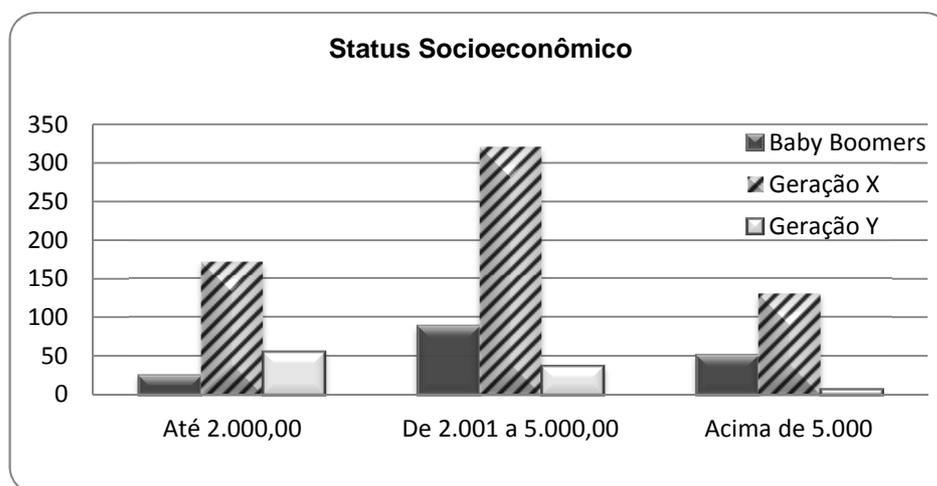


Gráfico 2 - Classificação da amostra por geração e renda

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

No que diz respeito ao hábito de jogar, foram considerados jogadores os participantes que disseram jogar pelo menos 4 horas por semana. Considerando-se as devidas proporções relacionadas ao número de respondentes de cada geração, conforme a Tabela 2, nota-se que a geração Y gasta mais tempo semanalmente com jogos eletrônicos, ou seja, de um total de 103 respondentes dessa geração, 19 dizem jogar mais do que 4 horas por semana, o que equivale a 18,4%. Já a geração X, possui 60 respondentes que são considerados jogadores, de um total de 631. Ou seja, 9,5%. Com 167 respondentes, uma frequência total superior à geração Y, os *baby boomers* possuem a menor frequência dos considerados jogadores, com um total de apenas 7, o que representa 4,2% do total. Constata-se também que não há frequência de respondentes do sexo feminino da geração Y que dizem jogar mais do que 4 horas. Ou seja, proporcionalmente, o maior percentual, é, exclusivamente, de jogadores do sexo masculino. Diferente da geração X, que apresenta uma frequência de 32 jogadores do sexo feminino, contra 28 jogadores do sexo

masculino. Já na geração *baby boomers* houve ligeira superioridade dos respondentes jogadores do sexo masculino, com um total de 4, contra 3 respondentes do sexo feminino. Entretanto, quando se analisam as grandes, percebe-se uma superioridade de 33,3% dos jogadores do primeiro em relação ao segundo.

TABELA 2 - CLASSIFICAÇÃO DA AMOSTRA POR TEMPO MÉDIO DE HORAS JOGADAS / GÊNERO / GERAÇÃO.

Horas Jogadas por Semana	Baby Boomers (nascidos até 1964)		Geração X (nascidos entre 1965 e 1977)		Geração Y (nascidos a partir de 1978)	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
< 4h	24	15	69	99	10	17
≥ 4h	3	4	32	28	0	19
Não se aplica	62	59	231	172	36	21
Total	89	78	332	299	46	57

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

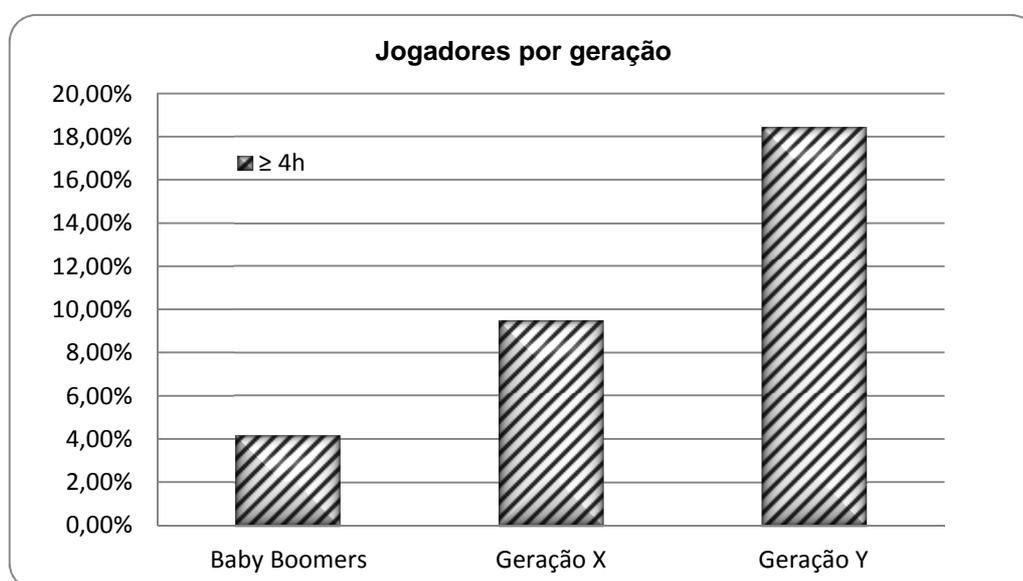


Gráfico 3 - Horas jogadas por semana.

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

A Tabela 3 apresenta as estatísticas referentes à quantidade de horas trabalhadas, por geração. Percebe-se que não houve ocorrência de jogadores que não estão inseridos no mercado de trabalho. Dentre os que trabalham ao menos 40 horas, 76,4% correspondem aos jogadores da geração X. Ou seja, um percentual 7

vezes maior do que os jogadores da geração Y. Esta razão cai significativamente quando se trata do intervalo entre 20 e 40 horas semanais, que ainda apresenta a predominância da geração X, porém apenas 1,75 vezes maior em relação à geração Y.

TABELA 3 - ESTATÍSTICAS REFERENTES ÀS HORAS TRABALHADAS POR GERAÇÃO (JOGADORES).

Anos de estudo	Baby Boomers	Geração X	Geração Y
Até 20 horas	5	22	10
Entre 20 e 40 horas	43	156	25
40 horas ou mais	64	251	35
Não se aplica	45	180	25
Total	157	609	95

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

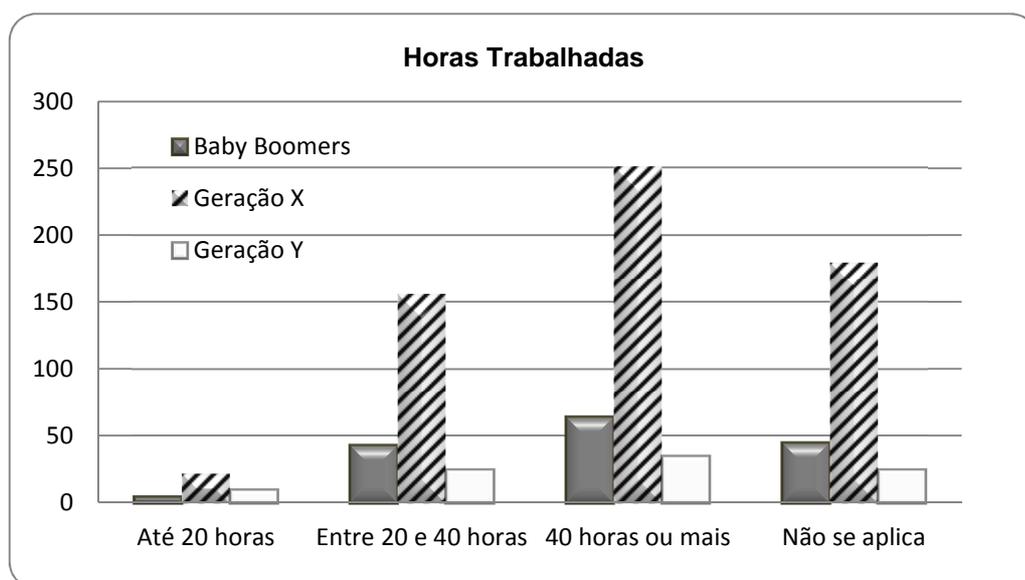


Gráfico 4 - Horas Trabalhadas.

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

4.2 OS MODELOS AJUSTADOS

A seguir são apresentadas as análises dos resultados pelos modelos ajustados aos dados. Dentre as quatorze variáveis iniciais, treze se ajustaram ao modelo de Associação parcial [12] [3]. Somente uma variável se ajustou ao modelo de Independência condicional [12] [23].

O modelo de associação parcial ajustado às variáveis V1, V3, V4, V5, V7, V8, V9, V10, V14, V17, V19, V21 e V22, foi:

$$\ln_{ijk} = \mu + \lambda_i^1 + \lambda_j^2 + \lambda_k^3 + \lambda_{ij}^{1*2} \quad (1)$$

Onde

\ln_{ijk} = Ln dos valores esperados nas células ijk ;

μ = média geral do Ln das frequências esperadas;

λ_i^1 = efeito da variável Sexo no nível i ;

λ_j^2 = efeito da variável Hábito de Jogar no nível j ;

λ_k^3 = efeito da variável de interesse (V1, [...], V22) no nível k ;

λ_{ij}^{1*2} = efeito da interação de 2ª ordem entre as variáveis sexo e hábito de jogar nos níveis ij .

Para a variável V20 o modelo de independência condicional ajustado foi:

$$\ln_{ijk} = \mu + \lambda_i^1 + \lambda_j^2 + \lambda_k^3 + \lambda_{ij}^{1*2} + \lambda_{jk}^{2*3} \quad (2)$$

Onde

\ln_{ijk} = Ln dos valores esperados nas células ijk ;

μ = média geral do Ln das frequências esperadas;

λ_i^1 = efeito da variável Sexo no nível i ;

λ_j^2 = efeito da variável Hábito de Jogar no nível j ;

λ_k^3 = efeito da variável de interesse (V1, [...], V22) no nível k ;

λ_{ij}^{1*2} = efeito da interação de 2ª ordem entre as variáveis sexo e hábito de jogar nas combinações dos níveis ij ;

Como todos os modelos, as variáveis explanatórias “Sexo” e “Hábito de Jogar” são relacionadas entre si. Por isso, a relação entre elas não será representada. Somente na variável 20 o “hábito de jogar” não revelou ser significativa. Porém, quando se analisa o “Sexo”, todos os modelos apresentaram influência nessa variável.

Das quatorze variáveis que foram propostas neste estudo, uma não apresentou influência na relação “hábito de jogar” e “sexo”: V22 (“Na escolha de uma empresa para trabalhar, eu prefiro um ambiente onde a competição para a obtenção de resultados é”).

As tabelas a seguir demonstram os modelos ajustados, bem como as variáveis que apresentaram significância estatística, ou seja, as que não a obtiveram foram retiradas.

A Tabela 4 mostra os efeitos estimados para a variável 1 (V1), ““O ambiente de trabalho é formado por diversas gerações que trazem consigo diferentes valores, habilidades técnicas e conhecimentos. Minimizar os efeitos dessas diferenças e formar equipes harmônicas que aumentam o desempenho (tanto individual quanto do grupo) tem sido um dos grandes desafios enfrentados pelas organizações. Entre colaborar com os colegas para todos ganharem ou não colaborar para que meu trabalho se sobressaia, eu prefiro colaborar”.

TABELA 4 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V1.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	1.22	0.34	0.00	3.40
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V1 = 1]	2.03	0.34	0.00	7.60

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Para a geração Y, a colaboração com os colegas é predominante, isto é, pode-se afirmar que a maioria dos respondentes dessa geração prefere colaborar a competir, e isso corresponde a 7,6 vezes ($e^{2,03}$) mais do que aquele que não prefere colaborar, ou prefere somente colaborar em 50% das vezes.

A Tabela 5 mostra os efeitos estimados para a variável 3 (V3), “Na escolha de uma empresa para trabalhar, eu prefiro um ambiente onde a COLABORAÇÃO para a obtenção de resultados é: Fundamental; Importante; ou Irrelevante”.

TABELA 5 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V3.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	0.02	0.59	0.97	1.02
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V3 = 1]	3.36	0.59	0.00	28.67
[V3 = 2]	1.54	0.64	0.02	4.67

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Para essa variável, a geração Y revela que é de fundamental importância colaborar com a obtenção dos resultados, e isso significa, em termos de razão de chances, que eles consideram “fundamental” 29 vezes a mais que para aqueles que consideram apenas “importante” ou não o consideram. Já os que acham apenas “importante”, demonstram ser aproximadamente 5 vezes maior que os que não o acham.

Na Tabela 6 são demonstrados os efeitos estimados para a variável 4 (V4), “O mercado de trabalho pode ter ambientes que variam entre aqueles em que as pessoas trabalham juntas, para que todos ganhem méritos iguais, ou aqueles onde as pessoas preferem trabalhar individualmente, para ganharem méritos sozinhas. Eu prefiro os ambientes onde as pessoas trabalham: Sempre ou quase sempre juntas; Às vezes juntas; Sempre ou quase sempre sozinhas”.

TABELA 6 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V4.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	-0.39	0.72	0.59	0.68
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V4 = 1]	3.75	0.72	0.00	42.50
[V4 = 2]	2.08	0.75	0.01	8.00

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Quando se analisa o ambiente de trabalho, onde as pessoas trabalham juntas, o modelo mostra que, em 50% das vezes, é melhor trabalhar dessa forma. E 8 vezes maior, para os que acham que esta percentagem é válida, quando avaliada em relação aos que preferem trabalhar sempre sozinhos.

A Tabela 7 demonstra os efeitos estimados para a variável 5 (V5), “No ambiente de trabalho, entre abrir o jogo fornecendo informação sempre que necessário ou omitir informação para auferir vantagem (tirar proveito) eu procuro: Sempre abrir ou às vezes abrir o jogo, escondendo a informação; Às vezes abrir o jogo, mas às vezes omitir informação; ou quase nunca, e às vezes fornecer informação ou nunca abrir o jogo”.

TABELA 7 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V5.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	-0.39	0.72	0.59	0.68
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V5 = 1]	3.80	0.72	0.00	44.50
[V5 = 2]	1.79	0.76	0.02	6.00

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

A geração Y é mais adepta a abrir o jogo fornecendo informação em cerca de 44 vezes a mais do que aquelas que abrem às vezes. Esses, por sua vez, também se mostraram significantes ao nível de 5%, ou seja, para a geração Y, fornecer

informação às vezes é mais relevante do que a aqueles que quase nunca a fornecem.

Demonstram-se na Tabela 8 os efeitos estimados para a variável 7 (V7), “Para que o meu trabalho se sobressaia eu prefiro adotar uma atitude: Competitiva, pois ou eu ou a organização podemos nos beneficiar; Iguamente competitiva e cooperativa, independentemente das condições; ou Cooperativa, pois ou eu ou a organização podemos nos beneficiar”.

TABELA 8 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V7.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	2.58	0.21	0.00	13.25
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V7 = 1]	-0.57	0.27	0.03	0.56

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Os respondentes da geração Y preferem adotar o comportamento competitivo para que o seu trabalho se sobressaia. Entretanto, quando é comparada com o comportamento de igualdade competitiva e cooperativa, a geração Y revela ser 0.56 vezes menor.

A Tabela 9 demonstra os valores estimados para a variável 8 (V8), “Para alcançar minhas metas eu me comporto de maneira: Sempre ou quase sempre cooperativa; 50% das vezes cooperativa e 50% competitiva; ou Sempre ou quase sempre competitiva”.

TABELA 9 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V8.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	0.31	0.52	0.55	1.36
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V8 = 1]	3.01	0.51	0.00	20.25
[V8 = 2]	1.50	0.55	0.07	4.50

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

O modelo Log Linear proposto mostra que os respondentes preferem se comportar de maneira cooperativa para alcançar os seus objetivos. Outro aspecto a se ressaltar é a preferência em se comportar de maneira competitiva ou das duas formas (cooperativa e competitiva). Esses são 4,5 vezes superiores em relação aos que preferem adotar um comportamento sempre competitivo.

A Tabela 10, por sua vez, traz os efeitos estimados para a variável 8 (V8), “Quando eu jogo com pessoas com as quais NÃO tenho uma relação de amizade, procuro tornar a disputa: Sempre ou quase sempre acirrada (quero vencer sempre); Às vezes acirrada (procuro vencer, mas não esquento a cabeça); ou Nunca ou quase nunca acirrada (não me importa vencer, vale a distração)”.

TABELA 10 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V9.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	1.87	0.27	0.00	6.46
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.00	0.63
[V9 = 1]	0.82	0.28	0.00	2.26
[V9 = 2]	0.77	0.28	0.00	2.16

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Quando se analisa a disputa no jogo com pessoas que não se conhecem, o modelo revela que a geração Y é bem dividida em relação a ser “sempre acirrada” e “às vezes” mostrando que essa geração é bem competitiva e gosta de vencer, mas sem que precise se preocupar muito.

Na Tabela 11 demonstram-se os efeitos estimados para a variável 10 (V10), “Na faculdade, quando era necessário participar de atividades em grupo para a realização de trabalhos acadêmicos, eu: Sempre ou quase sempre compartilhava com os colegas todos os meus conhecimentos, às vezes retendo informações; Contribuía com a mesma intensidade que meus colegas; ou Compartilhava parte do meu conhecimento, guardando o mais importante pra mim ou só compartilhava meus conhecimentos se me trouxesse algum benefício”.

TABELA 11 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V10.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	0.71	0.43	0.10	2.04
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V10 = 1]	2.59	0.42	0.00	13.33
[V10 = 2]	1.04	0.47	0.03	2.83

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Quando era necessário participar de atividades em grupo, os respondentes afirmaram que compartilhavam na maioria das vezes os seus conhecimentos com os colegas, mostrando que esses são solidários e não egoístas, mas também demandavam de informações dos mesmos para a realização dos trabalhos acadêmicos.

A Tabela 12 mostra os efeitos estimados para a variável 14 (V14), “Em sua opinião, qual das afirmativas abaixo descreve a atitude mais adequada de uma pessoa que deseja alcançar sucesso profissional: O seu sucesso SEMPRE ou ÀS VEZES pressupõe o fracasso do outro; O seu sucesso não possui ligação com o do outro; ou O seu sucesso SEMPRE ou ÀS VEZES pressupõe o sucesso do outro”.

TABELA 12 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V14.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	2.66	0.21	0.00	14.27
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V14 = 1]	-0.48	0.25	0.04	0.62

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

De acordo com a amostra desta pesquisa, o sucesso às vezes pressupõe o fracasso do outro em 0.6 vezes menos que os respondentes que acham que o sucesso não possui ligação com o outro, pela indicação desses para a obtenção de sucesso profissional.

A Tabela 13 demonstra os efeitos estimados para a variável 17 (V17), “Se ganhar é sempre bom, para eu ganhar dos meus adversários eu devo”: Jogar sempre ou quase sempre COM os meus adversários, mas às vezes contra eles; Às vezes COM os meus adversários, às vezes CONTRA eles; ou Jogar sempre ou quase sempre CONTRA os meus adversários, mas às vezes com eles.

TABELA 13 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V17.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	1.92	0.26	0.00	6.80
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V17 = 1]	0.83	0.27	0.00	2.30
[V17 = 2]	0.62	0.28	0.03	1.85

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

As afirmativas jogar, a maioria das vezes e às vezes, com os meus adversários, são 2,3 vezes maiores do que jogar às vezes com e contra os meus adversários. Assim, a amostra também revela que, os que acham que ganhar é sempre bom, mas para isso ele deve jogar às vezes com e contra, são mais frequentes que para aqueles que gostam de jogar sempre ou quase sempre contra.

A Tabela 14 demonstra os efeitos estimados para a variável 19 (V19), “Quando eu jogo CONTRA um amigo, para vencê-lo eu adoto uma estratégia: Sempre ou quase sempre acirrada (quero vencer sempre); Às vezes acirrada (procuro vencer, mas não esquento a cabeça); ou Nunca ou quase nunca acirrada (não me importa vencer, vale a distração)”.

TABELA 14 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V19.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	1.87	0.27	0.00	6.46
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V19 = 1]	0.99	0.27	0.00	2.68
[V19 = 2]	0.55	0.29	0.06	1.74

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Para a geração Y, quando se joga contra um amigo, para vencê-lo, adotam a estratégia de serem frequentemente ou sempre competitivos. Porém, às vezes, ser competitivo é mais significante que para aqueles que raramente ou nunca o são.

Na Tabela 15 demonstra-se os efeitos estimados para a variável 20 (V20), “Quando um amigo e eu nos juntamos para jogar CONTRA desconhecidos eu ajo de forma”: Sempre ou quase sempre acirrada (quero vencer sempre); Às vezes acirrada (procuro vencer, mas não esquento a cabeça); ou Nunca ou quase nunca acirrada (não me importa vencer, vale a distração).

TABELA 15 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V20.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	0.46	0.71	0.51	1.59
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	1.03	0.79	0.19	2.81
[V20 = 1] * [J = 0]	0.98	0.34	0.00	2.67
[V20 = 1] * [J = 1]	2.80	0.73	0.00	16.50
[V20 = 2] * [J = 1]	1.50	0.78	0.05	4.50
[G = 1] * [J = 0]	1878	0.461	0.00	6.54

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Para os respondentes que jogam com um amigo, contra uma pessoa desconhecida, há uma associação com o hábito de jogar e não jogar. Para os que não têm o hábito de jogar jogos eletrônicos, ser sempre ou frequentemente competitivo é 2,7 vezes maior que para aqueles que raramente ou nunca são competitivos. Essa observação se corrobora para os que têm o costume de jogar com maior frequência, que é 16,5 vezes maior.

Para os jogadores que são às vezes competitivos e não procuram vencer, a amostra revelou uma frequência de 4,5 vezes a mais dos que não são ou raramente são competitivos.

A Tabela 16, por sua vez, demonstra os efeitos estimados para a variável 21 (V21), “As organizações estão incorporando novas formas de remuneração com vistas a atrair, reter e motivar seus colaboradores. Exemplo disto são os programas de remuneração variável. A alternativa que mais se aproxima da minha maneira de pensar quanto à composição ideal das metas para a implantação do sistema de recompensa deve ser: 100% ou 75% metas coletivas, pois o sucesso deve ser resultado do trabalho de todos; 50% metas coletivas e 50% metas individuais; ou 75% ou 100% individuais, pois quem contribui mais deve ter maior reconhecimento”.

TABELA 16 - EFEITOS ESTIMADOS PARA VARIÁVEL V21.

Parâmetro	Estimativa	Erro Padrão	P-valor	Razão de Chances
Constante	1.49	0.31	0.00	4.42
[G = 1]	-1.36	0.37	0.00	0.26
[J = 0]	-0.46	0.27	0.09	0.63
[V21 = 1]	1.50	0.31	0.00	4.46
[V21 = 2]	0.90	0.33	0.01	2.46

Fonte: Dados da Pesquisa (2012).

Quando se avalia a maneira de pensar quanto à composição ideal das metas para implantação do sistema de recompensas, os respondentes acham que a

maioria das metas devem ser coletivas, pois o sucesso deve ser resultado do trabalho de todos. Para a meta de 50% coletiva e 50% individual, a amostra é significativa também, revelando-se 2,5 vezes maiores em relação aos que acham que as metas devem ser individuais.

Capítulo 5

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao longo do desenvolvimento do trabalho foram abordados aspectos relacionados ao comportamento cooperativo ou competitivo da geração Y, como forma de entender as possíveis peculiaridades desencadeadas pelos jogos eletrônicos nessa geração, que possui características que a diferencia de outras gerações.

A variável V1 (“Entre colaborar com os colegas para todos ganharem ou não colaborar para que meu trabalho se sobressaia, eu prefiro colaborar”) revela que, para a geração Y a colaboração com os colegas é predominante, pode-se afirmar que a maioria dos respondentes desta geração prefere colaborar a competir, sendo que, para Nunes (2004) a cultura da cooperação é uma filosofia baseada em conceitos e valores humanísticos como solidariedade, confiança e organização funcional de grupos, tendo como propósito substituir o individualismo pela ação coletiva.

Deutsch (1973) aponta que membros de grupos cooperativos terão mais facilidade que membros de grupos competitivos em valorizar as ações dos companheiros conducentes aos objetivos destes. Tal comportamento pode ser constatado pela variável V3 (“Na escolha de uma empresa para trabalhar, eu prefiro um ambiente onde a colaboração para a obtenção de resultados é”) deixando evidente que para a geração Y é de fundamental importância colaborar com a obtenção dos resultados.

Outra característica cooperativa constatada na geração Y que pode ser corroborada por Deutsch (1973) é a sua capacidade de ajuda mútua, pois, em um ambiente onde as pessoas trabalham juntas (variável V4) os mesmos demonstraram compartilhar e demandar conhecimentos com seus colegas.

Na variável V5 (“No ambiente de trabalho, entre abrir o jogo fornecendo informação sempre que necessário ou omitir informação para auferir vantagem, eu procuro”) a geração Y se mostrou mais adepta a abrir o jogo fornecendo informação em cerca de 44 vezes a mais do que aquelas que abrem às vezes. Para Deutsch (1973), na Teoria da Interdependência Social, a intercomunicação de ideias, a coordenação de esforços, a amizade e o orgulho por pertencer ao grupo são fundamentais para a harmonia e a eficácia do grupo.

A variável V7 (“Para que o meu trabalho se sobressaia eu prefiro adotar uma atitude”) revela que os respondentes da geração Y preferem adotar o comportamento competitivo para que o seu trabalho se sobressaia. Entretanto, quando é comparada com o comportamento de igualdade competitiva e cooperativa, a geração Y revela ser 0.56 vezes menor. De fato, para Deutsch (1973) poucas são as situações na vida real que se caracterizam por serem puramente cooperativas ou puramente competitivas, sendo que certos aspectos cooperativos parecem desaparecer, quando seus membros se veem na situação de competir para a obtenção de objetivos mutuamente exclusivos.

Na variável V8 (“Para alcançar minhas metas eu me comporto de maneira”) o modelo proposto mostra que os respondentes preferem se comportar de maneira cooperativa para alcançar os seus objetivos. Outro aspecto a se ressaltar é a preferência em se comportar de maneira competitiva ou das duas formas (cooperativa e competitiva). Brotto (1999) afirma que, cooperação e competição são

processos distintos, porém, não muito distantes. As fronteiras entre eles são tênues, permitindo certo intercâmbio de características, de maneira que se pode encontrar em algumas ocasiões, uma competição-cooperativa e em outras, uma cooperação-competitiva.

Quando se analisa a disputa no jogo com pessoas que não se conhecem, na V9 (“Quando eu jogo com pessoas com as quais NÃO tenho uma relação de amizade, procuro tornar a disputa”) o modelo revela que a geração Y é bem dividida em relação a ser “sempre acirrada” e “às vezes” mostrando que essa geração é bem competitiva e gosta de vencer. Nos mercados contemporâneos, sinais competitivos podem ser considerados elementos positivos quando o ambiente demandar esse tipo específico de comportamento para o sucesso de um empreendimento (ROBBINS, 2011).

A variável V10 (“Na faculdade, quando era necessário participar de atividades em grupo para a realização de trabalhos acadêmicos, eu”) revela que, quando era necessário participar de atividades em grupo, os respondentes afirmaram que compartilhavam na maioria das vezes os seus conhecimentos com os colegas, mostrando que esses são solidários e não egoístas, mas também demandavam de informações dos mesmos para a realização dos trabalhos acadêmicos. Conforme define Brotto (1999) fica caracterizada uma situação cooperativa em que a ajuda mútua é frequente, sendo mais sensíveis às solicitações dos outros.

De acordo com a amostra, na variável V14 (“Em sua opinião, qual das afirmativas abaixo descreve a atitude mais adequada de uma pessoa que deseja alcançar sucesso profissional”) o sucesso às vezes pressupõe o fracasso do outro em 0.6 vezes menos que os respondentes que acham que o sucesso não possui ligação com o outro. Para Lombardia; Stein; Pin (2008) a geração Y é vista como

uma geração de resultados, não processos; para eles o importante é saber o que está acontecendo agora e reagir rapidamente.

A variável V17 (“Se ganhar é sempre bom, para eu ganhar dos meus adversários eu devo”) aponta que, as afirmativas jogar, a maioria das vezes e às vezes, com os meus adversários, são 2,3 vezes maiores do que jogar às vezes com e contra os meus adversários. Assim, a amostra também revela que, os que acham que ganhar é sempre bom, mas para isso ele deve jogar às vezes com e contra, são mais frequentes que para aqueles que gostam de jogar sempre ou quase sempre contra. Para Balassiano (2009) algumas características dos jogos refletem as mesmas situações presentes na rotina diária de qualquer coordenador, gerente ou executivo de uma empresa: a) situações que demandam respostas rápidas dos jogadores; b) capacidade de análise dos riscos envolvidos em tais decisões; c) formas de aprendizado baseadas em tentativa-e-erro; d) circunstâncias em que muitas decisões devem ser tomadas rapidamente, exigindo total imersão em dados; e em diferentes modos de cooperar, competir e se relacionar com outras pessoas (em ambientes físicos ou virtuais).

Para a geração Y, quando se joga contra um amigo, para vencê-lo, adotam a estratégia de serem frequentemente ou sempre competitivos, conforme revela a variável V19 (“Quando eu jogo CONTRA um amigo, para vencê-lo eu adoto uma estratégia”). Porém, às vezes, ser competitivo é mais significativo que para aqueles que raramente ou nunca o são. Para Deutsch (1973) situações competitivas apontam-se como positivas quando permitem a prevenção à estagnação de uma relação, dá estímulo a novos interesses e à curiosidade, bem como explora a capacidade de cada indivíduo.

A variável V20 (“Quando um amigo e eu nos juntamos para jogar CONTRA desconhecidos eu ajo de forma”) revela que, para os respondentes que jogam com um amigo, contra uma pessoa desconhecida, há uma associação com o hábito de jogar e não jogar. Para os que não têm o hábito de jogar jogos eletrônicos, ser sempre ou frequentemente competitivo é 2,7 vezes maior que para aqueles que raramente ou nunca são competitivos. Essa observação se corrobora para os que têm o costume de jogar com maior frequência, que é 16,5 vezes maior. Morais e Assis (2008) consideram que os jogos eletrônicos podem ser analisados como parte de um conjunto da produção cultural de uma sociedade, permitindo assim o entendimento de comportamentos e ideias compartilhadas pelos que estão imersos nesta realidade virtual, ou seja, os jogadores.

Na variável V21 quando se avalia a maneira de pensar quanto à composição ideal das metas para implantação do sistema de recompensas, os respondentes acham que a maioria das metas deve ser coletiva, pois o sucesso deve ser resultado do trabalho de todos. Para a meta de 50% coletiva e 50% individual, a amostra é significativa também, revelando-se 2,5 vezes maiores em relação aos que acham que as metas devem ser individuais. Ressalta-se que, os grupos são “todos dinâmicos” nos quais uma mudança na condição de algum membro ou de algum subgrupo muda a condição dos outros membros ou de outros subgrupos (JOHNSON *et al.*, 1998).

Capítulo 6

6 CONCLUSÕES

Analisar o impacto dos jogos eletrônicos na propensão da geração Y à cooperação ou competição no ambiente corporativo, à luz da teoria da interdependência social de Morton Deutsch foi o principal propósito deste estudo. Para isso, foram testadas duas hipóteses a respeito dos construtos hábito de jogar, cooperação e competição.

Ao longo do desenvolvimento do trabalho, foram abordados aspectos relacionados ao comportamento cooperativo ou competitivo da geração Y, como forma de entender as possíveis peculiaridades desencadeadas pelos jogos eletrônicos nessa geração, que possui características que a diferencia de outras gerações.

A partir da análise do contato da geração Y com o virtual, através do seu comportamento no jogo, foi possível constatar o importante papel que a tecnologia desempenhou na formação desses jovens, influenciando seu cotidiano e sendo uma aliada, diferente da visão de gerações anteriores.

Há reflexo de certas características dos jogos em situações reais do ambiente corporativo, pois os “jogadores” estão expostos a circunstâncias que necessitam de capacidade de análise, decisões rápidas, momentos cooperativos e competitivos, dentre outros.

Como contribuição para a Teoria da Interdependência Social, o estudo corrobora que a competição pode ser positiva em alguns momentos, pois sinais competitivos podem ser considerados elementos positivos quando o ambiente demandar este tipo específico de comportamento para o sucesso de um

empreendimento. Aponta ainda que, a cooperação, processo social fundamental no contexto organizacional, é tida como importante pelo grupo geracional estudado.

Assim, o comportamento cooperativo, com base nas respostas apresentadas, mostrou-se de acordo com a hipótese levantada (H_0), ou seja, os jogos eletrônicos influenciam jogadores da geração Y a maior propensão a cooperar, levantando a possibilidade de se confirmar que há predisposição maior para cooperar do que para competir.

Como limitação, aponta-se o fato de que pela amostra, não é possível generalizar para toda a geração Y, pois a pesquisa não teve a abrangência necessária, nem a amostra foi aleatória.

Para pesquisas futuras sugere-se uma análise qualitativa do conteúdo, do enredo dos jogos eletrônicos mais populares, a partir da literatura sobre jogos e práticas de gestão de pessoas, envolvendo a Administração e a Psicologia, analisando de que forma as empresas podem se beneficiar desses resultados.

O estudo também traz implicações práticas para os gestores, pois aponta que existe uma cultura de colaboração da geração Y, portanto, recomenda-se que esse conhecimento seja usado quando se selecionam profissionais, como critério adicional, podendo ser inserido na formação de equipes e em treinamentos.

REFERÊNCIAS

ABDALLA, Maurício. **O princípio da cooperação**: em busca de uma nova racionalidade. São Paulo: Paulus, 2002.

ABRAMO, Helena Mendel. **Cenas juvenis**. São Paulo: Página Aberta, 1994.

ALVES, Lynn Rosalina Gama. **Game over**: jogos eletrônicos e violência. 2004. 249f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador, 2004. Disponível em: < http://www.lynn.pro.br/admin/files/lyn_artigo/685ef5af57.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2012.

BALASSIANO, Moisés. **Relatório de projeto de pesquisa**: jogos eletrônicos e o mercado de trabalho. Núcleo de estudos e carreiras, 2009.

BECK, John C.; WADE, Mitchell. **Got game**: how the gamer generation is reshaping business forever. Boston: Harvard Business School Press, 2004.

BENDASSOLLI, Pedro Fernando. O vocabulário da habilidade e da competência: algumas considerações neopragmáticas. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, São Paulo, v. 3-4, p. 65-76, 2001. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/cpst/v3-4/v3-4a05.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2012.

BIAGIONI, Daniel. O emprego dos modelos log-lineares para análise de dados categóricos. **Encontro Nacional de Pós-Graduação em Demografia e Áreas Afins**. ABEP. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/ Unicamp, fev, 2010.

BROTTO, Fábio Otuzi. **Jogos cooperativos**: o jogo e o esporte como um exercício de convivência. 1999. 197f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas – UEC, Campinas, 1999. Disponível em: <http://www.aprendizagemsignificativa.com.br/artigos/jogos_cooperativos_original.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2012.

CHEN, Chao C.; CHEN, Xiao-Ping; MEINDL, James R. How can cooperation be fostered? The cultural effects of individualism-collectivism. **The Academy of Management Review**, v. 23, n. 2, p. 285-304 abr.1998. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/259375>>. Acesso em: 29 ago. 2012

CHIUZI, Rafael Marcus; PEIXOTO, Bruna Ribeiro Gonçalves; FUSARI, Giovanna Lorenzini. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, v. 19, n. 2, dez. 2011. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2011000200018&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 30 ago. 2012.

CORDEIRO, Gauss Moutinho.; DEMÉTRIO, Clarice Garcia Borges. Modelos Lineares Generalizados e Extensões. Disponível em:

<<http://www4.esalq.usp.br/departamentos/lce/arquivos/aulas/2010/LCE5868/livro.pdf>>. Acesso em 29 ago. 2012.

CRUMPACKER, Marta; CRUMPACKER, Jill Martha. Succession planning and generational stereotypes: Should HR consider age-based values and attitudes a relevant factor or a passing fad? **Public Personnel Management**, v. 36, n. 4, p. 349-369 winter 2007. Disponível em: http://hoosonline.virginia.edu/atf/cf/%7Bbda77a21-0229-499a-ae10-eadbe96789d6%7D/SUCCESSION%20PLANNING_GENERATIONAL.PDF. Acesso em 29 ago. 2012.

DeFALCO, Alessandra. Jogos eletrônicos: do real ao virtual e vice-versa. **Inovação Uniemp**, Campinas, v. 3, n. 3, jun. 2007. Disponível em: <http://inovacao.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-23942007000300025&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 17 jun. 2012.

DeMARCO, Michael, LESSER, Eric; O'DRISCOLL, Tony. Leadership in a distributed world. Lessons from online gaming. **IBM Institute for Business Value**, 2007.

DENCKER, John C., JOSHI, Aparna; MARTOCCHIO, Joseph Joe. Employee benefits as a context for intergenerational conflict. **Human Resource Management Review**, v. 17, n. 2, p. 208-220, 2007. Disponível em: <<http://www.progep.org.br/MelhoresEmpresas/InfoDocs/GPR397%20-%20Rodrigo%20-%20Gera%C3%A7%C3%B5es%20e%20Carreiras.pdf>> Acesso em: 26 ago. 2012.

DEUTSCH, Morton. **The resolution of conflict: constructive and destructive processes**. New Haven and London: Yale University Press, 1973. Pp. 1-32; 349-400.

_____. A Theory of Cooperation and Competition. *Human Relations*, v.2, n. 2, p. 129-152 abr. 1949. Disponível em: <<http://hum.sagepub.com/content/2/2/129>>. Acesso em: 26 ago. 2012.

DeVELLIS, Robert F. **Scale development: theory and applications**. 2ª ed. Thousands Oaks: Sage Publications, 2003. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=BYGxL6xLokUC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 22 ago. 2012.

FEIXA, Carles; LECCARDI, Carmem. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 25, n. 2, Aug. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922010000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 ago. 2012.

FERREIRA, Fernanda Andrade Ramos. A influência dos jogos eletrônicos e do gênero sobre o comportamento social dos jovens da geração Y. 2010. 76f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas – FGV, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/6574?show=full>>

Acesso em: 15 ago. 2012.

FREUD, Sigmund. **Além do princípio do prazer e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago Editora, Obras completas, 1976.

GILBERT, Jay. The millennials: a new generation of employees, a new set of engagement policies. **Ivey Business Journal**, 75(5). 26, 2011. <Disponível em: <http://www.slideshare.net/jeffheil/leadership-strategies-for-millennial-employees>>. Acesso em 30 ago. 2012

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2001.

JOHNSON, David; JOHNSON, Roger; SMITH, Karl. A Aprendizagem Cooperativa Retorna às Faculdades. in *Change*, Jul/Aug98, Vol. 30, Issue 4, p26. Disponível em <<http://www.andrews.edu/~freed/ppdfs/readings.pdf>> Acesso em: 10 ago. 2012.

KUPPERSCHMIDT Betty R. Multigeneration Employees: strategies for effective management. **The Health Care Manager** 19(1): 65-76, 2000.

LANCASTER, Lynne C.; STLLMAN, David. **When generations collide**: who they are why they clash. how to solve the generational puzzle at work. New York: HarperCollins Publishers, 2005.

LEWIN, Kurt. **A dynamic theory of personality**. New York: McGraw Hill, 1935.

LOMBARDIA, Pilar García; STEIN, Guido; PIN, José Ramón. **Políticas para dirigir los nuevos profesionales: motivaciones y valores de la generación Y**. Barcelona: IESE Business Scholl - Universidad de Navarra, 2008. 19 p. Disponível em: <<http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0753.pdf>>. Acesso em 30 ago. 2012.

MCGUIRE, David; BY, Rune. Todnem; HUTCHINGS, Kate (2007). Towards a model of human resource solutions of achieving intergenerational interaction in organizations. **Journal of European Industrial Training**, 31 (8), pp. 592-608.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MOITA, Filomena Maria Gonçalves da S. Cordeiro. **Games**: contexto cultural e curricular juvenil. 2006. 181f. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós Graduação da Universidade Federal da Paraíba – UFPA, João Pessoa, 2006.

MORAIS Jr; Arioston Araújo de. **Elaboração de um analisador virtual utilizando sistema híbrido neuro fuzzy para inferenciar a composição num processo de destilação**. 2011. 160f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Química). Universidade Federal de Alagoas - UFAL, Alagoas, 2011. Disponível em: <http://www.ctec.ufal.br/posgraduacao/ppgeq/dissertacao_arioston.pdf> Acesso em: 17 set. 2012.

MORAIS, Wellerson Rezende; ASSIS, Ricardo Luis Aguiar. **Os jogos eletrônicos: artefatos culturais, tecnológicos e virtuais na sociedade da era digital**. CEFET-MG. Belo Horizonte. 2008.

MOTTA, Alda Brito da; Weller, Wivian. A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 25, n. 2. , Aug. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922010000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 Ago. 2012.

NORA, Luiz Fernando Zen; ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo. **A constituição federal e princípios para o cooperativismo na economia solidária**. UNESP – SP. São Paulo. 2004.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração y: o nascimento de uma nova versão de líderes**. 2. ed. São Paulo, Integrare, 2010.

PIAGET, Jean. **A construção do real na criança**. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

_____, J. **O juízo moral na criança**. São Paulo: Summus, 1994.

PLATTEAU, Eva; MOLENVELD, Astrid; DEMUZERE, Sara. Do generational differences regarding organizational culture affect intergenerational conflict? a quantitative study in a local government organization. In: ANNUAL INTERNATIONAL ASSOCIATION OF CONFLICT MANAGEMENT CONFERENCE ISTANBUL, 7, 2011, Istanbul. **Anais eletrônicos...** Turquia: 2011.

RODRIGUES, Aroldo. **Psicologia social**. Petrópolis : Vozes, 1986.

ROBBINS, Stephen. **Comportamento organizacional**. 14. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

RAMOS, Daniela. K. **A escola frente ao fenômeno dos jogos eletrônicos: aspectos morais e éticos**. CINTED-UFRGS. Novas Tecnologias na Educação.V.6 Nº 1, Julho, 2008.

RUGIMBANA, Robert. Generation y: how cultural values can be used to predict their choice of electronic financial services. **Journal of Financial Services Marketing**, v. 11, n.4, p. 301-313(13), 2007.

SATO, Leny *et al.* **As tramas psicossociais da cooperação e da competição em diferentes contextos de trabalho**. Arquivos Brasileiros de Psicologia (UFRJ. 2003), v. 63, p. 2-14, 2011.

SHAW, Sue; FAIRHURST, David. Engaging a new generation of graduates. **Educating Training**, v. 50, n. 5, 2008.

SIITONEN, Marko. **Building and experiencing community in internet-based multiplayer computer games**. Miami Beach: National Communication Association, 2003.

SMOLA, K. W.; SUTTON, C. D. Generational differences: revisiting generational work values for the new Millennium. **Journal of Organizational Behavior**, v. 23, n. 4, pp. 363-382, 2002.

SUZUKI, Fernanda Tomie Icassati *et al.* O uso de videogames, jogos de computador e internet por uma amostra de universitários da Universidade de São Paulo. **J. bras. psiquiatr.**, Rio de Janeiro, v. 58, n. 3, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852009000300004&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 15 jun 2012.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã – a identidade na era da Internet**. Lisboa: Relógio D'água, 1997.

VASCONCELOS, Kátia Cyrlene de Araújo *et al.* A Geração Y e suas âncoras de carreira. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, Recife, v. 8, n. 2, p.

Vieira, Mauro Luís; Sartorio, Rodrigo (2002). Análise motivacional, causal e funcional da brincadeira em duas espécies de roedores. **Estudos de Psicologia**, 7(1), 189-196.

WINNICOTT, D.W. **O brincar e a realidade**. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

YEE, Nicolas. **The Psychology of MMORPGs: Emotional Investment, Motivations, Relationship Formation, and Problematic Usage**. In: R. Schroeder & A. Axelsson (Eds.), *Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 187-207). London, Springer-Verlag, 2006. Disponível em: <<http://www.hci.iastate.edu/REU09/pub/Main/723/yee-psychology-mmorpg.pdf>> Acesso em: 30 ago. 2012.