

Orientação Profissional e Indústria Brasileira de Jogos: Análise de motivações de alunos do curso de Entretenimento Digital da UNIVALI de Florianópolis

Alessandro Vieira dos Reis

Resumo

A formação profissional para a indústria de jogos eletrônicos no Brasil tem uma história de menos de uma década. Pouco conhecimento sobre orientação vocacional para esse setor foi desenvolvido em benefício dos alunos, centros de formação e das empresas formadoras do mercado de trabalho. Diante dessa problemática emerge a questão de como orientar futuros profissionais para colocações em empresas brasileiras de jogos eletrônicos. Nesse contexto, este trabalho objetiva explorar a questão do perfil motivacional (preferências e interesses na carreira) de alunos do curso de jogos da UNIVALI de Florianópolis. A pesquisa contou como principal fundamento teórico o conceito de Âncoras de Carreira, de Edgar Schein, e como procedimento metodológico um questionário online respondido por 25% dos alunos de todo o curso. Os resultados apontam para: a) motivações voltadas à liberdade e à autonomia; b) pouca atenção à segurança na carreira e à aquisição de habilidades técnicas; c) fixação nesse perfil e pouco conhecimento do cenário brasileiro de entretenimento digital.

Palavras-chave: Orientação Profissional; Indústria de Jogos; Âncoras de Carreira.

Informações para Contato:
alessandrovr@gmail.com

1. Introdução

A indústria de jogos no Brasil ainda se encontra em fase de maturação: apresenta uma expansão do número de empresas e crescente qualificação de profissionais. Cursos de formação para atuar em tal indústria surgiram, em sua grande maioria, há menos de 10 anos. O primeiro censo nacional de empresas e cursos do setor, por exemplo, só se deu em 2014 [BNDES, 2014]. Somando-se a isso o fato de que os jogos são produtos de acelerada inovação que

demandam contínua atualização dos currículos dos cursos, pode-se entender a dificuldade em promover a orientação de carreira desses alunos.

Pouco ou nenhum conhecimento foi desenvolvido tendo por foco a Orientação Vocacional Profissional (OVP) de estudantes para essa indústria. Tal carência de produção acadêmica pode ser inferida pelo fato da formação profissional para jogos no Brasil ter menos de uma década. Revisões de literatura, como a feita pelo autor deste artigo, atestam a quase inexistência de produção em OVP para indústria de jogos. Em outras palavras, encontra-se ainda quase inexistente no Brasil a produção científica em avaliação e suporte psicológico, organizacional e escolar para futuros profissionais da indústria de jogos.

A indústria brasileira de jogos tem potencial de crescimento, dado o fato de que o país é um dos maiores mercados consumidores de jogos do mundo [Newzoo, 2016]. Contudo tal tendência esbarra na demanda por profissionais tecnicamente qualificados. Por outro lado, profissionais com esse perfil de excelência ainda precisam ser orientados para que tomem decisões mais acertadas em suas carreiras. Observa-se, então, como condição para a expansão da indústria brasileira de jogos a criação de programas de OVP em cursos, agências e empresas empregadoras. Programas que tenham o propósito de avaliar, esclarecer e orientar jovens profissionais para que melhor aproveitem suas capacidades e realizem seus objetivos.

O presente artigo insere-se nesse contexto tendo por objetivo identificar o perfil motivacional de profissionais em formação para a indústria de jogos brasileira e com isso traçar diretrizes gerais para a OVP nesses cenários. O estudo justifica-se porque apenas por meio de conhecimento especializado em OVP os cursos de formação podem melhor orientar seus alunos e as empresas se prepararem para recebê-los como estagiários, ou mesmo para seleção de pessoal. Encontra-se fora do escopo desse artigo a criação de programa completo de OVP para a indústria de jogos. Tal empreendimento demandaria

uma pesquisa muito mais ampla que a relatada neste artigo, que tem por propósito abordar a questão das motivações mais comuns entre futuros profissionais da indústria de jogos no Brasil.

2. Revisão de Literatura

Nesta seção encontram-se apresentadas referências sobre a formação e orientação profissional de estudantes interessados em adentrar na indústria de jogos no Brasil.

2.1 Indústria de jogos no Brasil

A indústria de jogos brasileira é a maior da América Latina, lucrando em 2014 cerca de US\$ 1,438 bilhões [Newzoo, 2016]. Esse negócio milionário, contudo, conta com pouca pesquisa acadêmica ou mesmo levantamentos técnicos a respeito de dados do setor.

Essa relativa falta de pesquisa sobre a indústria de jogos no Brasil tem como exceção o primeiro censo da indústria brasileira de jogos [BNDES, 2014], que contou com a participação de 1133 profissionais de 133 empresas, aponta que: cerca de 60% das empresas encontram-se entre SP, RJ, RS e SC, com exceção para PE como polo nordestino (p.8); 65% criada a partir de 2009 (p.9); 74,4% fatura até 240 mil reais/ano (p.9); o número médio de trabalhadores por empresa é de 8,5 pessoas (p.10); sendo divididas em gestores, artistas, programadores, marketing e outros (p.10); dos quais 85% são do sexo masculino (p.11); desenvolvem jogos para publicidade (13%), assumem trabalhos terceirizados vindos de outras empresas (19%), fazem jogos educacionais(43%), e desenvolvem jogos próprios para entretenimento (16%); 54% das empresas declaram que seu principal desafio é se estabelecer no mercado, lucrar e expandir o negócio para torna-lo viável (p. 28). O censo do BNDES prossegue informando sobre o uso de ferramentas, tecnologias e metodologias administrativas, dentre outros tópicos das 133 empresas pesquisadas.

O Brasil conta com associações como a ABRAGAMES para integrar essas empresas. Contudo, muitas empresas tocadas por jovens são pouco estruturadas, não possuindo CNPJ, por exemplo. Muitas vezes têm resistência em se associar a organizações [UOL Jogos, 2014]. Pode ser inferido a partir daí que o desenvolvedor brasileiro de jogos tende a trabalhar de forma artesanal, isto é, pouco sistematizada em termos organizacionais. O que explica a carência de práticas como a OVP, que é associada a departamentos de Recursos Humanos

(inexistente na grande maioria das empresas brasileiras de jogos).

2.2 Formação profissional para jogos no Brasil

No Brasil existe, no período de redação deste artigo, cerca de 76 graduações em jogos, sendo 50 aprovadas pelo MEC [GameReporter, 2015], e 16 cursos de especialização [Ministério da Educação, 2016]. Grande parte desses cursos estão no Rio de Janeiro e em São Paulo, mas há alternativas em outros estados e também cursos menores como especializações.

Observa-se um aumento no número de cursos de formação para jogos. Aumento esse explicável por duas razões: a expansão do mercado consumidor e uma maior facilidade instrumental tecnológica para desenvolver esses produtos [Estadão, 2014]. Contudo, ocorre uma tendência antagônica: a fuga de talentos para outros países, especialmente na Europa, Canadá e EUA, onde encontram oportunidades de emprego melhores. Em outras palavras, muitos profissionais de jogos começam suas carreiras no Brasil para logo em seguir emigrar em busca de melhores oportunidades.

O cenário brasileiro atual, portanto, mistura: a) uma maior oferta de profissionais formados para desenvolver jogos; b) um aumento na demanda de profissionais qualificados por parte das empresas e c) a falta de adequação desses profissionais ao mercado. Essa aparente contradição pode ser explicada por problemas salariais e burocracia para contratações. Mas também pela ausência de uma satisfatória OVP dos estudantes rumo a decisões mais acertadas na carreira com jogos.

A atual geração de formandos nos cursos de jogos não conta com programas robustos e validados de OVP, nem com outros processos de RH como planos de cargos e salários visando um melhor desenvolvimento da carreira desses profissionais.

2.3 Orientação para a Carreira

Por OVP entende-se neste artigo um conjunto de teorias, métodos e processos instrumentais de avaliação e orientação de estudantes que “*gera maior comprometimento com a vida acadêmica e uma maior articulação entre estudo e trabalho*” [Oliveira e Neiva, 2013] e que foca a educação profissional, isto é, a formação de profissionais para o mercado de trabalho.

Muitos são os dilemas decisórios pelos quais passam estudantes e profissionais em suas trajetórias.

A primeira escolha da carreira de muitas pessoas, a de curso superior, costuma ser tomada de forma pouco refletida, sem orientação, em torno dos 13-14 anos [Colombo e Prati, 2014]. Sobre os dilemas da escolha profissional quando posta para adolescentes:

“O adolescente, frente às cobranças, pode optar por uma profissão estando com sua identidade difusa, ou seja, sem vivenciar um processo de exploração vocacional completo. Desta forma, ele opta por uma profissão (ou por uma ocupação) por acreditar ser conveniente, sem reflexões mais aprofundadas sobre o assunto” [Colombo e Prati, 2014].

Nesse contexto problemático a OVP procura intervir com soluções, ajudando *“no complexo processo de inserção e atuação cidadã no mundo do trabalho, ajudando os estudantes no seu processo de emancipação psicossocial”* [Tieppo, 2010].

A OVP opera em três frentes fundamentais: autoconhecimento do orientando, conhecimento do orientando sobre a realidade do mundo do trabalho [Oliveira e Neiva, 2013]. Entende-se que a decisão sobre a carreira demanda tanto preparo psicológico (maturidade para decidir) quanto informações sobre si mesmo (com destaque para motivações e restrições pessoais) e informações sobre o mundo socioeconômico do trabalho.

No que tange a atitude do orientando, a OVP busca a maturidade decisória do mesmo, que envolve uma atitude de determinação nas escolhas, responsabilidade para agir a partir delas e independência para decidir o que for melhor para si livre de influências nocivas. Nesse ponto de maturidade o adolescente desenvolve uma identidade profissional, que pode ser descrita da seguinte forma como um conjunto de

“interesses do adolescente, suas preferências por uma profissão ou por outra e a descoberta de qual lhe chama mais atenção, entre tantas possibilidades” [Colombo e Prati, 2014].

Além da questão da maturidade decisória a OVP atua nos dois conhecimentos fundamentais para a decisão da carreira: o de si mesmo e o do mundo do trabalho. Em termos de autoconhecimento a OVP no esclarecimento do orientando sobre seus interesses, motivações, habilidades e limitações. Já o conhecimento do mundo do trabalho se traduz por informações pertinentes sobre formação, ensino, aprendizagem e opções para colocação profissional.

Assim, para a construção de um projeto completo de OVP, Dutra [2002, p.104] sugere as seguintes etapas: a) autoconhecimento, isto é, conhecer, observar e entender a si mesmo; b) conhecimento do mercado em termos de opções, tendências, limitações e alternativas; c) criar objetivos para a própria carreira; d) estratégias para realizar os objetivos; e) plano de ação com metas de curto prazo e os indicadores de sucesso; f) acompanhamento contínuo do plano.

2.3.1 – Motivações para o trabalho

Um dos conceitos centrais em Orientação Profissional é o de motivação. Este pode ser compreendido com um conjunto de preferências pessoais [Colombo e Prati, 2014]. Diz-se que uma pessoa é motivada a determinada coisa quando prefere buscar tal coisa em detrimento de outras. Assim, uma pessoa motivada por segurança no trabalho tenderá a escolher carreiras seguras, ao passo que uma pessoa motivada por desafios só aceitará carreiras seguras um tanto contrariada.

As motivações podem ser classificadas e avaliadas em níveis. A primeira forma citada é qualitativa, pois gera categorias, e a segura é quantitativa, pois busca mensurar intensidade da motivação [Marconi e Lakatos, 2010]. Assim, dentro da hierarquia motivacional de uma pessoa pode haver diferentes categorias qualitativas (dinheiro, segurança, vencer desafios, etc) e cada uma possuindo específicos níveis quantitativos de força.

Um processo de OVP, como modelado por Dutra [2002] passa pela identificação e estudo da hierarquia de motivações do orientando. Seja para orientá-lo rumo à realização dessas motivações, seja para compreender problemas como frustração ou ansiedade decorrentes de obstáculos para com elas. A respeito dos possíveis conflitos entre motivações pessoais e circunstâncias sociais:

“A sociedade, ao mesmo tempo que se beneficia com escolhas mais “ajustadas”, que maximizam o aproveitamento de potencialidades e motivações individuais dentro dos processos produtivos, condiciona, impõe e/ou limita determinadas trajetórias ocupacionais, frequentemente acentuando os conflitos e dilemas individuais” [Tractenberg, 2014].

Ainda segundo Tractenberg, o processo de OVP, quando eficaz, conduz a “escolhas de vida de

acordo com motivações mais autênticas” do indivíduo. A OVP, portanto, envolve aumentar o conhecimento do orientando a respeito de o que o motiva e o que não o motiva para os estudos e o trabalho.

2.3.2 – Âncoras de Carreira

O modelo das Âncoras de Carreira apresenta-se como uma tipologia de motivações profissionais. Foi desenvolvido a partir dos estudos de Edgar Schein [1993], que explorou a forma com que alguns componentes pessoais determinam prioridades nas escolhas profissionais, criando assim, uma padronização [Tieppo et al., 2010].

Ainda segundo Tieppo, o desenvolvimento desse referencial foi fundamentado numa pesquisa realizada com 44 estudantes do curso de mestrado da Sloan School of Management, do MIT, entre os anos de 1961 a 1963. Todos foram entrevistados seis meses após a conclusão do curso e novamente de dez a doze anos após a conclusão do curso. Tais entrevistas, segundo o Schein, revelaram muito sobre os problemas enfrentados pelos entrevistados na fase de transição da escola para as empresas. Esse estudo resultou na descrição de um conjunto de autopercepções relativas a talentos e habilidades, motivações e atitudes, necessidades e valores, baseada nas experiências efetivas que cada indivíduo vivenciou, criando assim, os rumos que norteiam as escolhas desse profissional. A esse conjunto de motivações Schein deu o nome de Âncoras de Carreira, que define como

“uma combinação de áreas percebidas de talentos, competência, valores e motivos dos quais não se abre mão quando se confronta com a necessidade de fazer escolhas em sua profissão” [Schein, 1993].

As Âncoras de Carreira, portanto, consistem na autopercepção de: (a) talentos e habilidades que são baseados no sucesso dos trabalhos concretizados; (b) motivos e necessidades são baseados no retorno da organização, das pessoas e na autoavaliação ao confrontar-se com os desafios; (c) atitudes e valores são baseados no confronto entre os próprios valores e os da organização ou da atividade [Lopes, 2008].

O entendimento das Âncoras de Carreira apresenta-se como fundamental para ao orientando porque diz respeito às suas motivações fundamentais para estudar e trabalhar. Motivações que influenciam suas decisões, originam sua visão de futuro e

influenciam as reações do indivíduo perante o trabalho.

A premissa básica da teoria das Âncoras de Carreira é a da existência de 8 categorias elementares de motivação para a carreira de estudos/trabalho. Essas categorias são descritas no Quadro 1:

Quadro 1 – Descrição das Âncoras de carreira.

Fonte: o autor, baseado em Schein [1993].

Motivação	Ações relacionadas
Competência Gerencial	Gerenciar, organizar, planejar.
Competência técnica	Adquirir domínio de habilidades.
Desafio puro	Realizar feitos de grande envergadura.
Criatividade	Criar livremente e exercer variedade de funções.
Autonomia	Agir de forma independente (pouco ou não supervisionada).
Estilo de vida	Ter um trabalho que não atrapalhe sua vida pessoal.
Segurança	Contar com um trabalho previsível e estar confiante em não o perder.
Dedicação a uma causa	Trabalhar pelo bem alheio.

Um processo de OVP baseado no Âncoras de Carreira consiste na identificação dos pesos de cada um desses 8 tipos na hierarquia motivacional do orientando. Em seguida na promoção de autoconhecimento no mesmo pela análise dessa hierarquia consequente ganho de maturidade para a escolha profissional.

As Âncoras de Carreira não se apresentam como a única forma de realizar processos de OVP, nem mesmo em algo como o modelo mais eficiente de análise. Apesar de sua popularidade conta com críticas envolvendo por exemplo a ideia de que todas as motivações profissionais podem ser satisfatoriamente resumidas em 8 ou mesmo classificadas e quantificadas.

3. Procedimentos metodológicos

A presente pesquisa, segundo Gil [2007] é do tipo descritiva, uma vez que pretende fornecer informações sobre um fenômeno ao qual deseja-se investigar. Segundo Fonseca [2002] constitui-se ainda em uma pesquisa de levantamento amostral.

Trata-se ainda de uma pesquisa qualitativa, uma vez que “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc” [Gerhardt e Silveira, 2009].

A população pesquisada foi de alunos do curso de Design de Jogos Digitais da UNIVALI, campus de Florianópolis. A participação era voluntária. Os procedimentos de pesquisa foram realizados em 4 etapas, conforme o Quadro 2:

Quadro 2 – Procedimentos utilizados

Etapa	Procedimento	Execução
1	Acordo com UNIVALI e criação do questionário	Primeira semana de maio
2	Coleta de dados via questionário online.	De 13 a 20 de maio de 2016
3	Análise dos dados do questionário online.	De 20 a 25 de maio de 2016
4	Relatório dos resultados e redação do presente artigo	De 25 de maio a 10 de agosto

O questionário, feito e enviado via GoogleForms, era de consulta anônima e consistiu nos seguintes itens:

- 1- Qual a sua idade?
- 2- Qual a sua fase no curso?
- 3- Quais as suas disciplinas favoritas no curso?
- 4- Fez ou faz atividades extra-classe? Caso sim, quais?
- 5- O que te motiva a trabalhar com jogos? (Cita as 8 Âncoras como alternativas);
- 6- Quais áreas da indústria de jogos te interessam? (Ilustração, Animação, Desenvolvimento de *software*, Testes, *Creative Game Design*, *Level Design*, Gestão, Empreendedorismo, Roteirização, Som e Outras);
- 7- Como você obtém informações sobre o mercado (Leio notícias, Conversa com colegas, Vídeos no *YouTube*, Eventos, Faço parte de uma empresa, Faço estágio, Tenho um negócio, Todo tipo de fonte);
- 8- Quão seguro você está de sua escolha de carreira? (Muito, Bastante, Pouco, Nada).

Um relatório de feedback para a coordenadoria do curso de Design de Jogos da

UNIVALI foi entregue, com sugestões para a orientação de carreira dos alunos. Sugestões que se encontram mencionadas na seção 6.1 deste artigo.

4.Resultados

Por regra interna da UNIVALI o número total da população de alunos pesquisada não pode ser revelado. Contudo foi permitido divulgar que 25% dessa população respondeu ao questionário, o que significa em termos de cálculo amostral uma taxa de 95% de confiança (bastante considerável) nos resultados em termos de generalização para toda a população, com uma taxa de erro de 15%.

A média de idade dos respondentes foi de 19,27 anos, com uma mediana de 20 e desvio padrão de 3,9. O curso possui 7 fases (com aulas em sala apenas até a 6ª, sendo a 7ª estágio). A distribuição dos respondentes de acordo com a fase é expressa na Figura 1:

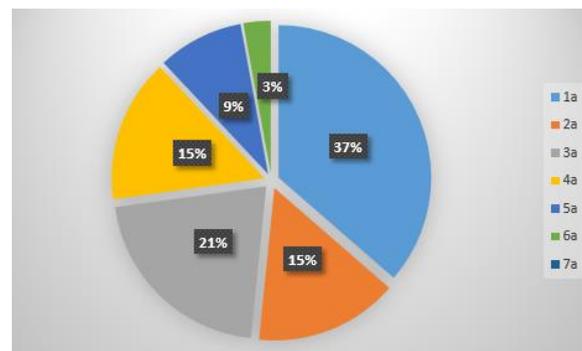


Figura 1 - Distribuição por fase

Foram apontadas como disciplinas favoritas em ordem decrescente de frequência: Processo de design de jogos (75%), Criatividade e Inovação (66%), Criação de personagens (60%) e modelagem 3D (48%).

Em termos de atividades extraclasse: a maioria da amostra não faz (66%). Dos que fazem, o mais frequente (30% da amostra) foi o estágio voluntário no laboratório de entretenimento digital.

Em termos de Âncoras de Carreira a distribuição de pontuação pode ser vista no Quadro 3:

Quadro 3 – Âncoras da amostra

Âncora de Carreira	Votos
Ser criativo	93,9%
Agir com autonomia	84,8%
Equilibrar vida pessoal e profissional	51,5%
Gerenciar	36,4%

Vencer desafios	27,3%
Ajudar os outros	15,2%
Adquirir competência técnica	12,1%
Ter segurança no emprego	6,1%

Quanto às áreas de interesse profissionais na indústria de jogos nacional, a distribuição de pontuação se deu conforme o Quadro 4:

Quadro 4 – Áreas de interesse

Área de Interesse	Votos
Ilustração	60,6%
Animação	60,6%
Creative Game Design	54,5%
Empreendedorismo	39,4%
Level Design	33,3%
Roteirização	30,3%
Produção	21,2%
Som	18,2%
Testes	15,2%
Desenvolvimento de software	9,1%
Outros	6,1%

Sobre a maneira como os alunos obtém informações sobre o trabalho na indústria nacional de jogos, o Quadro 5 sintetiza os resultados:

Quadro 5 – Meios de informação

Meio de informação	Votos
Portais na internet	72,7%
Conversas com colegas	63,6%
Canais no YouTube	63,6%
Todo tipo de meio	24,2%
Eventos	18,2%
Estágio na UNIVALI	15,2%
Por meio do negócio que montei	6,1%
Na empresa em que trabalho	3%

Sobre o nível de confiança nas escolhas, os resultados são apresentados na Figura 2:

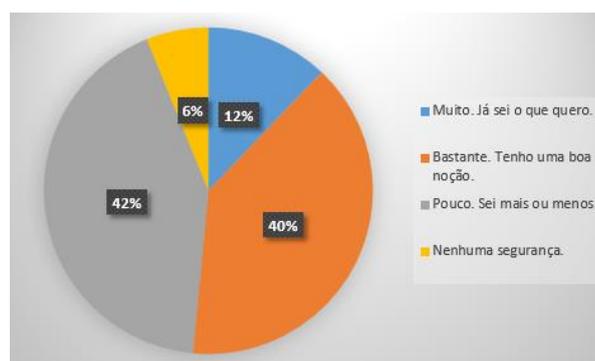


Figura 2 – Confiança nas escolhas profissionais

Na 2ª metade do curso (a partir da 4ª fase, o que corresponde a 27% da amostra) a média de idade sobe para 24 anos e não houve mudanças relevantes em termos de Âncoras de Carreira declaradas e nem de nível de segurança nas escolhas profissionais.

5. Discussão dos Resultados

Nesta seção os dados coletados no questionário online são interpretados pelo pesquisador.

5.1 Âncoras de carreira

A escolha das Âncoras de Carreira [Schein, 1993] releva traços da identidade profissional que a pessoa desenvolveu. Declarar-se mais motivado por esta e aquela âncora e menos motivado por aquelas outras descreve parte da representação de identidade que o aluno tem de si mesmo [Colombo e Prati, 2014].

A maioria dos respondentes do questionário tinha em torno de 20 anos, e nas primeiras fases do curso (ver Figura 1) estando, portanto, em um momento de formação da identidade profissional. A baixa adesão dos formandos pode indicar desinteresse da parte destes em análises de motivações e em orientação para a carreira. O fato é que os novatos no curso foram mais impelidos a participar da pesquisa, sendo estes os que, provavelmente, possuíam identidades profissionais menos formadas e menor maturidade de escolha e compreensão da realidade do mercado de trabalho [Oliveira e Neiva, 2013].

Conforme o Quadro 3, as três Âncoras de Carreira mais votadas foram “Criatividade”, “Autonomia” e “Equilíbrio entre vida pessoal e profissional”. Essa configuração sugere que os estudantes pesquisados parecem motivados por trabalhos que permitam que atuem de forma independente para criar o que desejam e de modo que o trabalho não interfira em suas vidas pessoais. No

caso de jogos talvez porque o objeto de seu trabalho confunde-se com o que vivenciam no âmbito pessoal. Isto é, o trabalho com jogos mistura-se com hábitos pessoais de entretenimento.

As três Âncoras menos votadas, ainda de acordo com o Quadro 3, foram “Segurança no emprego”, “Competência técnica” e “Ajudar os outros”. Isso pode indicar que os futuros profissionais da indústria de jogos aceitam ou toleram empregos de risco, talvez por conhecimento da natureza volátil da indústria. E ainda, que não parecem tão focados em adquirir competências técnicas, talvez pela dicotomia entre “área técnica” e “área criativa”. Isto é, desejam trabalhos criativos e podem entender que trabalhos técnicos são o oposto disso. Outro ponto é o possível individualismo no perfil motivacional, expresso pela baixa pontuação em “Ajudar os outros”. Ou seja, o futuro profissional de jogos parece focar bastante na realização de seus sonhos pessoais (o que reforça a imagem do profissional criativo e autônomo).

As duas Âncoras que ficaram em uma posição intermediária foram “Gerenciar” e “Vencer Desafios” (ver Quadro 3). Isso indica que elas têm um potencial de melhoria ou de declínio. Pode ser um problema porque empresas de jogos demandam gestores e envolvem, como toda pequena e médio empresa na economia brasileira, muitos desafios para se manter e evoluir.

A pontuação nas 8 âncoras não muda significativamente entre a primeira e a segunda metade do curso. E de um modo geral o perfil motivacional identificado tem um baixo desvio padrão. Ou seja, os alunos têm um mesmo perfil médio de Âncoras (citado nos parágrafos anteriores) e esse perfil tende a ser estável ao longo das fases do curso. Isso sugere que entram e saem do curso com um mesmo ideal ou sonho que cultivam a despeito de problemas ou mudanças no contexto profissional e educacional. Essa fixação pode ser um problema se indicar falta de adaptabilidade e/ou de conhecimento da realidade da indústria de jogos. Mas tem um lado positivo por sugerir determinação na realização de objetivos profissionais.

5.2 Áreas de interesse e meios de informação

As formas de obter informação mais votadas, conforme o Quadro 5, foram: “portais na internet”, “conversa com colegas”, “canais no *YouTube*” (por aproximadamente 2 em cada 3 respondentes). Apenas 1/3 dos respondentes faz atividades extraclasse. Esses números sugerem que os meios de obtenção de

informações são bastante individuais: materiais na internet que são discutidos entre colegas.

Conforme o Quadro 4, as áreas de interesse mais votadas giram em torno de criação visual (Ilustração e modelagem) e aspectos criativos do Game Design. As disciplinas favoritas são disciplinas marcadas por criação livre, o que é congruente com as âncoras de carreira mais votadas (que remetem a criatividade, autonomia e liberdade na relação entre vida pessoal e profissional).

As disciplinas menos votadas foram: “Testes” e “Programação”, o que pode ser explicado pelo currículo do curso mais voltado à arte digital. Tais disciplinas também podem ser vistas como diametralmente opostas a trabalhos ditos criativos e autônomos. Ou seja, tanto as escolhas de áreas de interesse quanto de as de disciplinas favoritas são congruentes com os aspectos motivacionais identificados pelas Âncoras de Carreira.

5.3 Maturidade para escolhas

A maturidade para escolhas profissionais envolve uma atitude de clareza e confiança do orientando em suas próprias decisões [Colombo e Prati, 2014]. O nível de maturidade mede, portanto, quanta informação sobre o mercado, autoconhecimento e clareza decisória o orientando dispõe.

Na presente pesquisa, observou-se que nível média de confiança do aluno é alto, estando na categoria “bastante convicto” (Ver Figura 2). Outro dado pertinente é que tal nível não mudou de forma significativa conforme a fase do curso. Em outras palavras, na média o aluno da 1ª fase e da 6ª fase se declaram igualmente convictos em suas decisões de carreira. Cumpre destacar que esse nível de maturidade está na faixa entre mediano e bom, e há indivíduos que se declaram maduros para escolher tanto na 1ª quanto na 6ª fase.

O fato do nível de convicção não mudar pode indicar um excesso de confiança por parte dos alunos, uma vez que a formação e as experiências a que vão passando nela não parecem afetar suas escolhas. Tal fixação pode indicar ainda pouca informação quanto ao mercado de trabalho ou falta de adaptabilidade a novas situações. Em outras palavras, os alunos se declaram prontos para escolher, possuem convicção nisso, mas demonstram desconhecer a realidade do mercado de trabalho e mesmo suas próprias motivações.

6. Considerações Finais

A seguir, considerações do autor a respeito da pesquisa efetuada.

6.1 Principais contribuições

A principal contribuição desta pesquisa consiste em apontar a necessidade de OVP voltada para a indústria brasileira de jogos e sugerir as Âncoras de Carreira como fundamento para um processo de orientação. Este estudo permitiu concluir que as motivações para a carreira dessa população de alunos precisam ser discutidas e confrontadas com a realidade do ambiente profissional que encontrarão. Os alunos precisam ser orientados levando em conta não apenas seus desejos particulares, mas também a realidade da indústria e a maturidade que necessitam adquirir para tomar decisões de carreira. O crescimento da indústria de jogos no Brasil acarreta a demanda por profissionais qualificados e bem orientados para carreiras bem-sucedidas. Isso se resalta pelo fato de que profissional de jogos deve possuir competências especializadas e atuar em contextos criativos e de contínua evolução, o que aumenta a importância da OVP para decisões mais acertadas sobre carreira. Nesse sentido, programas de OVP completos, conforme o modelo estipulado por Dutra [2002], voltados para futuros profissionais de entretenimento são sugeridos pelo do presente estudo. Programas tais como: palestras informacionais com profissionais no mercado, o modelo conhecido de “feiras de profissões” nos centros de formação, cursos, tutorias e estágios orientados em empresas do setor, etc.

Outra contribuição deste artigo pode ser dar nos processos de RH em empresas de jogos, uma vez que os resultados podem ajudar a esclarecer líderes e gestores sobre como compreender as motivações de profissionais de jogos para fins de recrutamento, seleção e treinamento de pessoal.

Uma última contribuição da pesquisa: promover reflexão e autoconhecimento para pessoas interessadas em adentrar na indústria de jogos brasileira. O leitor deste artigo que se encontra na condição de interessado em trabalhar com jogos também deve questionar suas motivações, autoconhecimento e conhecimento da realidade desse setor industrial no país.

6.2 Objetivos e Metodologia adotada

No que diz respeito à presente pesquisa, seus objetivos foram alcançados uma vez que foram identificados indícios do perfil motivacional dos

alunos em formação para a indústria de jogos brasileira.

Em termos teóricos, destaca-se como o modelo das Âncoras de Carreira mostrou-se eficaz para efeito avaliativo via questionário. Também foi importante a tríple divisão da OVP em estudo das motivações, do autoconhecimento e do conhecimento do mundo do trabalho. No que tange os procedimentos metodológicos, uma análise de coorte poderia ser mais adequada como tática de coleta e tratamento de dados, ao invés de um questionário aplicado uma vez. Contudo o questionário foi o procedimento viável para a presente pesquisa por sua facilidade de aplicação.

Já a nível operacional e instrumental destaca-se que o questionário poderia ter sido respondido por mais pessoas, e que poderia ter aprofundado na investigação das motivações e da maturidade para a escolha (ao custo de se tornar mais longo, contudo). Da mesma forma, um teste completo de Âncoras de Carreira teria obtido dados mais confiáveis, contudo seu custo em tempo para o respondente tornou seu uso operacionalmente inviável.

6.3 Limitações das conclusões

Os resultados obtidos não permitem uma ampla generalização para toda a população brasileira. Isso porque a população investigada se limitou, por razões de custo operacional, a apenas um curso de graduação. Da mesma forma a pesquisa sobre as áreas de interesse e sobre o currículo de disciplinas no curso não foram aprofundadas por falta de disponibilidade dos envolvidos. Apesar de tais limitações a presente pesquisa levantou indícios a respeito do perfil dos estudantes interessados em adentrar na indústria de jogos. Indícios esses que, caso validados por pesquisas futuras, podem vir a fundamentar programas de OVP.

6.4 Sugestões para estudos futuros

A título de estudos futuros relacionados com o presente artigo são sugeridos :

- a) criação de programas de OVP afim de melhor encaminhar estudantes para colocações em empresas;
- b) Coaching em empresas de jogos, como programas de trainee, focando maturidade para escolhas e diferentes motivações para o trabalho;
- c) uma pesquisa quantitativa envolvendo uma

amostra de centenas de estudantes e profissionais de jogos no Brasil para mapeamento de suas motivações e nível de maturidade, bem como a forma como estes mudaram desde sua formação;

d) revisão do currículo dos cursos de formação para verificar se suas disciplinas e atividades extra-classe atendem as motivações (âncoras de carreira) mais comuns de seus alunos.

Agradecimentos

Gostaria de agradecer ao coordenador do curso da UNIVALI, Giorgio Gilwan da Silva, e ao Professor Bruno Campos, pela ajuda por eles prestada para a realização desta pesquisa; e também a todos os alunos envolvidos.

Referências

BNDES. *I Censo da Indústria Brasileira de Jogos*. 2014. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario_mapeamento_industria_jogos042014_RelApoioCensoIndustriaBrasileiradeJogos.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2016.

COLOMBO, G.; PRATI, L. E. *Maturidade para escolha profissional, habilidades sociais e inserção no mercado de trabalho*. 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902014000200010>. Acesso em: 25 jun. 2016

DUTRA, J. S. *Gestão de Pessoas: Modelos, Processos, Tendências e Perspectivas*. São Paulo, Atlas, 2002.

ESTADÃO. *Cresce a demanda por cursos de jogos no Brasil*. 2014. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,cresce-a-demanda-por-cursos-de-jogos-no-brasil,10000030126>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

FONSECA, J. J. S. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GAMERREPORTER (Ed.). *GUIA: ONDE ESTUDAR DESENVOLVIMENTO DE JOGOS DIGITAIS NO BRASIL*. Disponível em: <<http://gamereporter.uol.com.br/desenvolvimento-de-jogos-digitais/>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. T. *Métodos de Pesquisa*. 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa*. 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

LOPES, K. P. S. *Trajetória profissional e Âncoras de carreira de executivos de uma instituição bancária*. 111f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração, 2008. Disponível em: <<http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publica>>. Acesso em: 05 jun. 2012.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. *Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados*. 2016. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

NEWZOO (Ed.). *TOP 100 COUNTRIES BY GAME REVENUES*. 2016. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/#WFHTKtBVsjz8ixSr.99>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

OLIVEIRA, C. M. R. de; NEIVA, K. M. C. *Orientação Vocacional/Profissional: avaliação de um projeto piloto para estudantes da educação profissional*. 2013. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902013000100013>. Acesso em: 25 jun. 2016.

SCHEIN, E. H. *Career anchors: Discovering your real values*. San Diego: Pfeiffer & Company, 1993.

TRACTENBERG, L. *ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL: ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL*. 2014. Disponível em: <<http://www.senac.br/INFORMATIVO/BTS/282/boltec282f.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

TIEPPO, C. E. S. et al. *Seriam as Âncoras de Carreira Aderente às Carreiras Inteligentes?: Um Estudo Comparativo entre Alunos Formandos de um curso de Administração de Empresas e de Hotelaria e Turismo*. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro. Anais... . Rio de Janeiro: Sbeb, 2010. p. 1 - 17. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/gpr926.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

UOL JOGOS (Ed.). *Produtoras de jogos no Brasil sofrem com falta de experiência, aponta censo*. 2014. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2014/09/09/produtoras-de-jogos-no-brasil-sofrem-om-falta-de-experiencia-aponta-censo.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2016.