ALÉM DA UTILIDADE: MOTIVAÇÕES SOCIAIS E COGNITIVAS NA INOVATIVIDADE DE ESTUDANTES TECNÓLOGOS DIANTE DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Beyond utility: Social and cognitive motivations in technology students' innovativeness toward artificial intelligence

SAMUEL FELIPE DE OLIVEIRA SOARES
FATEC ITÚ - DOM AMAURY CASTANHO

MÁRCIO DE LA CRUZ LUI
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FEI

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:
Agradecemos à Comissão de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE) da Faculdade de Tecnologia de Itu – Fatec Itu pelo apoio concedido por meio do Programa de Iniciação Científica, que possibilitou o desenvolvimento desta pesquisa.

ALÉM DA UTILIDADE: MOTIVAÇÕES SOCIAIS E COGNITIVAS NA INOVATIVIDADE DE ESTUDANTES TECNÓLOGOS DIANTE DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Objetivo do estudo
Analisar a influência das motivações funcional, social, hedônica e cognitiva sobre o comportamento inovativo de estudantes de cursos superiores de tecnologia diante da Inteligência Artificial, considerando o Domínio Específico de Inovatividade e a Inovação Inata.

Relevância/originalidade
O estudo amplia a compreensão da inovatividade diante da Inteligência Artificial ao investigar conjuntamente diferentes dimensões motivacionais e dois construtos de inovatividade, evidenciando que aspectos sociais e cognitivos podem assumir maior relevância que fatores funcionais e hedônicos entre estudantes tecnólogos.

Metodologia/abordagem
Realizou-se uma pesquisa quantitativa com 110 estudantes de cursos superiores de tecnologia. Os dados foram coletados por questionário eletrônico e analisados por regressão linear múltipla no SPSS, mediante a estimação de dois modelos analíticos.

Principais resultados
Ambos os modelos apresentaram significância estatística global. A Motivação Social influenciou positiva e significativamente o Domínio Específico de Inovatividade, enquanto a Inovação Inata apresentou influência significativa das motivações Social e Cognitiva. As motivações Funcional e Hedônica não foram significativas.

Contribuições teóricas/metodológicas
A pesquisa contribui para a literatura ao integrar dimensões motivacionais a dois construtos distintos de inovatividade, demonstrando empiricamente que seus antecedentes podem diferir e destacando a centralidade da dimensão social na compreensão do comportamento inovativo diante da Inteligência Artificial.

Contribuições sociais/para a gestão
Os achados oferecem subsídios para instituições de ensino, docentes e gestores desenvolverem ambientes que estimulem colaboração, compartilhamento de experiências, curiosidade intelectual e experimentação com Inteligência Artificial, favorecendo uma cultura de inovação e estratégias educacionais voltadas ao uso responsável dessas tecnologias.

Palavras-chave: Inteligência Artificial, Inovatividade, Motivação Social, Motivação Cognitiva, Adoção Tecnológica

Beyond utility: Social and cognitive motivations in technology students' innovativeness toward artificial intelligence

Study purpose
To analyze the influence of functional, social, hedonic, and cognitive motivations on the innovative behavior of technology students toward Artificial Intelligence, considering Domain-Specific Innovativeness and Innate Innovativeness.

Relevance / originality
The study advances the understanding of innovativeness toward Artificial Intelligence by jointly examining different motivational dimensions and two innovativeness constructs, showing that social and cognitive factors may be more relevant than functional and hedonic factors among technology students.

Methodology / approach
A quantitative study was conducted with 110 technology students. Data were collected through an electronic questionnaire and analyzed using multiple linear regression in SPSS, with two analytical models being estimated.

Main results
Both models were statistically significant overall. Social Motivation positively and significantly influenced Domain-Specific Innovativeness, whereas Innate Innovativeness was significantly influenced by Social and Cognitive Motivations. Functional and Hedonic Motivations were not statistically significant.

Theoretical / methodological contributions
The study contributes to the literature by integrating motivational dimensions with two distinct innovativeness constructs, empirically demonstrating that their antecedents may differ and highlighting the central role of the social dimension in understanding innovative behavior toward Artificial Intelligence.

Social / management contributions
The findings provide insights for educational institutions, faculty, and managers to develop environments that foster collaboration, knowledge sharing, intellectual curiosity, and experimentation with Artificial Intelligence, promoting an innovation culture and educational strategies aimed at the responsible use of these technologies.

Keywords: Artificial Intelligence, Innovativeness, Social Motivation, Cognitive Motivation, Technology Adoption