GAMIFICAÇÃO
NA GESTÃO

EXEMPLOS DE SUCESSO E PRINCIPAIS
MECÂNICAS PARA AUMENTAR ENGAJAMENTO

1 GAMIFICAÇÃO

Muitas pessoas acreditam que a gamificação consiste da criação de jogos para engajar as pessoas. Não é exatamente isso. Gamificação envolve tomar emprestado elementos e mecânicas de jogos e aplicar em contextos que não são de jogos.

O objetivo da gamificação é estimular a participação e o engajamento, bem como promover aspectos ligados à motivação, como reconhecimento, socialização e autonomia.

A gamificação não envolve apenas distribuir pontos e medalhas, tampouco criar rankings de comparação de desempenho. Certamente esses são elementos que fazem parte de uma experiência gamificada, mas existem outros elementos e, principalmente, mecânicas que devem ser pensadas.

O uso de técnicas de gamificação consiste de uma estratégia poderosa para as empresas apoiarem os processos de gestão, ajudando a promover a produtividade prazerosa, tão importante para empresas que precisam crescer exponencialmente.

2 PRINCIPAIS ELEMENTOS DA GAMIFICAÇÃO

Construir um sistema gamificado envolve aplicar técnicas e elementos do projeto de jogos. Porém, o propósito dos elementos no projeto de um sistema gamificado é diferente do propósito dos elementos no projeto de jogos, pois o objetivo final da gamificação é criar experiências engajadoras para os usuários, enquanto que o objetivo dos jogos é puro entretenimento.

Dessa forma, a arquitetura de um ambiente gamificado deve ser planejada cuidadosamente. Estudos sobre a motivação humana demostram que pessoas se sentem motivadas por características de jogos bem desenhados, bem projetados, bem arquitetados. Pensar no projeto de um sistema gamificado é como pensar na arquitetura de um prédio a ser construído.

Dado um terreno, com suas características e medidas, diferentes propostas de arquitetura podem ser criadas. Dependendo da forma com que a arquitetura é desenhada, o mesmo espaço pode ser mal aproveitado ou atender plenamente ao público alvo ao qual ele foi destinado. O mesmo raciocínio deve ser usado para o projeto de um sistema gamificado.

Um ambiente gamificado deve ter um balanceamento entre os desafios e a diversão. Esse equilíbrio é importante para não tornar o ambiente muito engessado, sem divertimento ou sem sentido de realização. Gamificação envolve encontrar a diversão, os aspectos lúdicos, e usá-los para criar um ambiente que mova as pessoas em direção a um objetivo.

PRINCIPAIS ELEMENTOS DA GAMIFICAÇÃO

O projeto de um sistema gamificado envolve a identificação dos elementos que farão parte do sistema. Werback e Hunter classificam os elementos de jogos em três categorias relevantes para a gamificação, formando uma pirâmide organizada em ordem de abstração: dinâmicas, mecânicas e componentes.

- DINÂMICAS
  - Emoções
  - Narrativa
  - Relações
  - Restrições
  - Progressão
- MECÂNICAS
  - Desafios
  - Competição e Cooperação
  - Feedback
  - Aquisição de recursos
  - Recompensa
  - Estados de vitória
- COMPONENTES
  - Conquistas
  - Medalhas
  - Boss Fights
  - Coleções
  - Desbloqueio de conteúdo
  - Painéis d eliderança
  - Níveis
  - Pontos
  - Bens Virtuais

DINÂMICAS

As dinâmicas formam a estrutura por trás do jogo, representam aspectos de uma visão geral do jogo. Não são as regras, mas sim a gramática, a estrutura implícita. As dinâmicas mais importantes de um jogo são:

- **Emoções**: sentimentos relevantes que um jogo desperta em um jogador. Por exemplo, senso de realização e de cumprimento da tarefa.
- **Narrativa**: história elaborada para o jogo a fim de dar senso de coerência e relação com a vida do jogador. O jogo não pode ser apenas um conjunto de obstáculos com pontos.
- **Restrições**: limitações impostas pelo jogo que restringem atitudes do jogador.
- **Relações**: interações com pessoas, relações sociais de um jogador dentro do jogo.
- **Progressão**: evolução do jogador dentro do jogo.

MECÂNICAS

Consistem de elementos responsáveis pela ação, usados para impulsionar o avanço do jogador e manter seu engajamento. Situam-se no meio da pirâmide. As mecânicas mais importantes de um jogo são:

- **Desafios**: quebra-cabeças e tarefas que requerem esforço para resolução.
- **Competição**: elementos de disputa entre indivíduos ou equipes.
- **Cooperação**: trabalho em equipe dos jogadores para atingir o objetivo desejado.
- **Feedback**: informação sobre o desempenho do jogador.
- **Aquisição de recursos**: obtenção de itens que podem ser úteis ou colecionáveis.
- **Recompensas**: benefícios por alguma ação do jogador.
- **Estados de vitória**: objetivos que fazem um jogador ou grupo ser vencedor.

COMPONENTES

Referem-se às formas específicas de expressão da dinâmica e da mecânica. Os componentes mais importantes do projeto de jogos são:

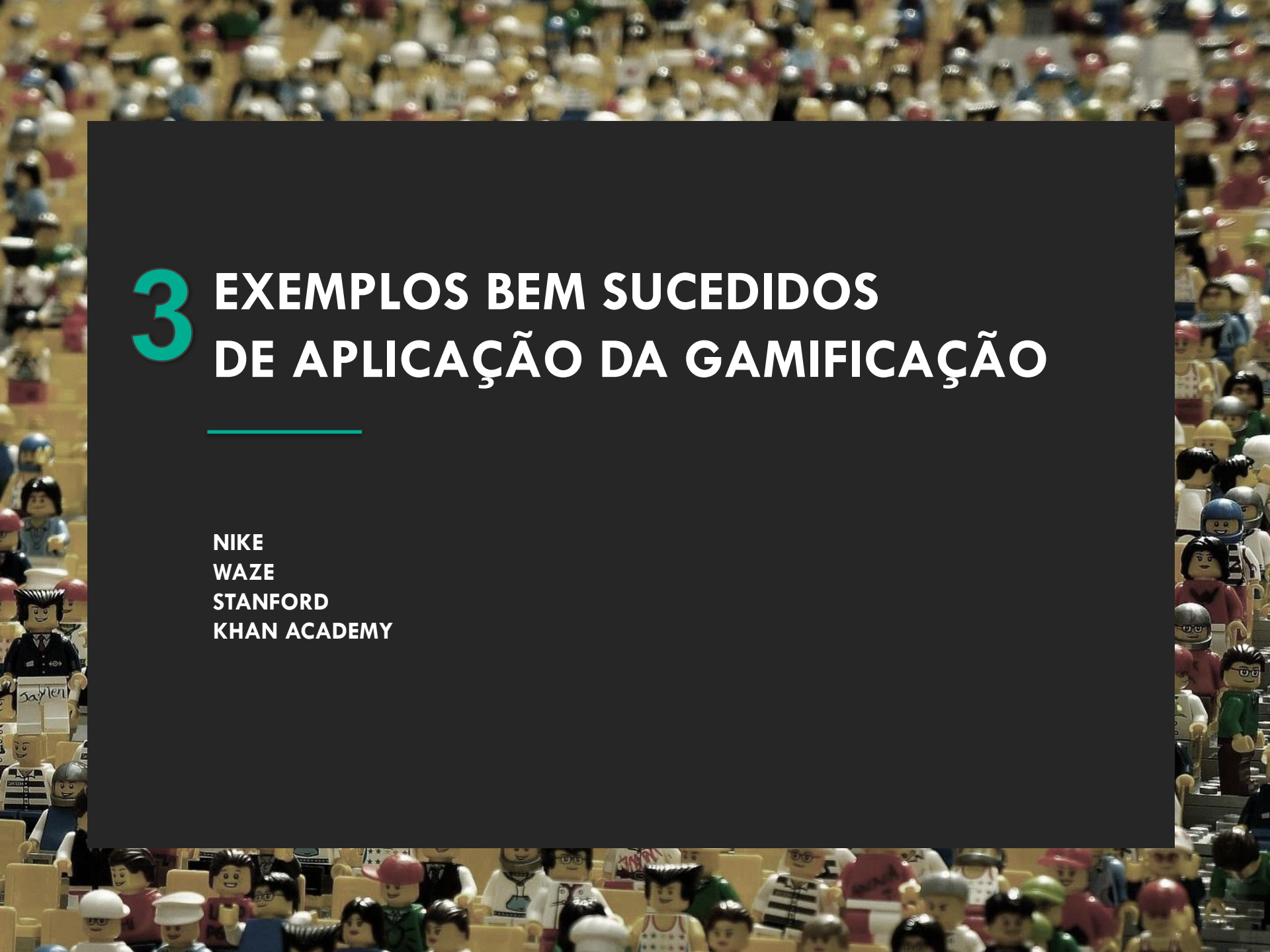
- **Conquistas**: objetivos definidos a serem atingidos.
- **Medalhas**: representação visual das conquistas.
- **Boss Fights**: desafio difícil de ultrapassar, normalmente apresentado ao final de um nível.
- **Coleções**: conjunto de medalhas ou itens a serem acumulados. É possível conseguir alguma vantagem ao atingir um número de itens de uma coleção.
- **Desbloqueio de conteúdo**: componente que pode estar presente quando um jogador atinge um objetivo.
- **Painéis de liderança**: exibição visual da progressão de jogadores, podendo apresentar comparação entre eles.
- **Níveis**: passos definidos na progressão do jogador.
- **Pontos**: representação numérica da progressão do jogador.
- **Gráficos sociais**: representação da rede social do jogador, usada para ver os outros participantes que estão jogando. Permite estender a vida social para o jogo.
- **Times**: grupos definidos de jogadores que trabalham juntos para um objetivo comum.
- **Bens virtuais**: ativos coletados no jogo. Apesar de serem virtuais, existem situações em que o jogador pode querer comprá-los, mesmo que seja com uma moeda virtual.

PRINCIPAIS ELEMENTOS DA GAMIFICAÇÃO

Cabe ressaltar que não é obrigatório o uso de todos os elementos. Eles devem ser usados dentro das restrições do sistema a ser implementado, da forma mais efetiva.

Técnicas de projeto de jogos muitas vezes não são compreendidas e aplicadas corretamente em ambientes gamificados. Simplesmente distribuir pontos e medalhas a cada ação do usuário ou criar um painel de liderança não garante uma boa experiência de usuário, que podem se sentir esgotados pela acumulação infinita de pontos. Muitos, realmente, não se importam com o acúmulo de pontos.

Além disso, novos usuários podem entrar em um sistema gamificado mal desenhado com expectativas infladas e se frustrarem ao perceberem que é impossível atingir o topo de um painel de liderança. Esses aspectos, quando não considerados, levam ao abandono do sistema. No ambiente de gestão, a gamificação possui diversas particularidades que merecem ser discutidas.



3 EXEMPLOS BEM SUCEDIDOS DE APLICAÇÃO DA GAMIFICAÇÃO

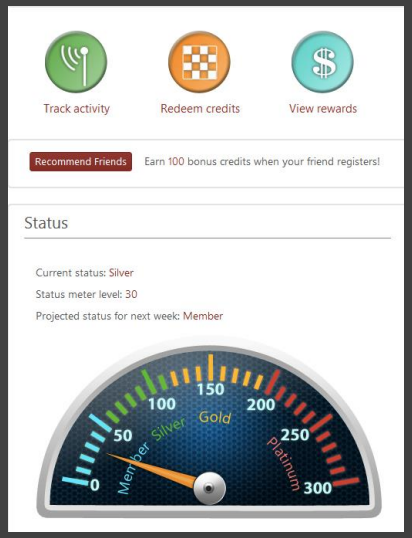
NIKE
WAZE
STANFORD
KHAN ACADEMY

NIKE

A Nike utiliza a estratégia da gamificação com o aplicativo Nike+ Running, onde os usuários podem acompanhar e salvar dados de progresso de corridas, compartilhar, comparar com o desempenho de outros usuários e comemorar realizações. O objetivo da empresa, por meio da tecnologia, é motivar o círculo social do jogador a alcançar uma vida mais saudável. Em última instância, o principal objetivo é fazer com que os usuários comprem mais materiais esportivos, pois esse é o negócio da empresa.

STANFORD

O trabalho desenvolvido pelo professor de Ciência da Computação da Universidade de Stanford, é um exemplo bem-sucedido da aplicação da gamificação para reduzir o congestionamento na universidade em horários de pico. O congestionamento ocorria porque as pessoas chegavam e saíam do campus no mesmo horário. O objetivo do sistema gamificado era incentivar as pessoas a chegarem e saírem da universidade em horários espaçados, reduzindo o congestionamento nos horários de rush. O objetivo foi atingido por meio de feedbacks e recompensas e sua viabilidade foi possível devido a um sistema de monitoramento automático de horários de entrada e saída com o uso do GPS. O sucesso do sistema gamificado impressionou o diretor de transportes e estacionamento da universidade, Brodie Hamilton. Cerca de 15% dos deslocamentos feitos pelos participantes do experimento passaram a acontecer fora do horário de rush.



WAZE

O aplicativo Waze também usa um sistema gamificado para melhorar a qualidade das informações fornecidas aos usuários. Além de informar ao usuário o melhor caminho entre dois endereços, também fornece orientações sobre trânsito, engarrafamentos, radares e acidentes em tempo real. Isso é feito por meio da captura de informações de velocidade e de avisos dos próprios usuários, que são incentivados a fornecer informações por meio de uma competição social com pontos e rankings de liderança. Pontos são adquiridos ao percorrer distâncias usando o aplicativo, ao editar mapas, registrar vias novas, adicionar nomes em vias, reportar acidentes e outros eventos de trânsito.

KHAN ACADEMY

A Khan Academy é uma plataforma via web que proporciona educação gratuita e de qualidade para todos nas áreas de matemática, ciências, dentre outras. A plataforma oferece vídeos, exercícios e um painel de aprendizado personalizado que ajuda os estudantes a aprenderem no seu próprio ritmo. Morrison e DiSalvo fizeram uma análise crítica dos elementos da gamificação na plataforma, e identificaram vários elementos da gamificação ligados à motivação: mapa do conhecimento, medalhas para indicar diferentes níveis de realização, pontos de energia por completar atividades, objetivos a serem alcançados, indicação de progresso para objetivos atingidos, indicadores de atividades realizadas e progressão de habilidades. Atualmente, a plataforma possui cerca de 15 milhões de usuários registrados, e ficou famosa após Bill Gates dizer em uma palestra que seus filhos estudam por ela.

4 CONCLUSÕES

O maior propósito por trás da gamificação é melhorar a motivação do usuário que a utiliza. Muitos autores sugerem que o uso da gamificação aumenta o desejo natural de obter conquistas e permite aos usuários melhorar seu status dentro do contexto em que é aplicado, bem como a auto expressão. Além disso, o uso da gamificação satisfaz a necessidade que muitas pessoas possuem de encerramento, permitindo a elas completarem suas tarefas.

Estimular a motivação intrínseca é o aspecto mais desafiador ao desenvolver um sistema gamificado. Muitas propostas gamificadas aplicadas à gestão apresentam apenas pontos, medalhas e rankings como recursos para promover motivação. Porém, apenas esses recursos não ajudam as pessoas a terem um senso real de comprometimento e motivação intrínseca capaz de mudar seu comportamento e permitir o engajamento de longo prazo. Um ambiente gamificado deve ser projetado cuidadosamente para abordar não apenas desafios e recompensas que promovam a motivação extrínseca. A preocupação com sendo de realização, propósito e competência é tão ou mais importante que os elementos associados a recompensas.

A gamificação, assim como qualquer iniciativa que procura influenciar o comportamento humano, deve ser trabalhada para garantir que seu impacto seja positivo.

SOBRE A AUTORA

Fabiana Bigão Silva é doutora em Ciência da Informação (UFMG), com foco em aprendizagem digital e gamificação. Mestre e graduada em Ciência da Computação (UFMG), foi diretora do Project Management Institute – PMI-MG (2015). Desde 2006, como diretora da Accretio (www.accretio.com.br), atua em consultorias e treinamentos corporativos em organizações de diferentes portes e atividades. É diretora de operações da VIDDIA (www.viddia.com.br), edutech especializada em educação corporativa on-line. Tem experiência com educação on-line desde 2007. Atua como professora de mestrado, MBAs e pós-graduação em diversas instituições de ensino, com destaque para Fundação Dom Cabral, Ibmec e SKEMA Business School. Até o momento já atendeu a dezenas de empresas, mais de 10 mil alunos / clientes ao longo de 15 anos e cerca de 30 mil horas de experiência em projetos. É autora do livro Gerenciamento de Projetos Fora da Caixa: Fique com o que é relevante.

fabiana.bigao@viddia.com.br

REFERÊNCIAS

- ABED - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. Censo EAD.BR: Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2016. Curitiba: Ibpex, 2017.
- ABED - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. Censo EAD.BR: Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2015. Curitiba: Ibpex, 2016.
- BARTLE, R. Designing virtual worlds. Indianapolis: New Riders Publishing, 2004.
- BRASIL. Decreto nº 5.622 de 19 de dezembro de 2005. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional (referente ensino a distância). Diário Oficial da União, Brasília, 20 dez. 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5622.htm>. Acesso em: 23 mar. 2016.
- DANIEL, John. Making sense of MOOCs: musings in a maze of myth, paradox and possibility. Journal of Interactive Media in Education, v. 3, article 18, 2012.
- DEBOER, Jennifer; HO, Andrew; STUMP, Glenda; BRESLOW, Lori. Changing “course”: reconceptualizing educational variables for massive open online courses. Educational Researcher, v. 43, p. 74-84, 2014.
- HOLLANDS, F. M.; TIRTHALI, D. MOOCs: expectations and reality. Full Report for the Center for Benefit-Cost Studies of Education. Nova Iorque: Columbia University, 2014.

REFERÊNCIAS

- LARIVIERE, Marty. Gamification and congestion. 2013. Disponível em: < https://operationsroom.wordpress.com/2013/08/02/gamificação-and-congestion/>. Acesso em: 14 mar. 2016.
- LI, W.; GROSSMAN, T.; FITZMAURICE, G. GamiCAD: A gamified tutorial system for first time AutoCAD users. In: 25TH ANNUAL ACM SYMPOSIUM ON USER INTERFACE SOFTWARE AND TECHNOLOGY, 2012, Cambridge, MA, ACM Press, 2012, p.103-112.
- PERNA, L. W.; RUBY, A.; BORUCH, R. F.; WANG, N.; SCULL, J.; AHMAD, S. Moving through MOOCs: understanding the progression of users in massive open online courses. Educational Researcher, v. 43, p. 421-432, 2014.
- RIEBER, Lloyd P. Participation patterns in a massive open online course (MOOC) about statistics. British Journal of Educational Technology, i. 6, v. 48, p. 1295-1304, 2017.
- SPENCE, Michelle; FOSTER, Jason A.; IRISH, Robert; SHERIDAN, Patricia Kristine; FROST, Geoffrey Samuel. “Gamifyng” a library orientation tutorial for improved motivation and learning. In: ASEE 2012 – 119TH ASEE ANNUAL CONFERENCE E EXPOSITION, 2012, San Antonio, Texas.
- TORI, Romero. Educação Sem Distância. São Paulo: Senac, 2010. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/romerotori/tori-educao-sem-distncia>. Acesso em: 01 fev. 2016.
- WERBACH, K.; HUNTER, D. For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business. Philadelphia: Wharton Digital Press, 2012.