



Teamish

Gamificação e suas diferentes aplicações

Aprenda o que é Gamificação e como usá-la para aumentar o engajamento, a colaboração e a comunicação nas equipes.

www.teamish.app

Índice

Introdução	03
O que é Gamificação	05
Gamificação no cotidiano	07
Motivação e engajamento na Gamificação	09
Aplicação da Gamificação nas empresas	10
Aplicação da Gamificação na educação	12
Elementos mais utilizados na Gamificação	14
Conclusão	17

Introdução

Os seres humanos são dotados de vários sentidos primitivos, instintivos, reptilianos, entre outros nomes que são dados a nossos desejos e comportamentos inconscientes. Dentre todas as sensações que podemos vivenciar destes impulsos, iremos nos debruçar sobre o impulso da competição, pois é ela que nos faz criar parâmetros, regras e metas no nosso cotidiano e fez o ser humano criar algo incrível ao qual nomeamos de “jogo”.

Quando ouvimos a palavra jogo, pensamos em dados, tabuleiros, vídeo games, e mais uma infinidade de coisas lúdicas que retomam as nossas brincadeiras de infância. Em algum momento podemos pensar nos esportes, em nossos times do coração e nossos atletas favoritos, mas o fato é que estamos a todo momento ligando tal palavra a lazer e diversão, sem nos darmos conta de que levamos este conceito por toda a nossa vida em qualquer área ou segmento ao qual participamos.



Quando não entendemos bem a estratégia de uma pessoa em qualquer situação de vida, dizemos que “não sabemos o jogo dela”, ou se não temos mais paciência em tentar compreendê-lo, dizemos algo como: “Não tenho tempo para os seus joguinhos”.

Certamente em alguma altura da sua vida você já ouviu sobre o “jogo do amor”, “jogo da sedução” ou “jogo da paquera”. Se você não gostou de como algo se desenvolveu, provavelmente pode ter ouvido uma frase como: “Sinto muito, são as regras do jogo”.

Todos estes exemplos foram citados para evidenciar que qualquer coisa que fazemos em nossas vidas, brincadeiras ou afazeres, lazer ou trabalho, socialização ou sedução, entre tantas mais, temos não somente a capacidade, mas a tendência de transformar estas situações em algum tipo de jogo e nos últimos anos este ato de transformar as situações em jogos ganhou um nome: “Gamificação”.



O que é Gamificação

Gamificação, ou Ludificação, é a técnica de aplicar mecânicas de jogos e pensamentos orientados a jogos, em diversas áreas, como negócios, saúde e vida social, ou seja, trazer o funcionamento dos jogos para o mundo real. O objetivo é aumentar o engajamento dos usuários despertando a curiosidade e a motivação dos desafios propostos, potencializando a imersão por meio de recompensas, usando elementos tais como: narrativa, feedback, cooperação, pontuações etc.

Para a prática da Gamificação, não é necessário criar um jogo em si, mas sim, utilizar as práticas usadas nos games e inseri-las no processo ao qual se deseja ter mais ludicidade tornando-o mais leve, agradável e como consequência, mais produtivo.

Portanto, no entendimento dos pesquisadores sobre Gamificação, utilizar-se de um jogo qualquer para explicar a um conceito, não se enquadra no conceito de Gamificação, uma vez que não está ligado ao uso de jogos e sim aos seus mecanismos e processos se aproveitando desses elementos para produzir os resultados obtidos nesses jogos.



A Gamificação traz o poder da imersão dos jogos criando um ambiente de simulação dentro de um contexto real, onde o que se “imagina” estar fazendo é diferente do que está de fato ocorrendo. Tem-se a impressão de que estar jogando, porém, na verdade, exercendo uma atividade real e não lúdica, como, estudar, trabalhar, comprar produtos, enfim. Este processo não se trata de ludibriar, mas de deixar-se levar pela ludicidade e motivação do jogo para resolver questões da vida real.

Gamificação no cotidiano

Mesmo que não façamos de forma consciente, todos nós já experimentamos, ou conhecemos alguém que experimentou, a sensação de estar jogando. Tem algo dentro de nós que nos envolve, impulsiona, motiva. Às vezes, sem nem mesmo saber o porquê, queremos nos superar, em situações que parecem de alta importância apenas para nós mesmos, ou trabalhamos em equipe quando encontramos objetivos em comum com outras pessoas e se conseguirmos, vibramos juntos, se não, também lamentamos juntos. Isso porque os jogos não são simplesmente brincadeiras fúteis, em que se despende energia de maneira avulsa e descontraída, muito pelo contrário.

Os jogos têm atributos universais, como a organização interna regidas através de certas regras, canalizando a energia de maneira organizada, de acordo com cada objetivo específico.



A grande novidade dos últimos anos é que descobrimos que inúmeros setores de nossas vidas e da nossa sociedade por um todo, também necessitam das mesmas características e que agora que sabemos disso, podemos aplicar de maneira consciente, elaborando e lapidando a forma com que organizamos e lidamos com estes atributos. A Gamificação é um conceito relativamente novo e como toda novidade, está em alta, especialmente em contextos de educação e engajamento.

Motivação e engajamento na Gamificação

Vimos anteriormente que a Gamificação tem a finalidade de motivar indivíduos a resolver tarefas em um contexto real, fora do universo dos jogos. Para que esta relação aconteça, a participação no processo de engajamento deve ser voluntária e colaborativa. Dessa maneira gera competição saudável entre as pessoas que se envolvem na atividade. Esses aspectos são importantes e favorecem o engajamento, incentivam a autoconfiança e a superação e facilitam o fornecimento de feedback



Aplicação da Gamificação nas empresas

A Gamificação vai muito além de apenas tornar processos mais divertidos e agradáveis, trata-se de uma estratégia para atingir resultados corporativos. O objetivo da Gamificação é incentivar e potencializar os comportamentos pessoais que trarão resultados mais produtivos, da mesma forma que qualquer jogo faz alguém querer vencer um desafio, passar de fases, derrotar um companheiro ou superar a própria máquina.

Portanto, a Gamificação pode melhorar processos existentes através de seus conceitos, aumentando o empenho dos colaboradores. A Gamificação pode ser utilizada de forma eficaz com dois propósitos: engajar clientes e treinar equipes.



No primeiro caso, a Gamificação é usada para fidelização de clientes através da atração e retenção de sua atenção, aumentando as possibilidades de uma decisão positiva no momento de adquirir um produto ou serviço, como por exemplo um sistema de milhas, que incentiva as pessoas a fazerem viagens aéreas em troca de recompensas.

No segundo caso para equipes é usada para engajamento de time de vendas, suporte, desenvolvimento, etc.

A Gamificação pode ser utilizada para melhorar processos que já existem, mas, ao contrário do que muitos pensam, não se trata de uma tecnologia nova. Além de aumentar a satisfação dos colaboradores pelo trabalho, a Gamificação contribui para uma melhora contínua dos processos da empresa. Lembrando que é uma estratégia aplicável em diversos ambientes organizacionais.

Aplicação da Gamificação na educação

Assim como nos ambientes corporativos, a Gamificação está cada vez mais usual também em ambientes educacionais e isso se deve a uma série de razões, como por exemplo: facilitar a aprendizagem de conceitos complexos, utilizar de uma linguagem e comportamentos modernos para comunicar com os alunos de uma maneira interessante para eles, transformar atividades mais difíceis em momentos mais divertidos e atrativos, ajudando a mantê-los motivados e engajados com o seu aprendizado.



O objetivo para a aplicação da Gamificação na educação é que os alunos aprendam melhor e mais rápido quando estão realmente engajados e se divertindo. A teoria é que os alunos aprendem melhor quando têm objetivos, metas e realizações a alcançar, desde que seja de uma forma interessante e motivadora.

Uma Gamificação bem balanceada em ambientes de aprendizagem como escolas e cursos traz importantes benefícios aos alunos, estimulando certas habilidades como: autonomia, memória, concentração, adaptabilidade, entre outras.

Elementos mais utilizados na Gamificação

É muito importante lembrar que a Gamificação não é um jogo e não se trata de premiar tarefas com pontos e compará-los para ver quem ganhou no final. Para uma estratégia de Gamificação bem sucedida, ou seja, que obtenha os resultados esperados, é importante levar em conta que deve-se conhecer o grupo que será submetido na imersão da Gamificação.

Desde que conheça todos os estímulos que motivam os participantes e os engajem na dinâmica, será necessário combiná-los para criar padrões cerebrais específicos que facilitem a realização das tarefas.

Algumas mecânicas têm se mostrado muito efetivas em uma grande gama de estratégias de Gamificação, gerando bons resultados mesmo aplicadas a diversos segmentos distintos.



Storytelling

O storytelling é a arte de contar uma história envolvente que engaje o público-alvo. Ela prende a atenção e torna a atividade ainda mais prazerosa e interessante. Esta técnica já é utilizada em estratégias de marketing, publicidade e comunicação em geral e também nos games cinematográficos.

Desafios

Este é um dos elementos mais importantes nos jogos e na Gamificação. É o desafio que motiva os jogadores a se esforçar cada vez mais e, assim, alcançar a meta proposta pela atividade. Os desafios estimulam que as pessoas se mantenham na imersão da atividade de forma voluntária e ativa.

Recompensa

Cada ação positiva do jogador deve ser alimentada pelo recebimento de algum bônus ou item que ele tenha interesse, incentivando a completar mais desafios. É extremamente importante manter o balanceamento entre a dificuldade dos desafios e a proporcionalidade de suas recompensas, caso contrário o participante pode perder seu interesse, por ser algo entediante ou inalcançável, sentindo que seu tempo está sendo desperdiçado de forma inútil ou inadequada.

Progressão e feedback

Todo objetivo possui metas que o guiam até o seu destino final. Saber que está caminhando em uma determinada direção, e “ver a luz no fim do túnel” são sentimentos que te ajudam a superar os desafios e cumprir as tarefas, especialmente as mais difíceis. Deixar as pessoas saberem o quão perto elas estão de alcançar a sua meta ou objetivo é imprescindível para mantê-las engajadas nas atividades e em seus compromissos.

Conclusão

A Gamificação está se provando como uma poderosa ferramenta em tempos onde há uma grande preocupação com a qualidade dos ambientes, seja de trabalho, aprendizado, terapêuticos, etc. Transformar ou emular ambientes e tarefas através da Gamificação não é algo novo, porém, a percepção destes elementos e a consciência da forma como os usamos hoje são muito mais evidentes do que a tempos atrás, nos dando a oportunidade de aprimorar ainda mais estes mecanismos e descobrir novas aplicações.

Essa metodologia inovadora oferece uma experiência imersiva e interativa que estimula a aprendizagem, a melhora de performance e o bem-estar dos indivíduos. Percebendo tantos benefícios e possibilidades, empresas e instituições de ensino estão adotando a Gamificação em diversos processos, ainda que esta forma organizada e consciente de aplicação seja algo relativamente novo.

Ainda sim a sua aderência pode ser considerada uma tendência crescente e não uma simples aposta.





O Teamish é um aplicativo de gamificação em rede que permite às empresas criarem jornadas e missões com o objetivo de promover suas culturas e engajar seus colaboradores, uma vez que esses são recompensados ao completarem as missões propostas.

[Conheça o Teamish](#)