

OS BENEFÍCIOS DAS METODOLOGIAS DE GAMIFICAÇÃO E DESIGN THINKING NO MEIO CORPORATIVO.

Aline Alves Batista Leite

Resumo

O presente artigo tem como objetivo esclarecer os conceitos, aplicações e benefícios dos modelos de Gamificação e design Thinkings, e como atuam no meio empresarial. O ambiente corporativo está em constante mudança, e os setores de tecnologia de informação são indispensáveis para o desenvolvimento de novas estratégias de gerenciamento corporativo. A partir das pesquisas e estudos relacionados ao tema em questão, o artigo propõe a aplicação dos métodos inovadores de Gamificação e Design Thinkings. Em razão de que as metodologias visam melhorar a eficiência dos usuários e a capacidade no desenvolvimento de novas ideias.

Palavras-chave: gamificação; design thinkings; aplicação; tecnologia; inovadores; corporativo.

Abstract

This article aims at taking clearly and objectively the concepts, applications and the benefits of the Gamification and Design Thinkings's models and how they act in the corporate world. The corporate ambiente is constantly changing, and the information technology's sectors are indispensables for the development of new corporate management strategies. From research and studies, the article propose the acplication of the innovators methods of Gamification and Design Thinkings. Both methodologies improve the efficiency of the users and the capacity in the development of new ideas.

Keywords: gamification; design thinkings; application; technologie; innovators; corporate.

Introdução

O desenvolvimento de metodologias interativas é um tema que vem ganhando muitos adeptos; conseqüentemente, há o aumento de pesquisas científicas e maior interesse na profissionalização em áreas da tecnologia da informação (TI), enfatizando a busca na criação e utilização de softwares que possuem Interação Humano-Computador (IHC). Muitos gestores e empreendedores buscam por tecnologias que possam motivar suas equipes, melhorar o relacionamento entre as mesmas e aprimorar os conhecimentos dos colaboradores da empresa com o uso de softwares.

Partindo do pressuposto que os setores da TI são fundamentais para as organizações, é viável que a equipe gestora da empresa esteja em concordância entre os colaboradores. Para compreender esta problemática, pode-se utilizar a metodologia de Gamificação como solução, tendo em vista que o método traz consigo benefícios que influenciam diretamente no dia-a-dia da empresa. Permite que os colaboradores possam falhar sem prejudicar o trabalho e a vida pessoal, auxiliando-os na compreensão e prática, dando lugar a identificação das falhas, onde ocorreram e como os mesmos poderão solucionar e melhorar quaisquer erros que possam ocorrer. É possível, abordar o conceito de Gamificação como um método amplo que pode ser aplicado em qualquer contexto, incluindo o corporativo.

Prosseguindo com a mesma linha de pensamento, pode-se aludir o método de gamificação com o conceito de Design Thinkings, na qual se refere ao conjunto de técnicas em que o processo é realizado de forma crítica e criativa, sendo desenvolvido de maneira em que toda e qualquer informação possa ser organizada visando ajudar o usuário a adquirir novos conhecimentos, e a tomar decisões mais detalhadas, beneficiando a empresa e principalmente o cliente.

Para que a metodologia possa operar de forma precisa, existem quatro etapas de aplicação no uso do método de DT (Design Thinkings) necessárias para a organização das atividades teóricas e práticas, melhorando o feedback do usuário para que o mesmo possa desenvolver uma estrutura organizacional de maior relevância para a empresa e para o cliente.

O que é Gamificação?

O termo gamificação surgiu pela primeira vez em 2002, através do pesquisador e programador, Nick Pelling, que acreditava que a gamificação estaria ligada fielmente ao hardware e por esse motivo ele criou a palavra para descrever os serviços que uma consultoria Start-up chamada Conundra Ltd prestava. (Burke, 2015) Porém, o termo se popularizou somente após uma apresentação de “TED” realizado pela norte-americana designer, Jane McGonigal, autora do livro: *Reality Is Broken, Why Games Make Us Better and How They Can Change the World (A Realidade Em Jogo - Por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo)*. (Gamification.Inc, 2013)

A correlação dos Games com o desenvolvimento pessoal

De acordo com Jane, muitas pessoas tendem a gastar horas jogando jogos online, na qual a mesma cita como exemplo, o MMORPG World of Warcraft, e enfatiza que quando somada as horas frequentadas pelos jogadores anualmente a estimativa seria de 5,93 bilhões de anos, que foram somente utilizados para resolver problemas dentro do próprio jogo. (Gamification.Inc, 2013)

Jane argumenta que, até os maiores problemas sociais e econômicos enfrentados pela sociedade, podem ser resolvidos através dos jogos. Na apresentação Jane explica que, para os jogadores, quando estão em jogo à maioria tende a se sentir menos útil no mundo real do que no mundo virtual, e essa é a maior problemática do tema, pois, nos jogos os usuários desenvolvem maior disposição, foco e atitude para atingir seus objetivos e que comprado ao mundo real, quando há obstáculos, às pessoas tendem a desistir ou se sentirem derrotadas, deixando-as com mau humor e pessimismo. Jane traz consigo uma breve reflexão ao comparar a estimativa das horas jogadas dos frequentadores de World of Warcraft (5,93 bilhões) com a história da evolução humana na terra, na qual acredita-se que os primeiros seres humanos habitaram a cerca de 2,8 a 2,3 milhões de anos atrás. Além, de boas argumentações o que despertou a atenção do público para a palestra, foi justamente o quanto Jane acredita que os jogos podem transformar e mudar o mundo em todos os âmbitos seja social, econômico e empresarial. (Jane McGonigal, 2010)

Para Brian Burke (2015), a metodologia de gamificação não está ligada somente ao enjamento de equipes. Trata-se de um método que desenvolve modelos diferenciados e seu principal objetivo é motivar as pessoas para que elas possam atingir metas que elas mesmas desconhecem. Burke acrescenta, a gamificação possui um grande potencial e que há muitas empresas que ainda não compreenderam os benefícios da metodologia, e quão importante é motivar os colaboradores para o sucesso da empresa.

Robbyson, o personagem da metodologia de Gamificação

Imersos em uma cibercultura, o método de Gamificação já foi desenvolvido e testado em algumas empresas, obtendo sucesso na aplicação com o uso da metodologia descrita no artigo em questão. Referindo-se a uma área de Suporte de TI e utilizando-a de exemplo, pode-se citar a empresa de Contact Center A&C, que após o desenvolvimento da ferramenta de gestão de pessoas, obteve aumento na produtividade e inovação. Fundamentado com o uso do método de Gamificação e inteligência computacional, foi desenvolvido no ano de 2014 a plataforma de people management nomeada de “Robbyson”.

Robbyson é um personagem na qual interpreta um “gestor moderno”, e seus objetivos são: melhorar a forma de gerenciamento da empresa, desenvolver melhorias nos relacionamentos no ambiente empresarial e aumentar o engajamento dos colaboradores de forma que busquem ascensão profissional. Conforme a entrevista estudada no presente artigo, baseada na metodologia de Gamificação da empresa A&C, desde a implementação do método, a empresa pôde notar que houve melhorias nos índices de TMA (Tempo médio de atendimento), TMO (Tempo médio de ocupação) e ROI (Retorno sobre o investimento), e outros demais setores tiveram melhorias na produtividade, qualidade e interação pessoal. (Callcenter.inf.br, 2017)

A partir do momento em que o usuário inicia do jogo, o primeiro passo é criar um avatar que passará a interagir com o jogador. O personagem atua em paralelo com os demais programas usados nos computadores da empresa, levando em conta, que na prática o seu funcionamento é semelhante ao de um jogo, obtendo, fases e prêmios que são entregues caso os usuários alcancem os objetivos propostos pelo jogo. Fundamentado em Gamificação e inspirado nos pilares corporativos, Robbyson abrange aspectos de gestão de negócios, como:

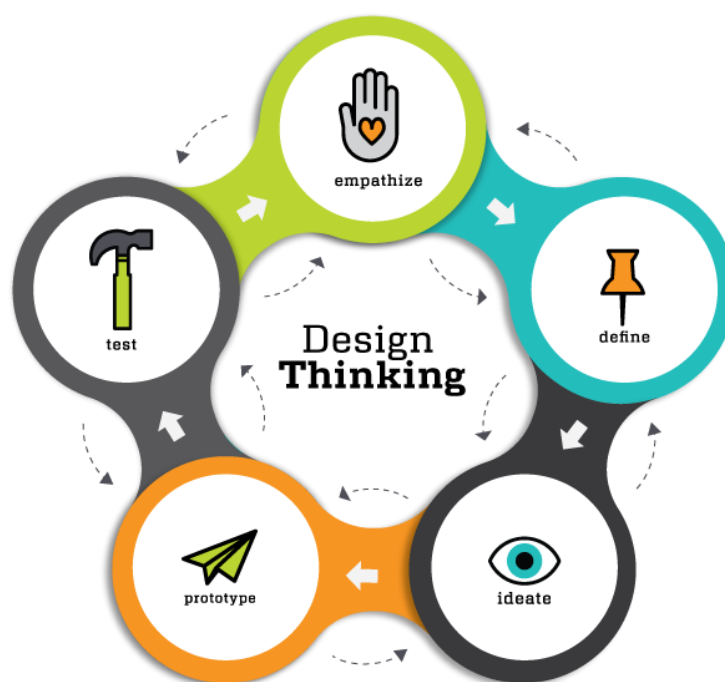
meritocracia, colaboração, processo e comunicação. De acordo com o presidente da empresa A&C, Alexandre Moreira, é necessário saber agir de forma rápida, tendo em vista que as empresas trabalham com as informações em tempo real, na denominada “era da tecnologia” pelo mesmo. (Callcenter.inf.br, 2017)

O uso do método de Design Thinkings

Ainda no contexto, sabe-se que a metodologia de gamificação está centrada no usuário e no desenvolvimento coletivo, e juntamente a metodologia em questão, está ligada a metodologia de Design Thinkings que melhora a organização processual e a aumenta as chances de sucesso da empresa.

O método DT (Design Thinkings) é realizado em etapas, denominadas de imersão (entendimento), análise e síntese (organização), ideação (criação), prototipação (teste) e implementação (aplicação).

Figura 1 – Etapas da metodologia de Design Thinkings.



Fonte: <https://cysneiros.com.br/etapas-do-design-thinking-e-suas-abordagens/>

A metodologia é organizada na ordem a seguir, porém não é uma metodologia linear, ou seja, o método não segue a risca nenhuma etapa, então pode ocorrer retorno para as etapas anteriores, caso seja necessário.

- a) Geralmente inicia-se com a imersão: Etapa fundamental para o todo progresso da metodologia, em razão de ser o estágio do método que buscará coletar a maior quantidade de informações possíveis, formar uma equipe colaborativa e bem engajada. Nesta fase é necessário nos clientes não como consumidores e sim como pessoas, estudando as experiências, decisões e comportamento, cada uma em seu próprio quadro social;
- b) Etapa de Análise e Síntese: Visa à organização os dados obtidos, objetivando a identificação de melhores soluções;
- c) Fase de ideação: A etapa constitui em estimular criatividade e desenvolvimento de ideias, nessa fase a equipe que foi formada na etapa anterior se esforçará a extrair a maior quantidade de ideias para que possam gerar soluções viáveis no contexto em que a metodologia for aplicada. O método propõe formar a equipe com várias pessoas de diferentes áreas e perfis, tendo em vista a difusão de ideais. Caso a equipe fosse formada com pessoas de pensamentos semelhantes uns com outros, a criação de soluções e ideias seria muito menor do que o esperado. Para organizar de forma mais ampla e objetiva, aconselha-se utilizar métodos de fluxogramas/diagramas, como mapas mentais e workshops;
- d) A etapa da prototipagem: Trata-se da validação das ideias adquiridas nas etapas anteriores, essa fase tem o dever de arrecadar, mas melhores ideias e transforma-las em ações, coletando novos feedbacks para o mapeamento de problemáticas imprevistas. A fase da prototipagem pode ser repetida diversas vezes até que a equipe esteja certa de que encontrou a melhor solução;
- e) Por fim, a etapa de implementação: Após as etapas precedentes e o resultado for positivo, o produto ou serviço em questão poderá seguir para o mercado.

Conclusão

As pesquisas envolvidas e o estudo exposto no artigo em questão mostram que desde as grandes a pequenas corporações, ambas necessitam passar por adaptações para que possam acompanhar as mudanças de mercado e inovações

tecnológicas. O uso do método de Design Thinkings em Gamificação beneficia as empresas, pois, consegue identificar as necessidades, melhorias e expectativas de desenvolvimento do produto/serviço, na qual o principal cliente é o próprio usuário e jogador. Com tudo, é preciso que as empresas notem os benefícios das metodologias e realizem de maneira eficaz a escolha das estratégias de negócios que acharem mais viáveis; é o gerenciamento da empresa sobre os colaboradores que determina o sucesso e rendimento anual da mesma.

O artigo abordou exemplos, conceitos e críticas a respeito das temáticas metodológicas de forma que o leitor possa entender quão são necessárias e funcionais as aplicações dos métodos apresentados, e para que o mesmo possa ter a liberdade de experimentar e questionar o uso das metodologias no ambiente corporativo.

REFERÊNCIAS

BURKE, B. Gamificar: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias. Tradução Sieben Gruppe. São Paulo: DVS Editora, 2015.

Callcenter.inf.br. (22 de Agosto de 2017). Disponível em:

<<http://callcenter.inf.br/implementacao/65091/robbyson-o-gestor-de-pessoas-da-aec/ler.aspx>> Acesso em 02 de Outubro de 2018.

Cysneiros Consultores Associados. 2017. Disponível em:

<<https://cysneiros.com.br/etapas-do-design-thinking-e-suas-abordagens/>> Acesso em 02 de Outubro de 2018.

Marcelo Luis Fardo. (2013). A GAMIFICAÇÃO APLICADA EM AMBIENTES DE. *CINTED-UFRGS Novas Tecnologias na Educação*, (p. 09). Caxias do Sul.

Disponível em: < <https://seer.ufrgs.br/renote/article/viewFile/41629/26409> > Acesso em 02 de Outubro de 2018.

Marcelo. 2018. Simulare Jogos Empresariais: Gamificação corporativa: entenda como ela pode impactar resultados. Disponível em:
<<https://simulare.com.br/blog/gamificacao-corporativa-impacto-resultados/>> Acesso em 04 de Outubro de 2018.

Marcelo Brandão. 2017. Consumidor Moderno: AEC une tecnologia e gamificação para elevar o potencial dos contact centers. Disponível em:
< <http://www.consumidormoderno.com.br/2017/07/27/aec-une-tecnologia-e-gamificacao-para-elevar-o-potencial-dos-contact-centers/>> Acesso em 05 de Outubro de 2018.

Jane McGonigal. 2010. TED Ideas worth spreading. Disponível em:
<https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world?language=pt-br#t-405843> Acesso em 05 de Outubro de 2018.

Robbyson, disponível em: <<http://www.robbyson.com.br/>> Acesso em 05 de Outubro de 2018.

Ysmar Vianna, Maurício Vianna, Bruno Medina, Samara Tanaka. *Gamification, Inc. Como reinventar empresas a partir de jogos* (p. 116). Rio de Janeiro: MJV Tecnologia Ltda.

Jorge Felliphe Rodrigues Barbosa, Magda Renata Marques Diniz, Chales Andrye Galvão Madeira, & Erick Bergamini da Silva Lima. (Novembro de 2017). *A gamificação no ambiente de trabalho: um estudo de caso baseado na metodologia de Design Thinking*. Disponível em:
< <https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/IndustriaShort/175528.pdf>> Acesso em 05 de Outubro de 2018.