

Gamificação

Camila Naomi Kodaira
Fábio Henrique Tanaka

O que é

Definição:

- Gamificação, ou “gamification” em inglês, é a aplicação de conceitos de game design em diferentes contextos com o objetivo de engajar o consumidor





YGGDRASIL

Descomplicando as trilhas do BCC



CURSANDO AGORA

Optativa de Ciências



Obrigatórias

Integração na
Universidade e na



MAC0101

Fundamentos de
Matemática para a



MAC0105

Introdução à
Computação



MAC0110

Álgebra Booleana e
Circuitos Digitais



MAC0329

Cálculo Diferencial e
Integral I



MAT2453

Vetores e Geometria



MAT0112

Introdução à Lógica e
Verificação de



MAC0239

Introdução à
Probabilidade e à



MAE0119

Algoritmos e Estruturas
de Dados I



MAC0121

Técnicas de
Programação I



MAC0216

Cálculo Diferencial e
Integral II



MAT2454

Álgebra Linear I



MAT0122

Buscar



Visão Geral

Progresso do Curso

OBRIGATÓRIAS ▶



89/115 créditos (cursando 4)

ELETIVAS ▶



18/56 créditos

LIVRES ▶



0/24 créditos

[Limpar](#)

História

A origem do termo “Gamification”

- A técnica de gamificação começou há muito tempo com esquemas de marketing, onde ao comprar você acumula pontos para trocar por recompensas
- O termo em si foi criado por Nick Pelling, programador e game designer britânico, em 2002, mas só foi ao público em 2003
- Entretanto, o termo só seria realmente adotado em 2010

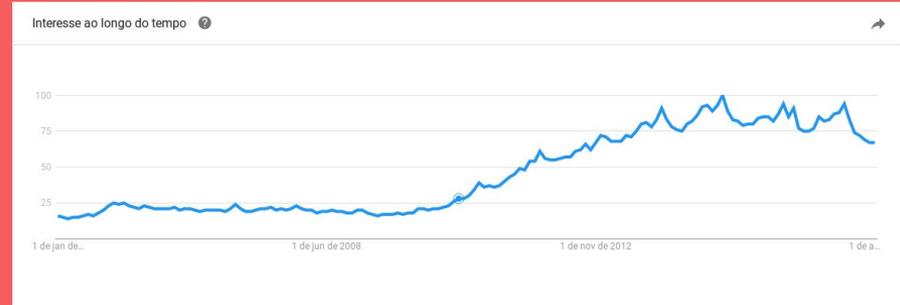


O aumento de popularidade

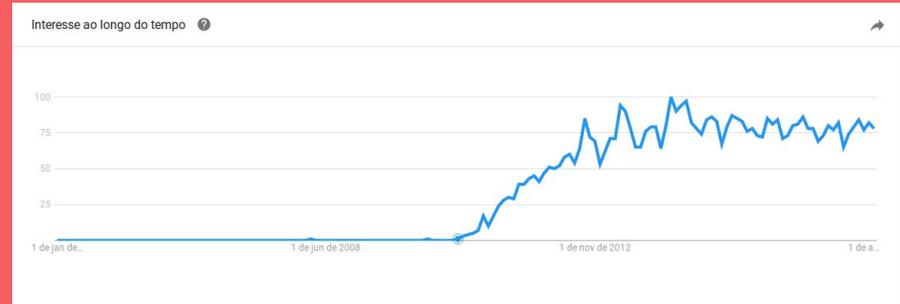
Em 2010 com o aumento de popularidade dos smartphones houve também um maior interesse pela gamificação.

Por serem fáceis de carregar e conseguirem mandar informações sobre o usuário na hora, os smartphones são a ferramenta ideal para a gamificação.

Smartphone:



Gamification:



Conferencias

Em 2013 ocorreu em São Francisco a Gamification Summit, a primeira convenção inteiramente focada em Gamificação

Recentemente a Gamification World Conference é a mais famosa convenção sobre gamificação, esse ano ela será em Madri, no final de Outubro, mas ela não é a única GSummit ainda está acontecendo, assim como diversas novas conferencias

GWC17 - Coming soon (Madrid - Spain)

End of October or beginning of November, 2017

GAME CHANGE

"An estimated one billion people spend at least one hour every day playing computer and video games, but how is it that people put more effort in to these games than their day jobs and personal relationships?"

There is mounting evidence and a number of commentators who argue that gaming can actually be a force for good and if businesses can harness even a fraction of the sort of engagement witnessed in gaming, then the rewards will be incalculable."



UNENGAGED WORKERS costs economy \$3.1 TRILLION

In lost productivity annually
(Gallup 2013)

81%

of global workers are not engaged
(Gallup 2013)



BY 2014 70% of the chip companies will have atleast one "GAMIFIED" application.

WORKPLACE STATISTICS

BY 2015

50%

of organisations will manage innovation processes on "GAMIFICATION"



A YEAR PER PLAYER ON CALL OF DUTY... OR A MONTH OF FULL-TIME WORK.

3 out of 4 gaming hours today are spent co-operative, rather than competitive.



GAMING STATISTICS

92 PERCENT

of two years olds are "GAMING" on their parents phone entitions.

300

MILLION MINUTES

a day are spent playing Angry Birds

(The equivalent of 400,000 years)

1 in 4

players called in sick to play home and play Call of Duty Black Ops 1 on launch day.



PEOPLE

SPEND ON AVERAGE AT LEAST AN HOUR A DAY PLAYING COMPUTER AND VIDEO GAMES.



OF YOUNG ADULTS IN THE US & UK PLAY VIDEO GAMES ON AVERAGE MORE THAN 1 HOUR PER DAY.

Statistics as quoted in Game Change, 2013. Visit iTunes now to download the book.

Estadísticas Recientes

phd

Exemplos

Como este conceito pode ser poderoso:

☰ TIME

Foldit Gamers Solve AIDS Puzzle That Baffled Scientists for a Decade

By Matt Peckham @mattpeckham | Sept. 19, 2011

 Share  Like 833  Tweet  G+  197  Share  24  Pin it  Read Later

How amazing is this: Gamers playing a protein-folding game called Foldit have helped unlock the structure of an AIDS-related enzyme that the scientific community had been unable to unlock for a decade.

The solution represents a significant step forward in the quest to cure retroviral diseases like AIDS. AIDS, or acquired immunodeficiency syndrome, severely compromises the body's cellular immunity, making sufferers dramatically less resistant to infection. It's considered a global pandemic, infecting more than 33 million people worldwide, with nearly 3 million estimated to become infected and 2 million actually *dying* from it annually.

To date, there is no cure, but we may be a trifle closer, thanks to a freebie science-angled computer game.

 Email  Print

+ Share

 Follow @techland

<https://www.youtube.com/watch?v=IGYJyur4FUA>

Utilização comercial (Atualmente)



Big data

Big data é outra área que ganha muito com o uso de elementos lúdicos para identificar comportamentos e obter informações do consumidor.

Se torna muito mais interessante responder uma pesquisa quando ela é relacionada a um jogo e muitas vezes nem é perceptível esse recolhimento de informações

GAMIFICATION & BIG DATA

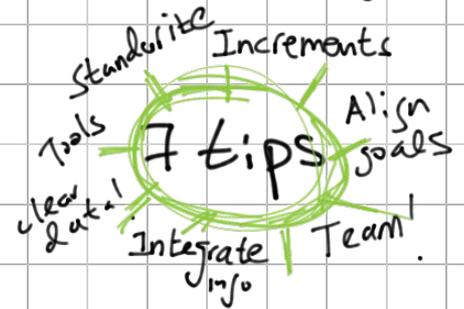
Guest blog by technologyadvice.com

● Gamification → feedback
→ big data

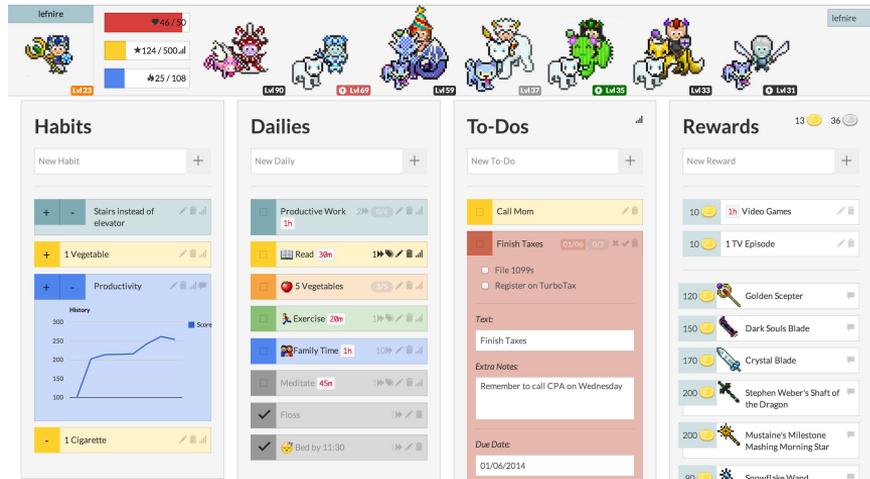
● Data → User knowledge

● Steps

- Collect
- Analyze
- Act!



Aplicativos que já aplicam estes conceitos



Como Gamificar

Gamificação não é simples

Gamificar não é simplesmente colocar pontos e prêmios ou leaderboards e como mágica seu software fique mais divertido

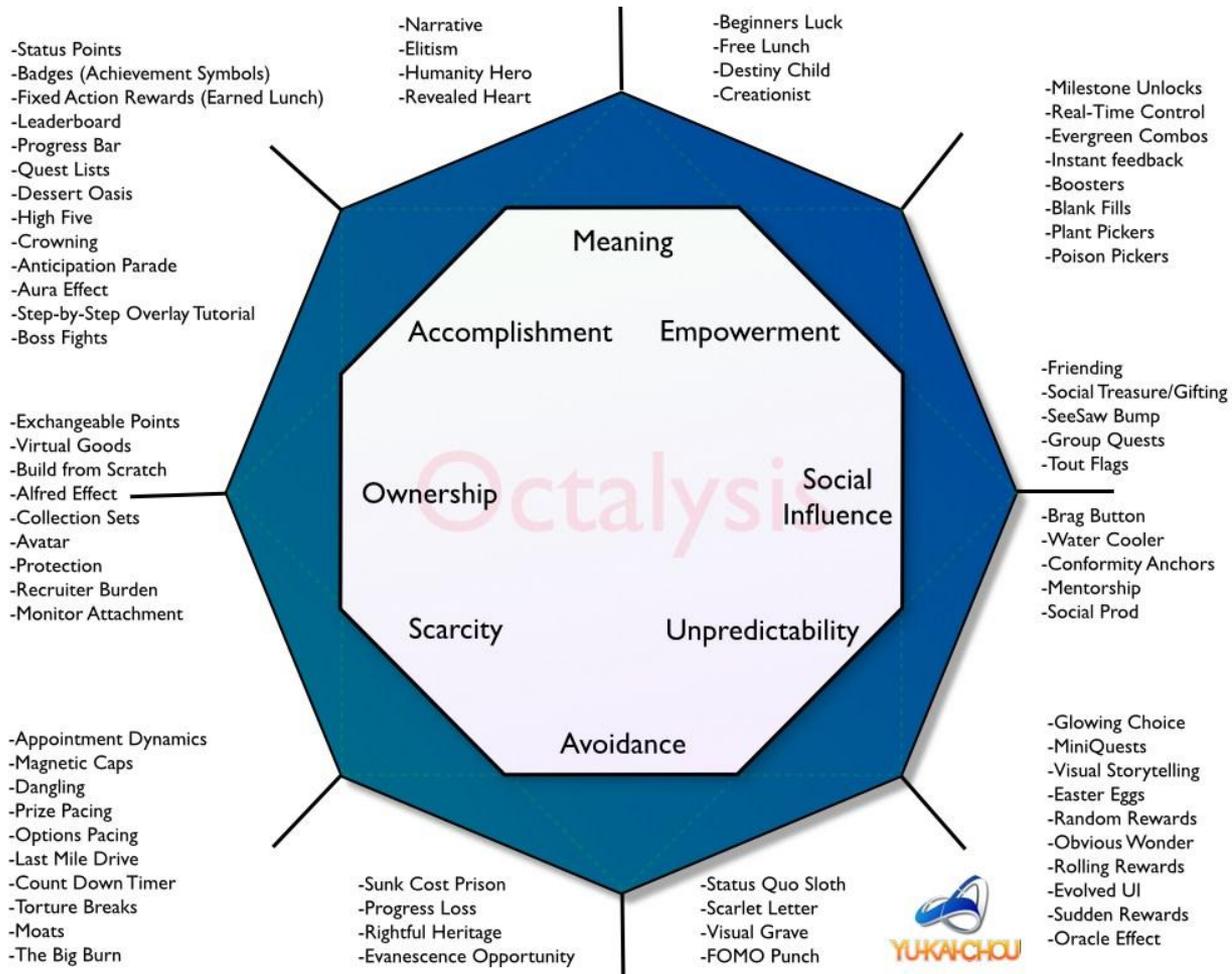
Gamificação envolve um entendimento de o que faz games serem tão atraentes e como esses aspectos podem melhorar o seu processo

“ALL games have ‘game elements’, but MOST games are still boring”

-Yu-kai Chou

“I think it’s probably more like 75% to 25%, psychology to technology”

-Gabe Zicherman



Octalysis

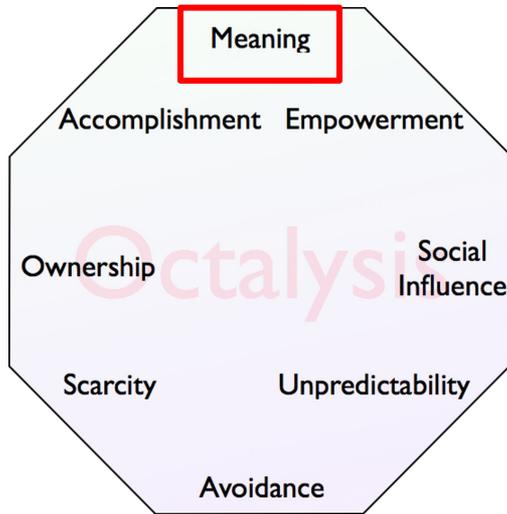
Octalysis é um *design framework* para gamificação criada por Yu-kai Chou.

Em cada um dos lados do octógono está um motivo de porque fazemos o que fazemos, e é focando nesse motivos que você criaria um software ou aplicativo interessante



Epic Meaning and Calling

É a ideia de que fomos escolhidos para fazer algo, que estamos fazendo algo que mais ninguém pode fazer

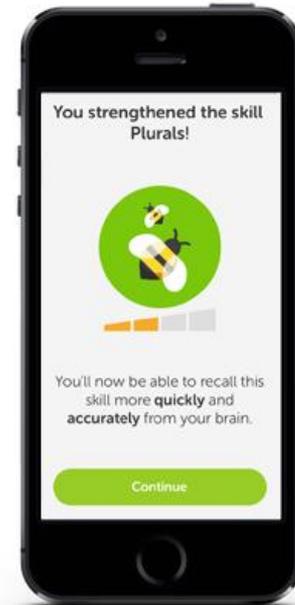
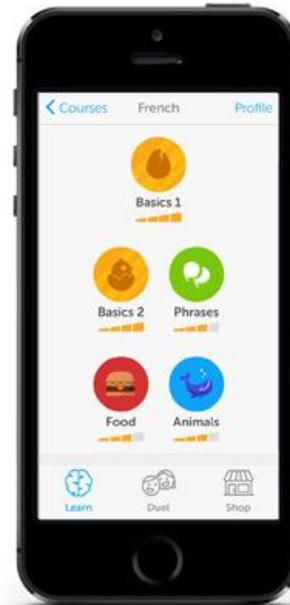


Exemplo: Pain Squad



Development & Accomplishment

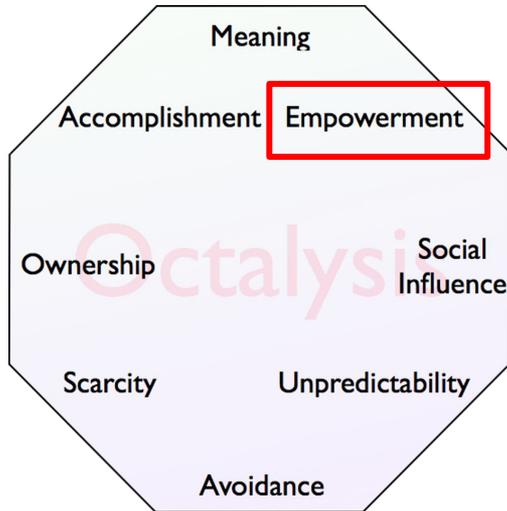
Quando você se sente motivado por pensar que você está melhorando de alguma forma, você está subindo de níveis, passando por obstáculos, ganhando coisas



Exemplo: DuoLingo

Empowerment of Creativity & Feedback

Essa seção se baseia na ideia de ter liberdade para usar a sua imaginação para fazer alguma coisa e conseguir um feedback sobre aquilo que você fez



The screenshot shows the Fold It game interface. At the top, a "Selection Interface" panel lists actions: "Nothing selected", "Click: Select", "Shift click: Select range", "Control click: Add to selection", and "Control+shift click, drag: Select sphere". To the right, a "Rank" panel shows "Rank: 3", "Score: 11912620", and "Soloist 400: De-novo Freestyle 4". Below these is a "Group Competition" table:

#	Group Name	Score
1	Anthropic Dreams	11964
2	Contenders	11918
3	Go Science	11703
4	Pauling's Pitbulls	11676
5	Natural Abilities	11494
6	L'Alliance Francophone	11246
7	Void Crushers	11182

Below the group table is a "Soloist Competition" table:

Rank	Name	Score
1	taap	12001
2	Mark	11814
3	keypad5	11912
4	CharlieFortsConscience	11868
5	grabhorn	11815
6	governdruber	11876
7	mjamc	11591
8	drf	11568

The central part of the interface displays a 3D protein structure with various atoms and bonds colored. At the bottom, there are "Behavior Options" (Clashing Importance: 0.07) and a "fold.it" logo. A chat window at the bottom right shows a conversation:

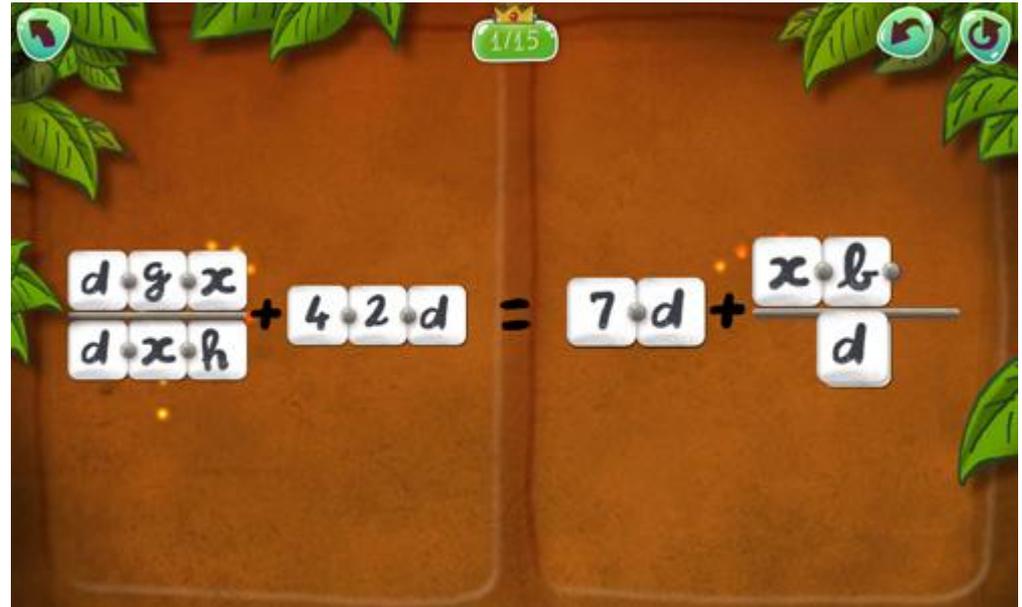
```
Chat - Group
Chat - Puzzle

Lazank-uk: IMAGE:
http://kidd.jp/portal/files/chatimg/nc_115025_
auntideen2: grabhorn - very nice!!
grabhorn: thanks!
aap2: lots of people doing the same
sheetbed+helix on top trick (just like me)
```

Exemplo: Fold It

Ownership & Possession

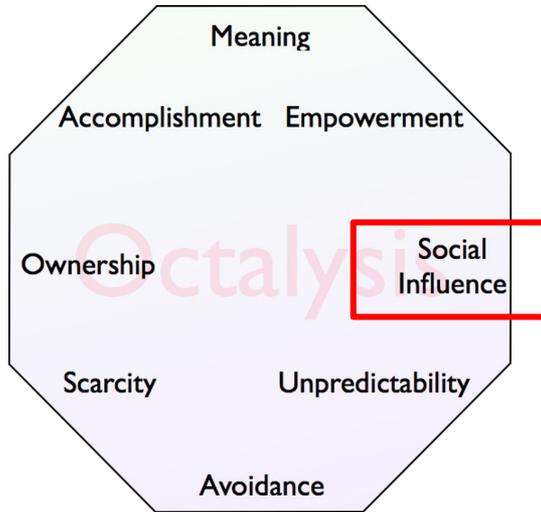
Vem do apego das pessoas, você quer proteger o que você tem, quer ter mais de algo, ou fazer com que aquilo que você tem se torne melhor



Exemplo: Dragon Box

Social Influence & Relatedness

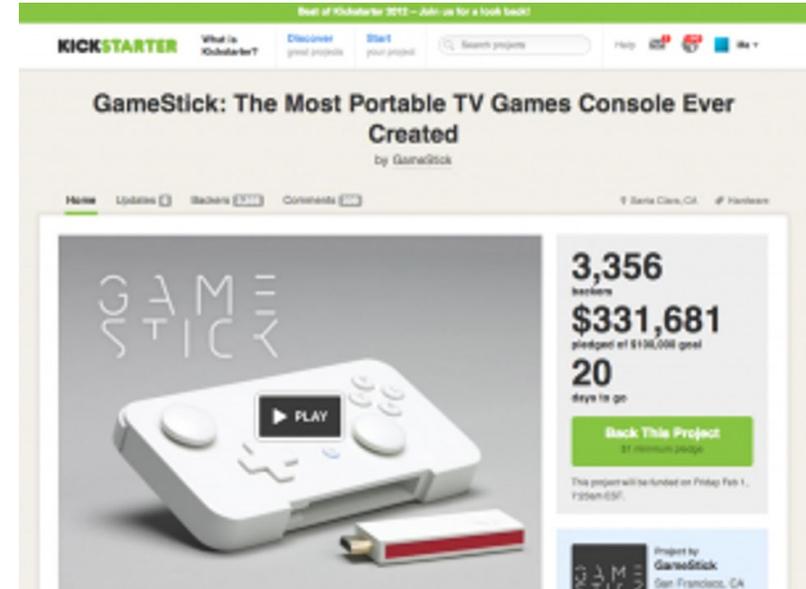
Vem da ideia de você fazer alguma coisa baseado em como os outros agem, o que as outras pessoas vão falar, ou também seus morais



The screenshot shows the OPOWER website interface. At the top, it says 'Welcome, Garrett' with links for 'Account Settings' and 'Sign Out'. The main navigation includes 'Similar Homes', 'Friend Rank', and 'About Me'. A dropdown menu shows 'How I did in October'. Below this, there's a 'Room for improvement' button and two statistics: 'Used 12% more than September' and 'Used less than yearly average'. The main content area displays three cards: 'Efficient homes' (\$35.12, 300 kwh), 'All homes' (\$37.12, 312 kwh), and 'My home' (\$43.00, 340 kwh). At the bottom, there are three sections: 'An easy way to save:' (Turn off lights when not needed, 1,021 people do this), 'Join a group, compete together!' (Find people with similar interests to drive efficiency at home), and 'You are being compared to to 214,827 homes with these characteristics:' (0-500 sq ft, Central A/C, No fireplace, NE Climate). There are buttons for 'Show more tips', 'Search groups', and 'Edit my home information'.

Scarcity & Impatience

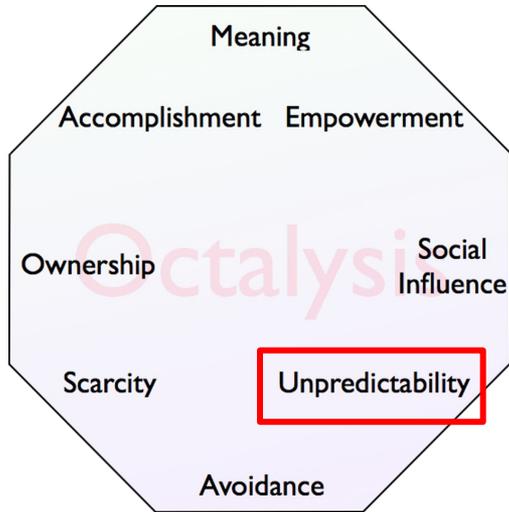
Quando você só quer alguma coisa porque você não pode ter ela, como por exemplo quando acabam suas vidas em um jogo e você tem que esperar elas voltarem



Exemplo: Kickstarter

Unpredictability & Curiosity

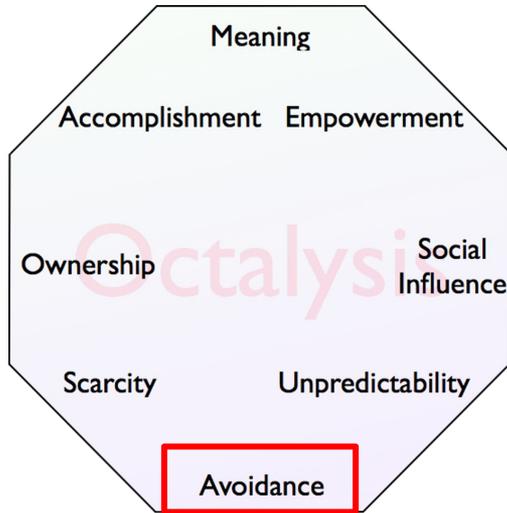
É aquilo que nos leva a jogar na loteria, a ideia de que, mesmo que pequena, há uma chance de você ganhar algo bom ao continuar jogando

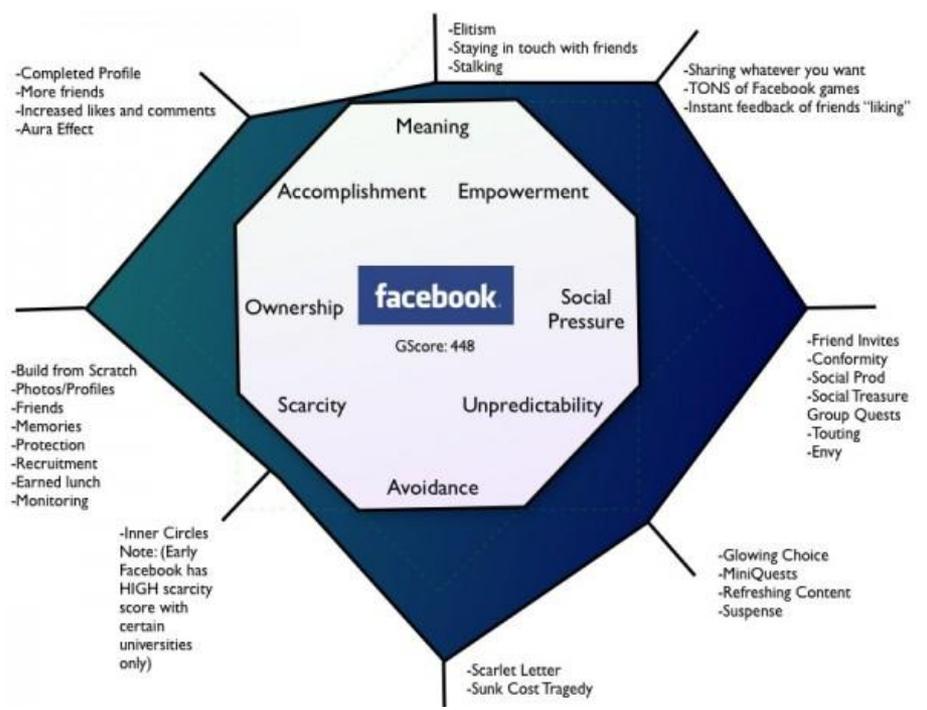
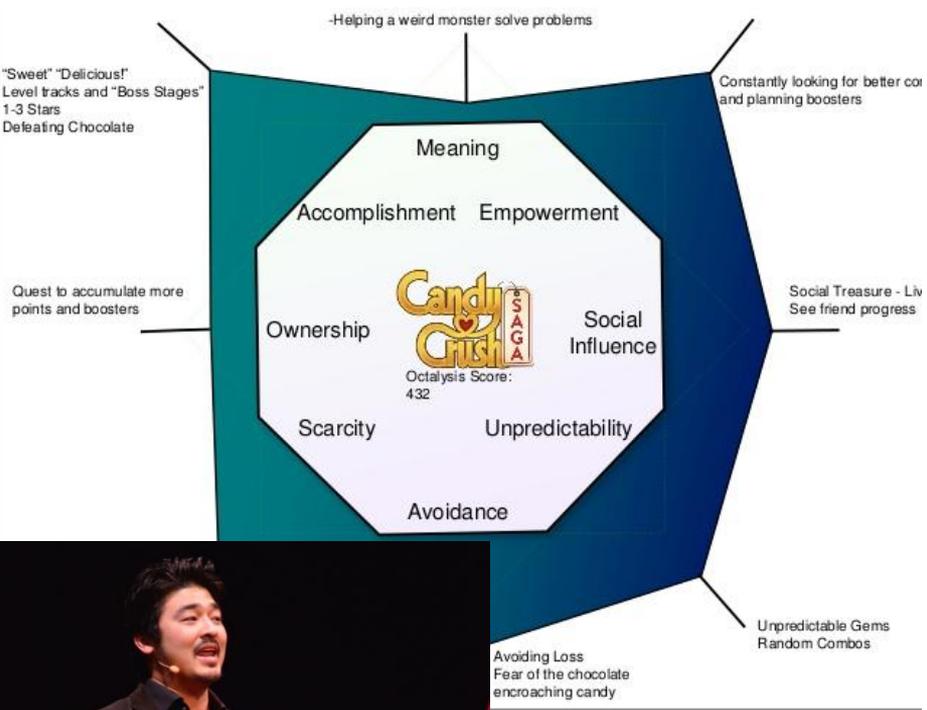


Exemplo: The Speed Camera Lottery

Loss & Avoidance

Quando você faz alguma coisa porque você não quer perder algo, pontos ou posições por exemplo





Site:

<http://yukaichou.com/>

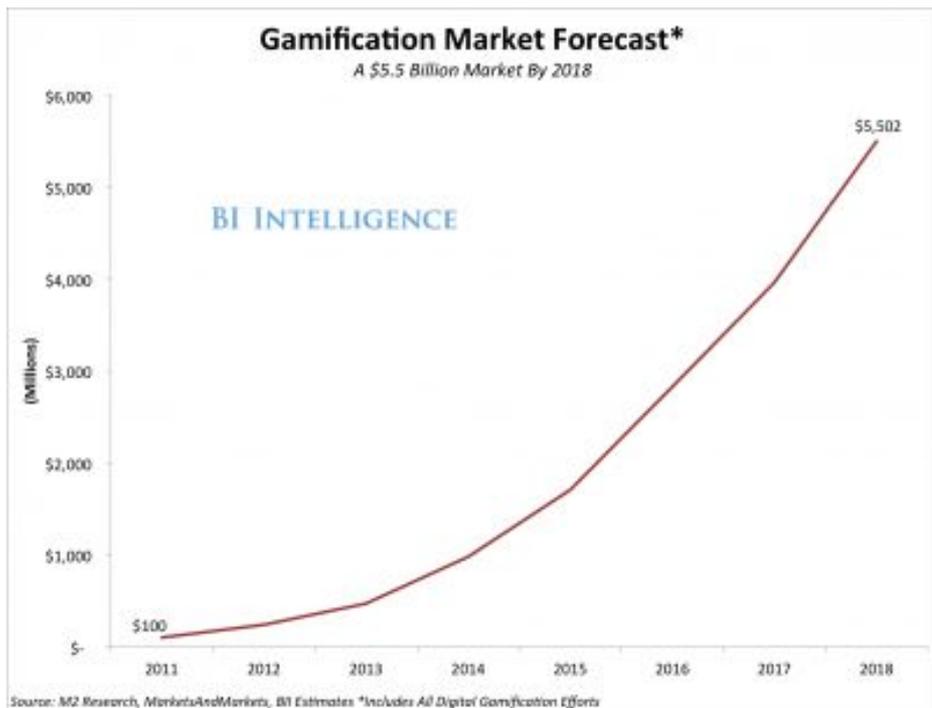
Para entender melhor:

<https://www.youtube.com/watch?v=v5Qjuegtiyc&t=227s>

“Gamification to improve our world: Yu-kai Chou at TEDxLausanne”

Futuro

É esperado um grande crescimento



Gamification

IN ELEARNING

New Gamification Trends



80%

of learners say that their productivity would increase if their university/organization was **more game-like**



70%

Gartner predicts 70% of Global 2000 organizations will have at least **one gamified application** by 2014



71%

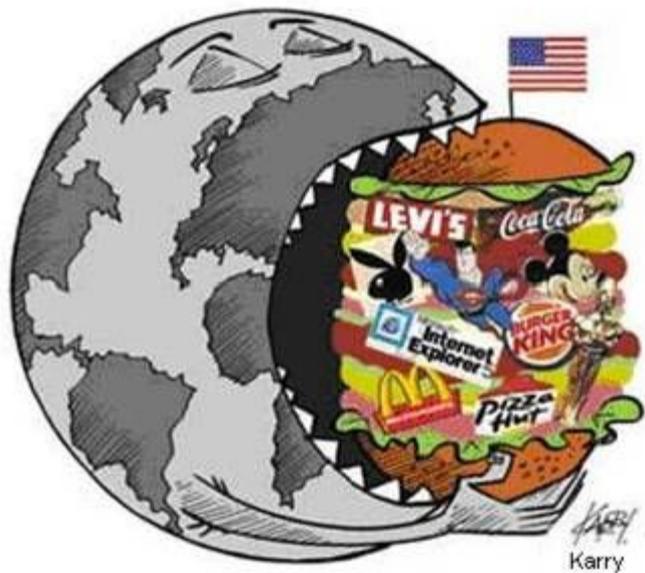
of employees are not engaged or actively **disengaged** in their work



89%

would be engaged with an LMS if the application had **a point system**

O lado negro da força



Sesame Credit



Obrigado!