



5 JIIC

JORNADA DE INTEGRAÇÃO
E INICIAÇÃO CIENTÍFICA



DESMISTIFICANDO A CULTURA DO ERRO

Bruno da Silva 1
Enzo Capum 2
Fabiano Leandro 3
Gustavo Vieira 4
Higor Carvalho 5
Katriel Souza 6
Léo Redondo 7

INTRODUÇÃO

A gamificação tornou-se uma das apostas de muitas empresas nas últimas décadas. Com o intuito de aumentar o engajamento, habilidade de resolver problemas, motivar ações e comportamento. A gamificação utiliza-se de mecanismos de jogos, bem como suas dinâmicas para incentivar alguém a fazer algo.

É uma constatação sobre como os seres humanos sentem-se atraídos por jogos, que podem ser analógicos, eletrônicos ou até mesmo conter essas duas características. A verdade é que desde os primórdios, a humanidade tem essa paixão e interesse para apreciar e participar de jogos.

OBJETIVO

O objetivo deste trabalho foi propor uma gamificação para desmistificar a cultura do erro, transformando-o em um aliado para a inovação. Assim fazendo com que as pessoas nas quais estão interagindo com o jogo entendam que o errar não necessariamente é uma coisa ruim, mas sim, com que eles assimilem uma falha à um novo descobrimento e então possam entender que o erro é um sinônimo de aprendizado e não de medo.

DESENVOLVIMENTO

Com base nos assuntos aprendidos na disciplina de gestão da inovação e afim de por em prática os aprendizados sobre gamificação, a equipe foi incentivada pela faculdade em resolver um problema real de uma organização. A empresa Sofplan foi sugerida por um dos professores do curso de administração para que fosse visitada e a equipe pudesse ir a campo desenvolver um game com base no problema existente na empresa. Visitas foram realizadas a fim de entender a fundo qual o problema e de qual forma seria possível solucioná-lo. Foi preciso um mês de trabalho para que as hipóteses de solução fossem validadas e o game posto em prática na empresa de forma prototipada. Com ele funcionando pudemos receber feedbacks e ver na prática como os colaboradores da empresa se comportaram durante a utilização do game e com base nos feedbacks recebidos, pudemos fazer alterações cruciais na dinâmica do jogo, afetando positivamente o engajamento geral.

Quadro 1 – Pontuações

	Acontecido	Aprendizado	Comentário	Comentário Recebido	Curtida
Pontuação	5	15	3	3	1

Imagem 1 - Exemplo da Gamificação

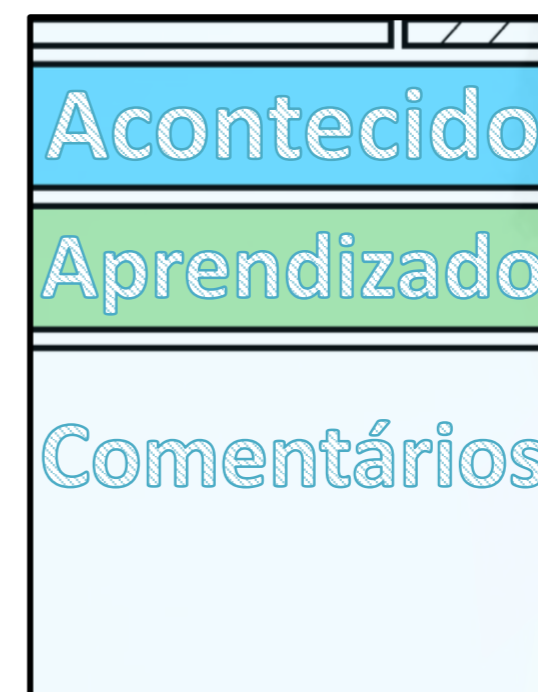


Imagem 2 - Equipe



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conseguimos identificar que a gamificação é um aliado muito forte para a implementação de uma nova cultura, conseguimos engajar as pessoas de uma forma mais fácil e produtiva pois por meio de premiações e status, geramos interesse nas pessoas em conhecer o game e entender de perto como ele funciona.

- 1 Graduando em Administração / Faculdade Cesusc / e-mail: brunosilvacesusc@gmail.com
- 2 Graduando em Administração / Faculdade Cesusc / ennozcapum@gmail.com
- 3 Graduando em Administração / Faculdade Cesusc / Fabiano.leandro4@gmail.com
- 4 Graduando em Administração / Faculdade Cesusc / e-mail: gustavohenrique1904@hotmail.com
- 5 Graduando em Administração / Faculdade Cesusc / e-mail: higor.a.carvalho@hotmail.com
- 6 Graduando em Administração / Faculdade Cesusc / e-mail: katrielsouza2015@hotmail.com
- 7 Professor Mestre em Administração / Faculdade Cesusc / e-mail: leo.redondo@softplan

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Maurício; MEDINA, MEDINA, Bruno; TANAKA Samara. **Gamification, Inc.** 1. ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 2013.