

## Aula 3

### Estratégias de Gamificação e Engajamento no *Design*

Prof. Victor Moreira

1

### Motivação extrínseca e intrínseca em gamificação

2

### Motivação

- Move as pessoas a fazerem algo
- Recompensas são ótimos motivadores
- Gamificação está atrelada a motivação

3

### Motivando um passo de cada vez



4

### Motivação intrínseca

- A pessoa se envolve em uma atividade que ela mesma deseja, ou seja, uma atividade que, para esse usuário, é interessante, envolvente, desafiadora ou prazerosa



5

### Motivação extrínseca

- Envolve em uma atividade para alcançar uma recompensa externa
- Desenho de alcançar uma recompensa
- Bens materiais ou virtuais
- Reconhecimento e *status*



6

## Os 4 grandes grupos de motivadores

- **Competição**
- **Aprendizado**
- **Fuga da realidade**
- **Interação social**



Fonte: Vianna et. al (2013) p. 30

## Intrínseca versus extrínseca

### Motivação intrínseca

Originada no próprio sujeito

O indivíduo se envolve com as coisas por vontade própria pois elas despertam. Parte do interesse, desafio, envolvimento e prazer, além da busca por novidades e entretenimento, satisfação de curiosidade, e oportunidade de executar novas habilidades e aprender sobre algo novo

Corresponde a ações como o altruísmo, a cooperação, o sentimento de pertencer, de amor ou de agressão

### Motivação extrínseca

Baseada no mundo que envolve o indivíduo e lhe é externa

Tem como ponto de partida o desejo do sujeito de obter uma recompensa externa, por exemplo, reconhecimento social e bens materiais

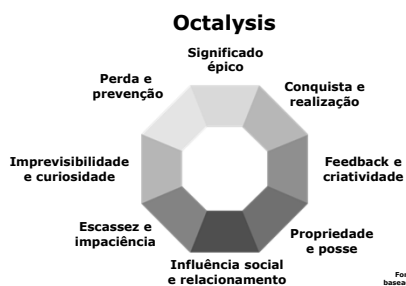
Acontece quando alguém ou alguma coisa determina ao sujeito a ação que deve ser feita, como pontos, prêmios, missões, classificações e assim por diante

Fonte: Busarello (2016)

## Octalysis - framework de motivação para gamificação

## Octalysis

- **Yu-kai Chou é o criador original do Octalysis Framework e autor do livro *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards***



Fonte: Moreira (2022) baseado em Chou (2014)

## Motivadores

- **Significado épico: o usuário vai se motivar efetivamente e encontrar um significado superior ao simples ato de jogar ou interagir**
- **Conquista e realização: está ligado às recompensas, como pontos, medalhas, *ranking* e níveis**

### Motivadores

- **Feedback e criatividade:** é expresso quando os usuários estão envolvidos em um processo criativo em que descobrem coisas novas e tentam diferentes combinações
- **Propriedade e posse:** é o *drive* que possibilita que o jogador possua a propriedade de algum objeto dentro do jogo

13

### Motivadores

- **Influência social e relacionamento:** relaciona a comunidade de jogadores, incorpora elementos sociais que motivam, incluindo orientação, aceitação social, *feedback* social, companheirismo e até competição e inveja
- **Escassez e impaciência:** é responsável pela motivação de "querer algo por sua ausência", ou porque é extremamente raro, exclusivo ou imediatamente inatingível

14

### Motivadores

- **Imprevisibilidade e curiosidade:** responsável por querer descobrir o que vai acontecer, deixando o usuário constantemente engajado por não ter certeza da resposta
- **Perda e prevenção:** é responsável por evitar ações no jogo que ocasionem perdas e evitar que algo negativo aconteça

15

### Octalysis Framework



16

### Os quadrantes de Octalysis

17

### Octalysis: lados do cérebro

- **À direita estão os *drives* associados às funções da criatividade, expressão, comportamentos sociais e aspectos intrínsecos do indivíduo. Esses também são conhecidos como *drives motivadores intrínsecos***
- **Os motivadores intrínsecos**

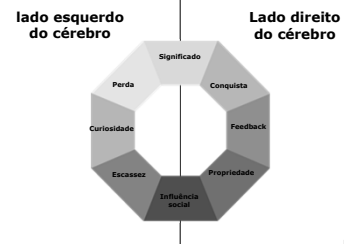
18

### Octalysis: lados do cérebro

- À esquerda estão os *drives* associados a lógica, cálculos, posse e outras funcionalidades relacionadas ao lado esquerdo do cérebro
- Os motivadores extrínsecos

19

### Octalysis: lados do cérebro



Fonte: Moreira (2023)  
baseado em Chou (2014)

20

### Chapéu branco e preto da gamificação

- Na divisão horizontal superior, chapéu branco da gamificação, o objetivo é fazer com que o usuário se sinta empoderado, para que possa expressar a sua criatividade gerando significado

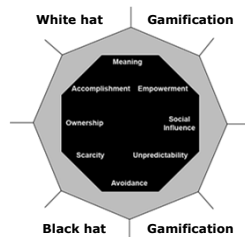
21

### Chapéu branco e preto da gamificação

- A divisão horizontal inferior, chapéu preto da gamificação, traz os motivadores negativos, mas isso não significa que serão sempre ruins. Por exemplo, eles podem motivar por meio de resultados produtivos ou saudáveis

22

### Chapéu branco e preto da gamificação



Referência: Chou (2014) p31 CHOU, Yu-Kai. Actionable gamification. Beyond Points, Badges, and Leaderboards, 2014.

23

### Perfis de jogadores

24

### Perfis de jogadores

- Richard Bartle em 1990
- MUDs
- Classificação do comportamento dos jogadores

25

### Perfis de jogadores de Bartle



26

### Perfis de jogadores de Bartle

- Predadores (*killers*):** jogadores com esse perfil entram na competição motivados por derrotar os adversários
- Realizadores (*achievers*):** esses jogadores apreciam a sensação constante de vitória, ainda que o objetivo a ser alcançado não seja tão significativo

27

### Perfis de jogadores de Bartle

- Exploradores (*explorers*):** este perfil é composto por interessados em desvendar todas as possibilidades e porquês do jogo
- Socializadores (*socializers*):** são aqueles que buscam, por intermédio dos jogos, uma oportunidade de interação social

28

### Modelo de motivação de jogadores de board game

<b>Conflict</b> Hostile interactions. High Conflict Mechanics.	<b>Immersion</b> Elaborate lore & characters. Immersed in other world.	<b>Strategy</b> Thinking. Planning. Skill-based. Complex Ruler	<b>Social Fun</b> Lighthearted fun. Laughter. Chat. Social interaction.
<b>Social manipulation</b> deception. Bluffing. Persuasion. Negotiation.	<b>Aesthetics</b> Beautiful artwork. Components reflect theme.	<b>Systems Discovery</b> Learn new & innovate. Game Systems / mechanics	<b>Cooperation</b> being on a team. Working on common goal.
		<b>Need to win</b> Winning. Troucing other players.	<b>Chance</b> Card-drawing. Dice-rolling. Luck mechanics.
			<b>Accessibility</b> Game is easy to learn. Accessible to newcomers.

Yee, N. (2017). Board Game Motivation Model: Overview of Methods and Model. Quantic Foundry.  
<http://quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2017/01/Board-Game-Motivation-Model-Overview.pdf>

29

### Motivação emocional

30

### Quatro chaves emocionais para a diversão

- O modelo emocional de Nicole Lazzaro conhecido como Four Keys to Fun foi desenvolvido tomando como base três diretrizes: identificar/focar e entender aquilo de que os jogadores mais gostam nos jogos; serem mensuráveis por pesquisadores e serem controláveis por *designers* (Lazzaro, 2004)

31

### Quatro chaves para diversão

- **Hard fun** é a diversão pela dificuldade ou pelo desafio. Para esses jogadores, superar desafios é o motivo pela qual eles jogam. Buscam por recompensas sobre seu progresso e sobre seu sucesso no jogo

32

### Quatro chaves para diversão

- **Easy fun** representa a diversão apenas por experimentar as atividades do jogo. Tem foco maior na atenção do jogador do que nas condições de vitória. Essa chave está relacionada com a imersão, curiosidade e com a vontade de explorar novos mundos

33

### Quatro chaves para diversão

- **Serious fun** foca aspectos externos dos jogos e busca criar emoções significativas durante o jogo. Essa chave está relacionada com "jogos para terapia" e em como os jogos podem ajudar as pessoas a se sentirem bem consigo mesmas
- **People fun** está relacionada com a interação social entre os jogadores, incluindo a competição e a cooperação entre eles

34

### Quatro chaves para diversão



35

### Quatro chaves para diversão



36