

# Gamificação como ferramenta de engajamento para ações beneficentes em prol dos animais

Bruno Muriel de Campos, Eduarda Cristina Rosa, Matheus Rambo da Roza, Isabela Gasparini (Orientadora)

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

brunomuriel@gmail.com,eduarda.crsa@gmail.com,matheusrambo97@gmail.com,isabela.gasparini@udesc.br

## ABSTRACT

Gamification can be a very effective tool to generate motivation, knowing that we propose an application that uses gamification to generate engagement in the users as they interact with the animals and the NGOs. In this way the application works as a showcase for the animals in adoption and through it it's possible to help institutions and to divulge events related to animals, promoting a greater participation of the community by means of the exchange of points by prizes in the local commerce.

## KEYWORDS

gamification, HCI, community

## ACM Reference Format:

Bruno Muriel de Campos, Eduarda Cristina Rosa, Matheus Rambo da Roza, Isabela Gasparini (Orientadora)2021. Gamificação como ferramenta de engajamento para ações beneficentes em prol dos animais. In *Proceedings of Simpósio Brasileiro de Fatores Humanos em Sistemas Computacionais (IHC 2019)*. ACM, New York, NY, USA, 3 pages.

## 1 INTRODUÇÃO

Enxergamos a possibilidade de incentivar pessoas que se sensibilizam com a causa a ajudar de diferentes formas, como conhecendo mais sobre os abrigos e o trabalho realizado por eles, apadrinhando animais, e compartilhando informações sobre este assunto. Dessa forma, cada pessoa pode ajudar do jeito que for possível para ela, aumentando o envolvimento das pessoas com as causas sociais relacionadas aos animais na cidade e região.

Observamos a dificuldade de encontrar quem e quantas são as instituições ou ONG's da cidade desse segmento, o que dificulta a ajuda e o recebimento de doações por parte desses lugares. Vemos que as pessoas em geral tem grande interesse em ajudar esses animais, porém muitas vezes não possuem informação e não sabem por onde começar, e nem todos podem contribuir tirando o animal do abrigo e dando um lar definitivo para ele, então surgiu a necessidade de ajudar de formas variadas que contemplem não só ações de adoção,

mas também de voluntariado, doação, apadrinhamento, entre outras. Sabendo que queremos atingir o maior número de pessoas com nossa proposta foi decidido incluir a gamificação para engajar não só quem já tem uma motivação intrínseca, mas também aqueles que precisam de algum incentivo para iniciar uma relação com os abrigos e os animais.

Gostaríamos de com a nossa proposta, ligar as duas pontas: o cidadão comum que tem empatia e carinho pelos animais abandonados e o dono/fundador dos abrigos e instituições que ajudam os animais em situação de vulnerabilidade, de forma que as necessidades de um sejam supridas pelo outro e a vontade de ajudar os animais do usuário seja saciada, não só com a adoção, que é algo que não está ao alcance de todos, mas também com doações e voluntariado por exemplo.

## 2 METODOLOGIA

O desenvolvimento do protótipo foi baseado no modelo de processo de design de interação de [2] e foi realizado em 4 etapas: identificação dos usuários por meio de personas, coleta e análise de dados e protótipo. A fase de avaliação comum ao modelo de processo de design não foi realizada devido a falta de tempo dentro do prazo que possuíamos. Todo o processo foi acompanhado pela professora orientadora.

### Coleta e análise de dados

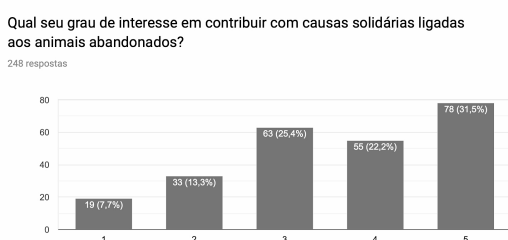
A princípio possuímos três tipos de usuários, o usuário comum que utiliza o sistema para interagir com os animais, o usuário do tipo ONG que alimenta o sistema com os dados dos animais e de necessidades dos abrigos, e ainda o usuário parceiro, que é quem oferta os prêmios do sistema, demonstrando apoio a causa, o que pode gerar um marketing positivo para esses estabelecimentos.

Nosso foco principal foi nos usuários comuns do sistema, então realizamos um questionário. Desta forma a divulgação ocorreu em diversos grupos e redes sociais para que a maior quantidade de características fosse contemplada como diversas idades, bairros de residência e profissões e ficou disponível do dia 22 de abril até o dia 03 de maio.

O formulário foi respondido por 248 pessoas, dentre estas 158 mulheres e 90 homens. Predominantemente pessoas entre 18 e 24 anos que estão cursando ou já concluíram o ensino superior. Os resultados mostram que a grande parte dos entrevistados que tem algum animal de estimação adotou

(176 pessoas) ou ganhou (94 pessoas). Dos que ainda querem ter algum animal 167 pretendem adotar, 8 querem comprar e 50 ainda não sabem de que forma irão ter um animal. Os resultados nos ajudam a concluir que a aproximação desde cedo dessas pessoas que desejam ter um animal com abrigos e ONG's pode aumentar a chance de adoção.

Analisando a relação dos respondentes com ONG's, abrigos e causas sociais percebemos que a maioria das pessoas não participam ativamente contribuindo com as organizações ou comparecendo aos eventos sociais mas dizem ter grande interesse em ajudar as causas solidárias como mostra a figura 1.



**Figure 1: Gráfico da resposta, demonstrando que as pessoas tem interesse em contribuir com causas solidárias ligadas aos animais. Fonte: Os autores**

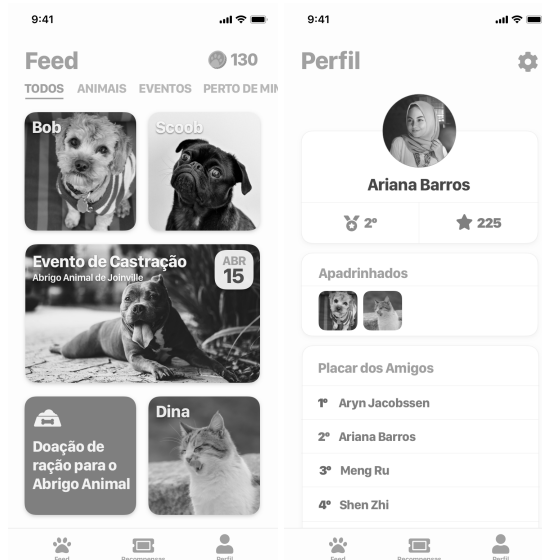
O contato com esses lugares, incentivado através de recompensas e gamificação, tem a capacidade de sensibilizar as pessoas que tem condições de adotar, mas ainda não o tinham feito e ainda funciona como o elo entre o usuário e os animais, já que este interagiria cada dia um pouco com os animais abandonados e ficaria mais consciente da situação de carência de muitos desses animais. Nosso maior desafio, a princípio, é derrubar a barreira da falta de interação e contato com aplicativos de recompensas que a maioria das pessoas (mais de 75%) possui.

### Proposta e protótipo

A solução proposta pela equipe é uma aplicação web responsiva para cadastrar animais abandonados e instituições de adoção, dessa forma centralizando as informações em um único ambiente. O sistema é direcionado para qualquer pessoa interessada em ajudar, oferecendo diversas formas de interação e ajuda com foco em gerar pontos e premiar as pessoas de acordo com seu nível de interação, frisando que todas as interações serão algum tipo de ajuda ou incentivo a causa de animais abandonados.

As ações que geram pontos vão desde interagir com as publicações do feed como eventos, cards dos animais e ações de doação, até frequentar lugares parceiros. As doações pelo aplicativo são controladas e ainda é possível doar o que for

solicitado nas publicações do tipo Ação que devem ser entregues nos estabelecimentos parceiros ou diretamente na ONG, gerando pontos para quem contribuir. Todo final do mês uma contagem é feita e o usuário que mais ajudou o animal com doações se torna padrinho dele e a foto do animal vai aparecer no seu perfil. Na figura 2 podemos ver um protótipo da tela inicial ou feed com as publicações do tipo card, evento e ação, e a tela de perfil com animais apadrinhados e a colocação do usuário no ranking.



**Figure 2: Protótipo da interface de alta fidelidade. Fonte: Os autores**

As moedas podem ser compradas com dinheiro real, e apenas com essas moedas virtuais você pode realizar doações dentro do sistema. Essas moedas garantem que o sistema possa influir sobre as ações do usuário de forma a colocar restrições que beneficiem os animais como por exemplo: Um usuário só pode doar sempre uma quantia fixa de moedas, pois se não ele doaria tudo que possui de moedas e não haveria motivo para interagir novamente no dia seguinte, além disso, pode-se restringir que ele doe apenas uma vez esse valor fixo para o mesmo animal por dia, assim ele ajuda mais animais e tem esse compromisso de entrar novamente após 24 horas para doar para o mesmo animal, caso tenha desenvolvido algum sentimento por um animal em específico.

As recompensas podem ser oferecidas por empresas em geral que queiram apoiar o projeto bem como por estabelecimentos locais que queiram ser parceiros do projeto. Podem ser desde produtos até cupons de desconto, que o usuário retira após realizar a troca de seus pontos pela recompensa escolhida.

Os dados são atualizados, editados e adicionados pela interface própria para as ONG's, por meio da qual a pessoa responsável pode alimentar o sistema com dados dos animais e das doações que aquela ONG necessita. A interface deve ser bem simples e dinâmica garantindo que o sistema seja atualizado com mais frequência e rapidez.

### Cenário de uso

Para exemplificar um cenário é apresentado.

Letícia é uma estudante de graduação e estagiária que tem muito carinho pelos animais, porém mora em um apartamento com sua família que não permite animais, e seu tempo dentre as atividades da faculdade e do estágio não permitem que ela possa se dedicar a um animal com regularidade. Ao utilizar o aplicativo ela fica sabendo de eventos e ações que os abrigos da cidade vão realizar e pode se programar para participar. Além disso ela pode realizar doações e contribuir a sua maneira com os animais dos abrigos, tornando-se até madrinha de alguns deles.

Ela pode ainda convidar os amigos e familiares para os eventos e ações, compartilhando as informações do aplicativo em suas redes sociais. Todas essas interações são convertidas em pontos que ela troca por descontos e combos de alimentação que pode utilizar em seus horários de almoço, dessa forma ela frequenta apenas os parceiros do aplicativo por serem associados a causa dos animais assim como ela.

### 3 JUSTIFICATIVA E VIABILIDADE

Utilizando elementos de jogos [5] como recompensas, avatares, bens virtuais, pontos, entre outros, buscamos gerar uma motivação do usuário em interagir continuamente com o aplicativo, sendo que essa motivação pode ser categorizada em intrínseca e extrínseca. A motivação intrínseca está ligada com o valor inerente a uma ação que incentiva o interesse do usuário e seu prazer. Já a motivação extrínseca é realizar tal ação para alcançar um objetivo independente.

Como exposto por [4], a motivação extrínseca não é suficiente pois o usuário não continuará no sistema só pelos pontos e conquistas. A motivação intrínseca deve andar lado a lado para que o usuário se sinta motivado por mais tempo dentro do sistema e se refere a gamificação como um amplificador para os sentidos que já temos dentro de nós. [3]

Além disso, um elemento importante do nosso projeto é o propósito da interação do usuário, utilizando o conceito da teoria da autodeterminação [1], o porque e o para que o usuário realiza as interações devem ser o foco. A interação tem um caráter benéfico, ou seja, toda ação dentro do sistema acarreta em ações positivas na vida real, onde animais e abrigos são diretamente beneficiados. Com essa consciência do impacto de suas ações virtuais o usuário pode desenvolver uma sensação intrínseca de realizar uma atividade e enxergar

a mesma como algo que vale a pena ser feito para seu próprio bem, a realização da atividade por si só é o prêmio.

Ao agregar essas técnicas de motivação à gamificação o aplicativo fica mais robusto, atraindo não só as pessoas que estão interessadas nos prêmios que podem ser adquiridos com os pontos, mas também as pessoas que se interessam pela causa, além de manter o usuário utilizando o aplicativo constantemente.

O aplicativo tem o objetivo de centralizar informações bem como oferecer uma experiência gamificada para os usuários, incentivando-os a ajudar para receber recompensas fora do mundo virtual e ainda contribui para a consciência de frequentar lugares que possuam responsabilidade social e contribuam não só para o comércio da cidade, mas também para as causas beneficentes.

O protótipo está em fase final de desenvolvimento, mas percebe-se sua viabilidade pela intenção de uso dos respondentes do questionário, bem como a não utilização de recursos adicionais, o usuário só necessita de seu smartphone. Outro aspecto importante é a aderência da comunidade que não foi consolidada formalmente por meio de pesquisas ou entrevistas, devido a falta de tempo durante a execução do projeto, porém, através de conversas informais demonstraram grande interesse em contribuir e fechar parcerias com o projeto. Com essa plataforma os animais podem ter mais visibilidade de todo tipo de público, além das ONG's e abrigos poderem ter um canal de divulgação mais específico de seus eventos, ações e necessidades. Além disso o formato do aplicativo permite uma expansão dos elementos de jogos futuramente, adicionando por exemplo missões, insignias e níveis, trazendo atualizações, inovação e mais formas de interação para os usuários.

Link para o protótipo:

<https://projects.invisionapp.com/share/37SPD73PWUE>

Link para o vídeo: <https://youtu.be/zMVHx6XS9ls>

### REFERENCES

- [1] Edward L. Deci and Richard M. Ryan. 2008. Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian psychology/Psychologie canadienne* 49, 3 (2008), 182.
- [2] Jennifer Preece, Yvonne Rogers, and Helen Sharp. 2004. *Interaction design*. Apogeo Editore.
- [3] Robert Strohmeier. 2013. Gamification: Using play to motivate employees and engage customers. *PCWorld* (aug 2013). <https://www.pcworld.com/article/2047564/gamification-using-play-to-motivate-employees-and-engage-customers.html>.
- [4] Zach Watson. 2014. Why Intrinsic Motivation Is the Key to Successful Gamification. *Technology Advice* (feb 2014). <https://technologyadvice.com/blog/marketing/intrinsic-motivation-builds-successful-games/>.
- [5] Kevin Werbach and Dan Hunter. 2012. *For the win: How game thinking can revolutionize your business*. Wharton Digital Press.