

O REDESENHO NAS ESTRATÉGIAS DE COLETA DE DADOS: APO POR MEIO DE EXPERIÊNCIAS LUDICAS E EDUCATIVAS

FERRETTI, MICHELI¹; TEODORO, Thales²; BORDA, Adriane³

¹Universidade Federal de Pelotas – Arquitetura e Urbanismo – micheliferretti@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – Design Digital – thalesteo.sn@gmail.com

³Coordenadora do Grupo de Estudos para o Ensino de Gráfica Digital, GEGRADI – Universidade Federal de Pelotas - adribord@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

Atuais ações no campo do Design tem chamado a atenção por despertarem mudança de comportamento social através de estratégias divertidas. Este tipo de ação pode ser identificado pelo que é intitulado como Teoria da Diversão, The FunTheory (VOLKSWAGEM, 2009). Esta teoria afirma que algo simples como a diversão é a maneira mais fácil de alterar o comportamento humano para o melhor. Sabe-se também que Caruso (2011) alega que “em um jogo eletrônico o protagonista sempre está no centro das ações, não sendo apenas um mero espectador.” E ainda do ponto de vista diversão, segundo TEODORO, 2014, compreende-se que o jogo permite o usuário a se encaixar como *homo ludens*, ou seja assume o papel de jogador no universo físico, como espectador, tanto quanto o papel de *homo faber* no universo virtual do jogo executando os desafios. A partir de afirmações como essas, pode-se denotar o poder dos jogos sobre o ser social.

Destaca-se que esse trabalho foi realizado para dar seguimento a uma pesquisa antecedente da autora sobre a disfunção percebida em Análises de Pós Ocupação (APO) aonde o indivíduo é sobrecarregado com formas tradicionais de pesquisas. Estas já foram identificadas e estudadas com base nas teorias de Rheingantz et al (2009) e assim inferiu-se que as teorias tradicionais já não apresentam uma resposta eficiente para pesquisadores da área. É com essa problemática que esse trabalho se delimita, a destacar as formas atuais de usos de plataformas digitais que conseguem unir a percepção da diversão com uma resposta ao usuário, seja essa resposta educativa e/ou divertida para a possível criação de um novo produto que abrangesse as técnicas de APO com a do reconhecimento das potencialidades das tecnologias de informação e comunicação (TIC).

2. METODOLOGIA

Este trabalho dá prosseguimento ao processo de reconhecimento de estratégias adotadas para a coleta de dados junto a um determinado grupo de pessoas. O método utilizado segue o adotado em FERRETTI et al, 2013, ampliando-se a análise com o uso da Teoria de jogos, e de acordo com a abordagem de VIANNA et al 2013.

Buscaram-se, então, identificar características presentes em plataformas já em uso no mercado, para servir de repertório para o desenvolvimento de um futuro produto de APO. Assim a pesquisa foi desenvolvida nas seguintes etapas:

2.1. Etapa de revisão: Nesta etapa iniciou-se com a identificação de características gerais sobre o tema “Jogos”, tendo essa, sido realizada mediante uma revisão bibliográfica que foi executada via internet e via acervo. Obteve-se como referência

bibliográfica, a qual pautou esse, trabalho o livro GAMIFICATION de VIANNA et al 2013, entre outros. Essa revisão não ficou detida apenas aos livros, foram considerados também artigos e resumos expandidos publicados por congressos considerados referência na pesquisa sobre o tema tecnologia. Em um segundo momento, através do buscador “Google”, buscou-se por plataformas ou ambientes virtuais que apresentassem características similares às encontradas na prévia revisão.

2.2. Etapa de análise: os casos encontrados foram analisados segundo suas características, se são aplicativos, blogs, redes sociais, as atividades desenvolvidas, o público alvo, etc; e suas contribuições, que tipo de retorno essa plataforma devolve para o indivíduo que estiver utilizando-a - educação, diversão, motivação.

2.3. Etapa de sistematização: neste momento foram consideradas metodologias, no campo do Desing, sistematizadas por SCHELL 2008 em THE ART OF GAME DESING. Estas análises foram categorizadas utilizando-se dos parâmetros delimitados em TEODORO et al, 2012 onde seleciona dentre as 100 lentes de SHELL (2008), as seguintes: (02) **Surpresa**, (03) **Diversão**, (11) **Inspiração infinita**, (15) **Brinquedo**, (45) **Imaginação**, (54 e 55) **Interface física e virtual**, (92) **Tecnologia**. A Teoria da Diversão acredita na diversão como fomento para a mudança de comportamento. Considera que são as experiências que podem levar as pessoas a mudarem seus comportamentos de forma a contribuírem com a sociedade e o meio-ambiente. Da mesma forma, VIANNA et al 2013, afirma que utilizando jogos, as plataformas sociais se ampliam, permitindo o compartilhamento de conteúdo especializados, potencializados pelo contexto do uso e pelas comunidades que se formam ao seu redor. Sendo assim, essa etapa é finalizada com o cruzamento das características encontradas em ambas as teorias acima.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da revisão e com o propósito de identificar plataformas com características que pudessem ser usadas para o desenvolvimento de um futuro produto mais efetivo em APO, foram desenvolvidas duas tabelas que exemplificam e apontam essas características com base em duas teorias de cunho tecnológico. Os exemplos de casos analisados estão identificados com o seu endereço na internet junto das referências bibliográficas.

3.1. Teoria da Gamificação: Essa teoria é conhecida pelo uso de mecânicas dos jogos em contextos diversos, com o objetivo de incrementar a participação e gerar engajamento e comprometimento por parte de potenciais usuários. Em linhas gerais, a aplicação da gamificação aponta para circunstâncias que envolvam criação ou adaptação da experiência do usuário a determinado produto, serviço ou processo; com a intenção de despertar emoções positivas, explorar aptidões pessoais ou atrelar recompensas virtuais ou físicas ao cumprimento de tarefas. Fazendo assim com que o usuário crie maior interesse pela tarefa realizada, sem muitas vezes perceber que esta realizando uma atividade (VIANNA et al 2013). As características presentes na Tabela a baixo foram extraídas da bibliografia.

Tabela 01: análise delimitada por VIANNA et al 2013.Fonte: Autora

Casos analisados :	Características encontradas:
Escola Games	Educação/instrução, diversão/emoção, motivação.
Blog bairro das laranjeiras	Interatividade, feedback.
Cidadera	Interatividade, feedback, motivação.
Super Better	Interatividade, educação/instrução, motivação.
Duolingo	Interatividade, educação/instrução, diversão/emoção, motivação.
Hair Book	Interatividade, feedback, educação/instrução, motivação.

3.2: Teoria da Diversão e Teoria de Schell: foi buscado dentro do campo do design essas teorias que foram sistematizadas por SCHELL 2008, chamadas 100 lentes. Foram selecionadas as lentes que segundo o entendimento da pesquisa, mais se relacionavam e se encaixavam no contexto estudado. São elas: (02) **Surpresa:** como criar um ambiente onde às regras, a estética e a tecnologia permitam que os usuários possam se surpreender. (03) **Diversão:** definir quais partes do projeto deve proporcionar diversão. (11) **Inspiração infinita:** procurar na experiência de vida do usuário um momento do qual gostaria de compartilhar com os outros e capturar esta essência para o projeto. (15) **Brinquedo:** esta lente propõe que o objeto deve despertar interesse antes das pessoas saberem o que o objeto realmente faz. (45) **Imaginação:** quais detalhes do imaginário podem auxiliar o usuário a compreendermos outros elementos. (54 e 55) **Interface física e virtual:** definir quais ações pedir ao usuário e quais elementos não óbvios fornecerem a ele (92) **Tecnologia:** deve ser divertida e revolucionária. Partiu-se desses conceitos para desenvolver a Tabela a seguir.

Tabela 02: Análise dos casos encontrados delimitados por SCHELL 2008 e TEODORO et al 2012. Fonte: Autora.

Casos analisados :	Resultado das análises:
Escola Games	Surpresa, diversão, brinquedo, imaginação, tecnologia, interface física e virtual;
Blog bairro das laranjeiras	Inspiração infinita, tecnologia, interface física e virtual;
Cidadera	Inspiração infinita, tecnologia, interface física e virtual;
Super Better	Surpresa, Inspiração infinita, interface física e virtual;
Duolingo	Surpresa, diversão, brinquedo, tecnologia, interface física e virtual;
Hair Book	Surpresa, diversão, inspiração infinita, tecnologia, interface física e virtual;

4. CONCLUSÕES

A partir do reconhecimento dos casos analisados, pode-se perceber que em todos os exemplos encontrados houve uma preocupação em dar um retorno para o usuário, sendo essa a maior dificuldade encontrada nas atuais ações de APO. Para o desenvolvimento de uma futura ferramenta, deve-se levar em consideração essas estratégias. Essa resposta pode vir de forma direta, como no exemplo

HairBook, aonde suas usuárias recebem um calendário para melhor cuidar de seus cabelos considerando suas características; ou indiretamente, como no exemplo Escola Games, que apresenta jogos com cunho educacional, fazendo o usuário se divertir enquanto aprende. É fundamental que o momento de coleta de dados dê esse retorno, ferramentas tecnológicas geram um grande empoderamento social, pois são capazes de trazer uma gama muito ampla de informações para perto do usuário.

Com esta pesquisa pretende-se desenvolver uma página online, já que essa forma de mídia se desenvolve sozinha, pois são os próprios usuários que darão a velocidade de informação e o enfoque desejado para suas publicações, o que de antemão previne a necessidade permanente de assistência técnica de quem desenvolveu o produto, trazendo maior comodidade para os pesquisadores e usuários. Além de que uma página permanentemente sendo alimentada apenas por moradores, geraria uma permanente análise da qualidade dos equipamentos urbanos e das edificações, trazendo continuamente novos dados para pesquisadores interessados no espaço em que a rede estiver sendo usada.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- CARUSO, André M. **O Games é protagonista freiano? Um jogo sobre o protagonismo em Paulo Freire e a utilização de jogos eletrônicos.** Passo Fundo 2011.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture.** Beacon Press, Jun1971.
- RHEINGANTZ, Paulo A., et al. **Observando a Qualidade do Lugar: procedimentos para a avaliação pós-ocupação.** Rio de Janeiro: Coleção PROARQ/FAU/UFRJ, 2009.
- SCHELL, Jesse. **The art of game design: a book of lenses.** Elsevier, 2008
- TEODORO, Thales S. N., et al. **Experiências Divertidas: Visões sobre um design com caráter social.** XXI Congresso de Iniciação Científica - Ano 2012 - UFPEL - Universidade Federal de Pelotas.
- _____. **Design de Diversão:** aplicativo de turismo indutor de diversão. Trabalho de conclusão de curso Universidade Federal de Pelotas, 2014.
- VIANNA, Ysmar. **Gamification, Inc : como reinventar empresas a partir de jogos** — 1. Ed. – Rio de Janeiro: MJV Press, 2013 ISBN 978-85-65424-09-7.
- VOLKSWAGEN, 2009. <Disponível em <http://www.thefuntheory.com/>> Acesso em 27Jul2014.

Casos Analisados:

- ESCOLA GAMES. < Disponível em <http://www.escolagames.com.br>> Acesso em 27Jul2014
- BLOG BAIRRO DAS LARANJEIRAS. <Disponível em <http://bairrodaslaranjeiras.blogspot.com.br/>> Acesso em 27Jul2014.
- CIDADERA. < disponível em <http://cidadera.com/>> Acesso em 27Jul2014.
- SUPER BETTER. <disponível em <https://www.superbetter.com/>> Acesso em 27Jul2014.
- DUOLINGO. <disponível em <https://www.duolingo.com/>> Acesso em 27Jul2014.
- HAIR BOOK. < http://www.belezaextraordinaria.com.br/noticia/hairbook-rede-social-para-cabelos-oferece-tratamento-personalizado-e-dicas-sobre-o-assunto_a2330/1> Acesso em 27Jul2014.