

ARTIGO

Recebido em:
08/07/2015

Aceito em:
03/12/2015

Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 21, n. 45, p. 70-81, jan./abr., 2016. ISSN 1518-2924. DOI: 10.5007/1518-2924.2016v21n45p70

Gamificação em bibliotecas: despertando a motivação nos usuários

Gamification in the library: evoking motivation in users

Adriana Stefani **CATIVELLI**

Mestranda em Gestão de Unidades de Informação UDESC - adrianacativelli@gmail.com

Diego **MONSANI**

Mestrando em Gestão de Unidades de Informação UDESC - ironmonsani@gmail.com

Jordan Paulesky **JULIANI**

Professor do Departamento de Biblioteconomia e Gestão da Informação UDESC - jordan@webpack.com.br

Resumo

Com o objetivo de apresentar novas técnicas para dinamizar os serviços das unidades de informação e estreitar os laços entre bibliotecas e usuários, o trabalho apresenta a gamificação como uma opção para alcançar esse fim. Define a gamificação como a aplicação de mecânicas de jogos em tarefas cotidianas e a partir disso apresenta as mecânicas dos jogos utilizadas no processo de gamificação e os pontos positivos em sua aplicação. Aborda a metodologia de gamificação proposta por Vianna et al. contextualizando cada passo com exemplos de ordem prática que já estão implantados em bibliotecas. Também faz uso da metodologia citada numa atividade cultural de estímulo a leitura de uma biblioteca.

Palavras-chave: Gamificação. Gestão de mudança. Educação de usuário.

Abstract

With the objective of presenting new techniques to boost the information units' services and narrow the ties between libraries and users, the paper presents the gamification as an option to reach these goals. It defines gamification as the application of game mechanisms to everyday tasks and from there presents the game mechanisms used in the process of gamification and the positive aspects of its implementation. It approaches the methodology of gamification proposed by Vianna et al. contextualizing every step with practical examples which are already in use by libraries. It also uses the mentioned methodology as a cultural activity to stimulate reading in libraries.

Keywords: Gamification. Change Management. User education.



v. 21, n. 45, 2016
p. 70-81
ISSN 1518-2924



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

1 INTRODUÇÃO

No fazer diário de muitos bibliotecários há uma interrogação em especial que os perturba e os deixa com uma sensação de que algo não está fluindo corretamente em seu ambiente de trabalho. Pois se o espaço da biblioteca oferece diversos recursos informacionais e serviços que pretendem tornar o usuário competente em informação, por que é tão complexo transmitir de forma eficaz essas informações aos usuários?

Será que no quesito de interação e comunicação as bibliotecas não estão conseguindo acompanhar as tendências de forma adequada, a fim de atingir seus usuários e seus espaços passam a ser subutilizados? Há que se fazer reflexões acerca da questão apresentada, pois nela, estão envolvidos diversos fatores que vem causando este fenômeno. Um dos vieses desta temática que pretende-se abordar no presente estudo, diz respeito a biblioteca adotar práticas que visem maior interação e envolvimento com seu público, para isso, trataremos da aplicação da gamificação em bibliotecas.

A gamificação ou do inglês *gamification* consiste em trazer os métodos utilizados nos jogos para o ambiente organizacional, educacional ou qualquer área que se proponha a envolver um público-alvo com determinada tarefa. Isso porque, os jogos de videogame conseguem prender a atenção de seus jogadores, motivando os mesmos a conquistar todas as fases e atingir um objetivo final que muitas vezes pode ser a libertação da princesa ou a conquista do ranking de melhor jogador em determinada modalidade. Seja qual for o incentivo, a abordagem da gamificação pode ser implementada no contexto das bibliotecas, tendo como um de seus objetivos principais a educação de usuário.

Neste âmbito, será apresentada a metodologia proposta por Vianna et al. (2013) na implementação da gamificação visando a gestão de mudanças. Juntamente aos passos a serem seguidos, serão lançados exemplos já existentes de gamificação em bibliotecas, isso para que profissionais consigam dimensionar a aplicação de tais métodos.

2 GAMIFICAÇÃO

Conforme a reflexão do personagem infantil Tom Sawyer, “trabalho consiste naquilo que uma pessoa é obrigada a fazer e divertimento consiste no que uma pessoa não é obrigada a fazer” (TWIN, 2011, p. 29). Para isso, a gamificação busca exatamente aproximar esses dois conceitos distantes e aplicá-los na resolução de tarefas operacionais, tornando-as mais atraentes para aqueles que a executam. Esta técnica segundo Zichermann e Cunningham (2011, p. 6) pode ser definida como “o uso de design de jogos e mecânica dos jogos para engajar usuários e resolver problemas”, ou seja, tornar um pouco mais divertida a realização de tarefas cotidianas.

É inegável o crescente uso de gamificação nas mais diferentes áreas do conhecimento e do trabalho. Agentes de marketing, administradores e educadores, são alguns dos profissionais que têm se apropriado da gamificação para inovar em seus serviços nos últimos anos. Para se ter uma ideia a Gartner Inc (2011), empresa de pesquisa da área de tecnologia, prevê

que até o final de 2015, 50% das empresas que operarem uma estratégia de inovação em sua organização, o farão através de uma metodologia gamificada.

Esse interesse repentino pela gamificação se deve principalmente por dois motivos. O primeiro diz respeito ao largo acesso no cotidiano das pessoas às tecnologias móveis como *smartphones* e *tablets* (PRATSKEVICH, 2014; OSHEIM, 2013), possibilitando o uso de aplicativos para controlar suas rotinas e tarefas. O segundo motivo é que “os seres humanos sentem-se fortemente atraídos por jogos” (VIANNA et al., 2013, p. 14) isso porque enquanto jogamos, fazemos parte de uma interação lúdica, e neste momento não tememos as falhas, pois estamos em um ambiente de “faz de conta” nos permitindo aprender conceitos, habilidades e técnicas com baixo risco (OSHEIM, 2013).

Para entender melhor a gamificação é preciso contextualizar as mecânicas dos jogos. A seguir serão conceituadas as principais mecânicas que compõe os jogos para que seja possível visualizar suas aplicações.

2.1 Mecânica dos Jogos

Antes de sair gamificando as atividades é necessário conhecer o que são as mecânicas dos jogos as quais podem ser incorporadas em nossas rotinas, pois estas, fazem parte do cerne da gamificação. Quando retirado o enredo e a estética de um jogo, o que resta é mecânica, este elemento é o núcleo do jogo, é através dela que os jogadores terão claro quais são os limites do jogo, bem como compreenderão como interpretar e manipular o jogo. McGonigal (2012) aponta que os jogos costumam ter quatro mecânicas comuns entre si: metas, regras, participação voluntária e *feedback*, alguns autores apontam recompensas como uma mecânica a parte, mas é importante lembrar que a recompensa faz parte do sistema de *feedback*, e colocá-la como uma mecânica distinta pode denotar destaque maior para a recompensa do que para o jogo.

Todo jogo possui uma meta a alcançar, sendo esta muitas vezes definida pelos próprios jogadores, essa mecânica concede uma orientação ao jogador e de acordo com Vianna et al. (2013) é este elemento que faz com que os participantes concentrem suas forças para alcançar os propósitos designados no jogo. É importante salientar que as metas nem sempre são alcançadas, em determinados jogos a meta é a evolução de um personagem ou o domínio de uma habilidade, sendo a meta apenas um norteador de ações.

A segunda mecânica é considerada a parte crucial do jogo, as chamadas regras. De acordo com Salen e Zimmerman (2012) elas estabelecem a estrutura a qual dá vida para o jogo, delimitando o que é permitido e proibido, definindo de que forma os jogadores se comportarão. Ressalta-se que as regras quando reunidas em um jogo promovem o equilíbrio em um desafio tornando-o passível de ser superado, sem que este seja demasiadamente simples, desestimulando assim o jogador. (VIANNA et al, 2013).

Outra mecânica que pode ser utilizada para estimular o jogador é o *feedback* de suas ações no jogo. Ao longo da partida, o jogador deve ser informado por meio do sistema de *feedback*, de sua situação no jogo, seja ela

medida por sua pontuação ou não, para que o mesmo tenha consciência do progresso em relação aos objetivos do jogo, que culminarão em um resultado quantificável, elencando quem foi o vencedor da partida. Este é o momento em que se couber, o jogador será recompensado com uma medalha ou outro prêmio.

Por fim, é imprescindível que os jogadores participem de forma voluntária, Vianna et al. (2013) aponta que se não houver o aceite dos objetivos, das regras e do sistema de *feedback*, não há como ocorrer uma partida de um jogo. Em qualquer momento da vida é irracional a introdução de obstáculos à realização de um fim, exceto em um ambiente de jogo, onde é algo de comum acordo entre os jogadores.

Diversos autores apontam que os mecanismos listados acima, funcionam como um motor motivacional do indivíduo, no qual Zicherman e Cunningham (2011) identificam que as pessoas gostam e optam em jogar por quatro razões específicas: para obterem o domínio de determinado assunto, para aliviarem o stress, para se entreter e como forma de socialização. Os autores ainda apontam aspectos da diversão proveniente do ato de jogar, quando relatam que o jogador está competindo pela vitória, no momento em que está imerso na exploração do universo do jogo, ou quando o jogador socializa com seus adversários e companheiros e também na forma que o jogador se sente é alterada pelo jogo. Desse modo, podemos inferir que a gamificação pode ser aplicada para estimular o comportamento dos indivíduos.

2.2 Por que aplicar a gamificação?

As mecânicas dos jogos apresentadas anteriormente servem como um motor motivacional para os usuários perante os diferentes tipos de atividades. Os especialistas em gamificação gostam de esclarecer que a motivação é a alma da gamificação, não apenas a motivação extrínseca, obtida através de recompensas externas ao jogador, como medalhas e prêmios, mas principalmente a motivação intrínseca, aquela que é acionada internamente no jogador, onde o sujeito se envolve com uma atividade por vontade própria.

A ativação da motivação intrínseca, de acordo com Zichermann e Cunningham (2011) acaba contribuindo para o engajamento do jogador para os mais diferentes ambientes e atividades. Um exemplo prático do que é possível a um jogador engajado realizar é o aplicativo *Superbetter*¹, desenvolvido por McGonigal, o jogo tem como objetivo principal ajudar pacientes de doenças a superar as adversidades da enfermidade e melhorar suas condições físicas e psicológicas, ele faz isso por meio de pequenas metas definidas pelo próprio jogador, que quando superadas, conquistam pontos em diferentes áreas de seu perfil e podem ser divulgadas nas redes sociais, instigando uma competição e cooperação com os amigos, onde o prêmio do vencedor é a melhora na qualidade de vida.

A gamificação permite que uma grande atividade seja fatiada em várias sub-atividades. Pois quando pequenas metas são superadas, o jogador fica constantemente motivado e criativo, aponta Osheim (2013). Mesmo

¹ <https://www.superbetter.com/>

porque uma atividade gamificada contribui com essa estrutura de “fases” para a execução de tarefas, tal como o aplicativo *Runkeeper*², que mantém um histórico de registros de suas atividades físicas, no qual você pode definir metas de curto e longo prazo a serem superadas, bem como receber medalhas e troféus pelas conquistas, tais como maior altitude da atividade física realizada ou o incentivo de uma competição saudável, destacando que a média da velocidade de execução de uma determinada atividade é a maior dentre os amigos. Desta forma, o aplicativo torna cada atividade realizada como se fosse uma fase concluída em um jogo.

Por meio do engajamento recorrente da aplicação da gamificação nas atividades, os jogadores se sentem imersos na atividade, sendo possível ocasionar mudanças ou estímulos de comportamento. Sendo este o objetivo almejado pelos professores em sala de aula, onde se busca estimular o comportamento dos alunos para uma didática cooperativa, encorajando os alunos a realizarem atividades extraclasse e produções colaborativas. Conforme Alves, Minho e Diniz (2014) a gamificação pode ser uma dinâmica onde tutores e estudantes constroem métodos de aprendizagem diferenciados e de forma lúdica, sem se preocupar apenas com o ranqueamento através de notas.

Assim como em sala de aula, a gamificação tem um espaço prolífico no ambiente da biblioteca, permitindo gerar um universo fecundo de aplicações em seu fazer diário. Em relatório recente da *Online Computer Library Center (OCLC)*, Connaway e Faniel (2014) buscam contextualizar as cinco leis de Ranganathan na sociedade informacional atual, para isso, apontam que não mais apenas o crescimento do acervo, da equipe e da comunidade precisam ser monitorados, mas que também é de vital importância acompanhar o crescimento da atenção e do uso por parte dos usuários dos serviços ofertados pelas unidades de informação, em outras palavras, averiguar o engajamento dos leitores com suas unidades de informação, e a gamificação das atividades podem auxiliar tanto a engajar os usuários quanto a mensurar esse engajamento.

3 IMPLANTANDO A GAMIFICAÇÃO

Após apresentarmos os conceitos que envolvem a gamificação, é possível imaginá-la em diversos contextos da nossa vida. Mas caso não tenha ocorrido nenhuma ideia envolvendo as bibliotecas, esta sessão se dedicará a cumprir esta missão, para isso será apresentada a metodologia proposta por Vianna et. al (2013), a qual é aplicada na gestão de mudança de uma organização. Pois se alguma atividade não está saindo como desejado e falta engajamento da equipe ou dos usuários, a gamificação apresenta-se como alternativa de solução de problemas existentes.

² <http://runkeeper.com/>

3.1 Compreenda o problema e o contexto

Na primeira etapa deve-se levar em consideração três pontos fundamentais, que são: cultura da empresa, objetivos de negócio e entendimento do usuário (VIANNA et al., 2013). Os fatores citados requer daquele que vai implementar a gamificação o conhecimento da missão da biblioteca, público-alvo e costumes da mesma, ou seja, há que se estabelecer uma conversa estreita com o setor de referência e a direção da biblioteca.

Para facilitar a identificação do problema indica-se utilizar métodos de entrevista, questionário, observação, entre outros (VIANNA et al., 2013). Momento em que a biblioteca pode aplicar seus conhecimentos de estudo de usuário em busca da identificação do problema e do comportamento que se pretende mudar. No caso de uma biblioteca que perceba que os seus usuários têm dificuldades em encontrar os materiais no acervo, além de averiguar se está ocorrendo algum problema com a sinalização das estantes, pode estar utilizando um modelo de jogo similar ao da *University of Texas* nos Estados Unidos, o *Order in the Library*³. Este jogo ensina como os livros estão ordenados nas estantes e faz com que os usuários pratiquem a guarda dos materiais, conforme o número de acertos o jogador vai recebendo certificados como o de “assistente de bibliotecário”.

3.2 Compreenda quem são os jogadores

Na etapa dois é necessário saber quem são as pessoas que utilizarão o jogo, isso para que se estabeleça um público alvo no desenvolvimento do mesmo. O perfil de jogador a ser criado pode variar conforme gênero, idade, informações sobre a profissão, tipo de comportamento, entre outros fatores (VIANNA et al., 2013). Cada um desses indicadores apontará a preferência do jogador por um tipo de jogo em específico, Vianna et al. (2013) cita o exemplo de que homens preferem jogos de domínio em competição, onde são desafiados e podem destruir coisas, já mulheres gostam de jogos que explorem as emoções em conexão com o mundo real.

Se tratarmos de uma biblioteca universitária é importante levar em consideração aspectos ligados as tendências de comunicação entre os jovens e estética de jogo que permita contemplar a pluralidade de gênero, cultura, etnia e raça. O jogo *Information Literacy Game*⁴ da *University of North Carolina Greensboro*, que visa testar os conhecimentos informacionais do usuário através de um *quiz*, traz alguns desses elementos, no qual é possível escolher personagens de diferentes raças, estilos e biotipos.

3.3 Critérios norteadores da missão de jogo

A presente etapa consiste em relacionar as diretrizes que guiarão o projeto, para que os aspectos cruciais não sejam esquecidos, exemplos de alguns critérios são: estimular a cooperação entre os jogadores ou que eles aprendam determinado assunto jogando o jogo (VIANNA et al., 2013).

Para ilustrar citaremos o jogo *Gaming Against Plagiarism* da *University of Florida Marston Science Librarians* e da *Digital Worlds Institute*. Alguns dos critérios norteadores do jogo trataram de conscientizar os estudantes dos

³ https://www.ischool.utexas.edu/resources/order_in_the_library_game.swf

⁴ <http://library.uncg.edu/game/>

diferentes tipos de má conduta de pesquisa e testar as atitudes éticas dos mesmos quanto ao plágio (HADDAD; KALAANI, 2014). Este jogo é composto de 3 minijogos, no qual o primeiro trata de um jogo de tabuleiro com perguntas referentes a plágio, fabricação de dados, entre outros, no qual o jogador é um estudante que precisa publicar seu trabalho. No segundo o jogador é contratado por um escritório de ética em pesquisa com o intuito de que ele ajude os avaliadores a classificar e organizar os diferentes casos, após o *feedback* dos avaliadores, o jogador tem de categorizar o tipo de má conduta, entre elas estão incluídas: roubo de pesquisa, auto-plágio, entre outros. Já no terceiro jogo, o jogador é contratado pelo escritório de ética em pesquisa como investigador, para estudar casos de suspeita de má conduta em pesquisas.

3.4 Desenvolva ideias para o jogo

Desenvolver as ideias para definir o formato do jogo é a próxima etapa, na qual perguntas como: Qual história contar? Qual o tema do jogo? Qual será a estética do jogo? Analogias e *brainstorming* devem acontecer neste momento (VIANNA et al., 2013). A equipe envolvida no projeto se reunirá e as ideias e observações que surgirem podem ser anotadas, todos devem ter clareza do foco do jogo, por meio das definições estabelecidas nas etapas anteriores: problema que se quer resolver, quem são os jogadores e missão de jogo.

Neste âmbito a *Uta Valley University* nos Estados Unidos implantou o *game Library Craft* ⁵ com a proposta de contar aos usuários uma espécie de conto medieval combinado com fantasia, no qual o jogador é desafiado no combate a ignorância com perguntas que envolvem pesquisa no catálogo on-line da biblioteca, bases de dados, entre outros, a cada resposta correta ele ganha pontos. O intuito do jogo é apresentar aos alunos os serviços on-line que a biblioteca oferece.

3.5 Definição do jogo e de sua mecânica

Nesta fase é preciso estabelecer os seguintes itens (VIANNA et al., 2013):

- a) Duração - pode ser de curta duração, terminando quando o jogador atinge determinado objetivo ou até mesmo infinito, criando novos ciclos e edições;
- b) Arco dramático - este artifício consiste em criar uma história que tenta despertar o espírito engajador do usuário do início ao fim;
- c) Fases do jogo (ou Boom-uau-Uau-UAU-BOOM-Ahhh...) - significa pensar na ordem da evolução do jogo, permitindo que ele surpreenda o jogador e o mantenha envolvido. Pois em diversos setores da vida encontramos essas fases de evolução necessárias, um dos casos é o relacionamento entre duas pessoas, primeiro vem a paquera, depois o primeiro beijo, namoro, noivado, casamento,... e o jogo também precisa disso;
- d) Frequência de interação - o cuidado que se deve tomar aqui é o de não tornar o jogo cansativo, definindo se a interação com o jogador ocorrerá diariamente, semanalmente, ocasionalmente e assim por diante;

⁵ <http://www.uvu.edu/library/librarycraft/>

- e) Mecânica - considerada o núcleo do jogo, estabelece as interações e relações. Tendo a função de deixar claro para o usuário quais os objetivos a serem perseguidos e o que acontece após cada ação realizada;
- f) Objeto - aquilo que pode ser visto ou manipulado: personagens, placares, entre outros;
- g) Ações - basicamente é o que os jogadores farão no jogo;
- h) Regras - é o que norteia o jogador, dizendo a ele o que deve fazer e como.

Vianna et al. (2013) cita uma série de mecânicas para envolver o jogador e que podem ser utilizadas nos jogos, seguem algumas delas: pontuação, conquistas, contagem regressiva e status. Como exemplo desta etapa cita-se a *University of Huddersfield* no Reino Unido com o *Lemontree*⁶, criado com o objetivo de aumentar o uso das fontes de informação da biblioteca, incluindo livros e recursos eletrônicos (WALSH, 2014). O jogo estabelece a duração de tempo conforme o período em que o aluno adquire o cartão da biblioteca até seu desligamento da universidade. A frequência do jogo depende da utilização que o aluno fizer da biblioteca, pode ser várias vezes ao dia ou ocasionalmente. Para manter o jogador engajado é utilizado artifícios de pontuação e quadro de líderes, *feedback* de desempenho em tempo real, a imagem de uma muda de limão que vai crescendo com frutas e a de um cartão da biblioteca que inicia congelado e vai esquentando até pegar fogo, tudo isso conforme a frequência da atividade do aluno na biblioteca.

3.6 Teste em baixa, média e/ou alta fidelidade

Este é o momento de realizar o protótipo do jogo a fim de validar a ideia desenvolvida, assim como obter insumos para aperfeiçoá-la (VIANNA et al., 2013). Pois é na execução da ideia do jogo entre a equipe que se identificará pontos frágeis a serem aperfeiçoados, para que posteriormente ele seja disponibilizado ao público.

O teste, conforme a denominação da etapa, pode ser de baixa, média ou alta fidelidade, a simulação pode imitar o jogo com os recursos que se tem acesso. Vianna et al. (2013) também ressalta que a prototipação não precisa ocorrer quando o jogo estiver finalizado por completo, ele pode ser feito em momentos anteriores com o intuito de tangibilizar o conceito.

Vamos imaginar o caso de uma biblioteca que deseja implantar um jogo para conscientizar seus alunos sobre o plágio, similar ao jogo *Plagiarism Game*⁷ da *Lycoming College* nos Estados Unidos. Para concretizar a ideia almejada, pode-se simular o que virá a ser o jogo no computador, basta desenhar e recortar num papel os personagens e objetos, construindo um cenário de interação, além de escrever a história e perguntas, no qual todos os membros da equipe podem forjar as mecânicas do jogo.

3.7 Implementação e monitoramento

Como em qualquer processo de gestão, (VIANNA et al., 2013, p. 97) “após a implementação do jogo, é necessário fazer o gerenciamento constante e avaliar a possibilidade de implementar modificações”. Na presente etapa a atenção deve estar voltada para a usabilidade do jogo, se os participantes

⁶ <https://library.hud.ac.uk/lemontree/>

⁷ <http://www.lycoming.edu/library/instruction/tutorials/plagiarismGame.aspx>

estão conseguindo entender o propósito do jogo e se está existindo engajamento por parte deles.

3.8 Mensuração e avaliação

Na última etapa do processo vem a mensuração de métricas, que consiste em utilizar os números para interpretar se tudo está saindo conforme o planejado. Vianna et al. (2013, p. 97-98) cita alguns itens que podem ser avaliados:

Quanto ao engajamento despertado: número médio de ações implementadas, montante de usuários implementando ações, índices de reincidência ao jogo, progresso alcançado ao longo da atividade; **Nível de satisfação demonstrado pelos jogadores:** quanto ao tempo dispensado à atividade, tempo de retenção dos jogadores no jogo, frequência de visitas à plataforma, tempo de resposta aos desafios propostos; **Quanto ao ROI [retorno sobre investimento] alcançado:** número de participantes ativos, índices de aumento da produtividade, redução de custos alcançada, aumento dos números de venda.

Além dos fatores quantitativos, a biblioteca também pode avaliar aspectos qualitativos do jogo pelo *feedback* dos usuários nas redes sociais e aplicação de pesquisa de usuário, conforme relata Walsh (2014), em que a maioria do retorno dos alunos quanto ao jogo *Lemontree* foi positivo, no qual sentiram-se a vontade para sugerir aspectos que poderiam ser melhorados.

4 IMPLEMENTANDO CONCEITOS DE GAMIFICAÇÃO EM UMA ATIVIDADE CULTURAL DA BIBLIOTECA

Implementar conceitos de gamificação não significa obrigatoriamente que a biblioteca necessite contratar ou ter em sua equipe um profissional da área de computação para desenvolver o jogo idealizado. O que torna-se fundamental é soltar a imaginação e idealizar aquilo que se quer transmitir aos usuários. Acompanhe o Quadro 1 referente a uma atividade cultural que foi implementada em uma biblioteca de Santa Catarina utilizando os passos de Vianna et al. (2013):

Quadro 1: Encontro literário.

ETAPAS	DEFINIÇÕES DE CADA ETAPA
Problema e o contexto	Usuários desconhecem que a biblioteca possui obras de literatura e a semana do livro e da biblioteca se aproxima.
Quem são os jogadores	Alunos, professores e funcionários.
Critérios norteadores e missão do jogo	<ul style="list-style-type: none">• Estimular a leitura;• Destacar as obras literárias da biblioteca;• Programação cultural;• Interação com o usuário.
Desenvolva ideias para o jogo	Emular um encontro marcado às cegas, entre o usuário e um título de livro. Captar características da estória e dos personagens e dar vida a eles.
Definição do jogo e sua mecânica	Os livros escolhidos serão colocados dentro dos envelopes. Na parte externa do envelope será afixada uma imagem que pretende destacar a característica/temática da estória, a fim de servir como referência para a escolha do leitor. Baseado apenas nestas informações, o usuário escolherá um dos envelopes para retirar emprestado. Para dar destaque aos envelopes, eles serão exibidos na estante expositora, próximo ao balcão de empréstimo.
Teste em baixa, média e/ ou alta fidelidade	O teste será aplicado em membros da equipe da biblioteca que não estão participando da elaboração da atividade cultural, com o intuito de verificar se a relação entre as características ilustradas no envelope correspondem as obras.
Implementação e monitoramento	Se observará a reação dos usuários de forma presencial.
Mensuração e avaliação	<ul style="list-style-type: none">• Quantidade de empréstimos;• Tempo de permanência dos envelopes disponibilizados;• <i>Feedback</i> dos usuários.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Após executar a metodologia de Vianna et al. no contexto de uma atividade cultural em biblioteca, identificou-se uma etapa importante que não foi contemplada, que é a publicidade. Atividade esta, que deve ser planejada juntamente aos oito passos apresentados e receber a devida atenção, pois de que adiantará confeccionar um excelente jogo se a comunidade que se quer atingir não saberá da sua existência ou de seu propósito? É necessário divulgar o jogo de forma atrativa nos mais diferentes meios de comunicação, além de estabelecer o contato presencial com o público que sem dúvidas, é o mais eficaz. A abordagem da publicidade pode ser encontrada com maiores detalhes no artigo de Broussard (2012) que foca a prática no contexto da gamificação na educação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme mencionado ao longo do texto, a gamificação não se apresenta como uma solução para todos os problemas, no entanto, seu limite ficará a cargo da criatividade da equipe responsável pelo planejamento da aplicação. Esta pode ser implementada tanto em uma atividade pontual como a “Encontro literário”, quanto em uma ferramenta mais abrangente que envolve diferentes serviços da biblioteca, como o *Lemontree*.

Devido a versatilidade da gamificação, as bibliotecas podem criar jogos para engajar sua comunidade com pouco investimento de tempo e recursos, fazendo uso de materiais que são facilmente encontrados em qualquer UI, como também, realizar jogos mais elaborados que demandam maior planejamento e o envolvimento de profissionais de área ligadas a TI. Neste último caso, as parcerias entre setores da instituição sempre são bem vindas, principalmente quando existem setores nos quais alunos e professores desenvolvem serviços e produtos visando o aprendizado.

No entanto, é importante salientar que gamificar uma atividade não significa necessariamente produzir um jogo eletrônico ou algo atrelado a artefatos tecnológicos. A essência da gamificação consiste em pensar a atividade utilizando elementos dos jogos, o que pode até ser concretizado com o apoio de materiais simples. Como exemplo, pode-se citar uma interação na forma de uma caça ao tesouro que vise a ambientação da comunidade nos espaços da UI e que seja executada presencialmente fazendo uso de cartelas de papel contendo as missões.

Conforme exposto, a gamificação se mostra uma ótima maneira de engajar a comunidade de usuários de uma biblioteca, pois apela para a motivação intrínseca do indivíduo, fazendo-o desejar participar das atividades da UI. Acredita-se que é nessa perspectiva que as bibliotecas podem trabalhar a interação com o usuário, tanto em atividades culturais como na educação de usuário. A ferramenta também possibilitará fazer com que a UI seja vista pelos seus usuários, de forma divertida, interativa e criativa, o que certamente cativará os usuários reais e potenciais.

Finaliza-se este estudo com a sugestão de que a gamificação em bibliotecas seja explorada pelas bibliotecas brasileiras. Pois trata-se de uma temática inédita no que se refere às publicações científicas e aplicabilidades nacionais, revelando-se um nicho de pesquisa a ser desbravado e que promete aqueles que gostam de exercitar a criatividade e o lúdico a oportunidade perfeita para colocá-los em prática. Em países como Estados Unidos e Reino Unido o assunto encontra-se em desenvolvimento, tornando possível conhecer os exemplos e inspirar aplicações em nosso país.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. R.; MINHO, M. R. S.; DINIZ, M.V.C. Gamificação: diálogos com a educação. In: FADEL, Luciane [et. al.] **Gamificação na Educação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

BROUSSARD, M. S. Digital games in academic libraries: a review of games and suggested best practices. **Reference Services Review**, v. 40, n.1, p. 75 - 89. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/00907321211203649>>. Acesso em: 27 out. 2014.

CONNAWAY, L. S.; FANIEL, I. M. **Reodering Ranganathan**: shifting users behaviors, shifting priorities. Ohio: OCLC, 2014.

GARTNER. **Gartner says by 2015, more than 50 percent of organizations that manage innovation processes will gamify those processes**, Abr.. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/QNv2i>>. Acesso em: 10. out. 2014.

HADDAD, R.; KALAANI, Y. Gaming against plagiarism (GAP): A game-based approach to illustrate research misconduct to undergraduate engineering students. In: AMERICAN SOCIETY FOR ENGINEERING EDUCATION, 2014, Indianapolis. **Proceedings....** Indianapolis: Asee, 2014. p. 01 - 08. Disponível em: <<http://asee.cs.southern.edu/proceedings/ASEE2014/Papers2014/4/45.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2014.

MCGONIGAL, Jane. **A Realidade em jogo**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012.
OSHEIM, D. E. **This Could be a Game!**: defining gamification for the classroom. 2013. 117 f. Dissertação (Mestrado em Artes) - Faculty of the Department of Communication Studies, San Jose State University, California, 2013.

PRATSKEVICH, H. **Gamification and the problem of adapting the work content to play context**. 2014. 53 f. Dissertação (Mestre em artes) - Department of Communication Studies, Northern Illinois University de Kalb, Illinois, 2014.

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Regras do Jogo**: fundamentos do design de jogos. São Paulo: Blucher, 2012.

VIANNA, Y. et al. **Gamification, Inc**: como reinventar empresas a partir de jogos. Rio de Janeiro: MJV Press, 2013.

TWAIN, M. **As aventuras de Tom Sawyer**. Porto: Cofina, 2011.

WALSH, A. The potential for using gamification in academic libraries in order to increase student engagement and achievement. **Nordic Journal of Information Literacy in Higher Education**, v. 6, n.1, p. 39-51. Disponível em: <<http://eprints.hud.ac.uk/21134/1/nordil.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2014.

ZICHERMANN, G.; CUNNINGHAM, C.. **Gamification by design**: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. California: O'reilly, 2011.

Editor do artigo: Adilson Luiz Pinto