

Introdu o a Jogos Digitais

Aula 04 - Motiva o em Jogos

Apresentação

Olá! Nossa aula da semana será deveras filosófica!

Você já se perguntou por que as pessoas jogam? Você já se perguntou por que você joga?

Seria apenas para passar o tempo? Ou talvez você almeje bater recordes? Também pode ser uma vontade de deixar o dever de casa para depois...

Atenção!

Não deixe de fazer os deveres de casa!

Vamos lá!

Objetivos

Nesta aula iremos:

- Reforçar o aspecto de voluntariedade nos jogos;
- Conhecer os principais modelos de motivação existentes;
- Entender a diferença entre motivação intrínseca e extrínseca.

1. Uma Atividade Voluntária

Quantas vezes você já ouviu a seguinte frase:

- Nossa, gostaria muito de sair com vocês, mas eu tenho que jogar agora. Que saco!

Figura 01 - Se jogar fosse uma obrigação, imagino que essa seria a sua cara! Ou pode ser só um jogo ruim mesmo!



Eu mesmo, nunca ouvi. Não, não estou falando de deixar de sair com os amigos para jogar, isso eu já vi bastante. O que nunca ouvi foi uma pessoa falar que **deve** jogar. Até porque, quando estudamos a definição de um jogo, ficou claro que ele é uma atividade voluntária, não é mesmo?

Qual resposta você acha que escutaria para a pergunta: -Por que você joga? Provavelmente seria apenas uma palavra: **diversão**. Só que diversão é um conceito complicado, muito subjetivo. Algo divertido para você pode não ser divertido para mim. Lembra aquela quantidade de gêneros que vimos nas aulas passadas? Pois é, a ideia é tentar suprir diversão para todos os gostos! Então deve ter alguma coisa a mais, algum aspecto é levado em conta na construção do jogo que o deixa tão apelativo. Se ninguém é obrigado a jogar, por que tantas pessoas jogam, e por várias horas na semana?

Os jogos existem desde os tempos antigos, com registros de atividades de lazer moldadas como brincadeiras e jogos. Ora, poderíamos argumentar que os jogos não são atividades exclusivas dos humanos!

Figura 02 - Será que os primeiros jogos foram trazidos por aliens?



Lá vem esse povo viciado em Arquivo X! Não estou falando de alienígenas, e sim dos animais. Se você tem um cachorro ou gato, já deve ter entendido o que estou falando: cachorros adoram brincar de cabo de guerra com a sandália dos seus donos, enquanto gatos gostam de atacar novelos de lãs (e minhas calças, por sinal). Essas brincadeiras na verdade têm um propósito de treinar a coordenação dos pequeninos para as tarefas naturais de caça que eles desenvolverão quando adultos. E a palavra aqui é **treinamento**. Assim como os animais, vários jogos criados por nós têm o intuito de nos ajudar a treinar uma habilidade específica, seja ela física (desde brincadeiras infantis até os jogos esportivos) ou mental (jogos de estratégia, jogos de probabilidade).

Muitas vezes esses jogos são usados como uma forma de comprovar quem tem maior habilidade em desempenhar alguma tarefa ou não. Isso normalmente é feito na forma de **competições** - e esse seria um outro motivo pelo qual jogos são criados. Mesmo que não seja uma competição oficial como as Olimpíadas, o fato dos jogos terem sistemas de pontuação, placares e rankings são formas de um jogador comprovar a habilidade que possui em comparação com outros jogadores.

Outros jogos são criados com uma ideia mais colaborativa, em que as pessoas **interagem** para alcançar um objetivo comum. Esses jogos são voltados para aspectos mais sociais e buscam valorizar o trabalho em equipe e a comunicação

entre os membros. Jogos de tabuleiro são ótimos nesse sentido, mesmo com foco mais competitivo. Já os jogos digitais eliminam as barreiras geográficas e permitem que jogadores geograficamente distantes possam interagir como se estivessem no mesmo lugar!

Muitas vezes os jogos servem também como uma **válvula de escape** para o dia a dia cansativo. Depois de horas estudando, passada aquela semana de provas, é normal querer “desopilar” um pouco e aproveitar algumas aventuras em um reino mágico bem distante.

Rapidamente, identificamos aqui quatro motivos que poderiam justificar porque uma pessoa joga. Com certeza você já deve estar pensando em outros! Vamos estudar agora um modelo que nos ajudará a entender mais sobre as necessidades das pessoas e o que as motivam a buscar seus objetivos, na vida e nos jogos!

2. Do que as Pessoas Precisam

Em 1943, o psicólogo Abraham Maslow tentava entender quais eram os fatores que motivavam as pessoas a realizarem suas atividades e manifestarem determinados comportamentos. Esses estudos resultaram nessa bela pirâmide da figura abaixo, denominada Hierarquia das Necessidades de Maslow:

Figura 03 - Hierarquia de necessidades de Maslow.



Fonte: Adaptado de Maslow,1943.

De acordo com Maslow (1943), uma pessoa sempre foca em satisfazer os níveis mais básicos de necessidade primeiro (parte de baixo da pirâmide), para depois buscar os níveis mais elevados. Os níveis da hierarquia proposta por ele são:

- **Fisiológico:** nível mais básico da pirâmide, refere-se às nossas necessidades biológicas de sobrevivência. Comer, dormir, respirar, ir ao banheiro. Essas não têm como deixar de lado, são essenciais para nós.
- **Segurança:** satisfeitas as necessidades fisiológicas, o próximo passo é garantir segurança e conforto. Aqui a palavra segurança não se restringe apenas à segurança física (embora seja muito bom não ser atacado constantemente, principalmente por Orcs). A busca por emprego e estabilidade financeira, o cuidado com a saúde e a busca por uma moradia adequada são exemplos de segurança e estabilidade que normalmente motivam as pessoas a lutar por um padrão de vida melhor.
- **Socialização:** de barriga cheia e com o contracheque garantido, o próximo passo é a necessidade de socialização. Aqui estamos falando do círculo de amizades, encontrar a pessoa amada e construir uma família. Na verdade, o que motiva as pessoas é a necessidade de ser aceito e pertencer a um grupo com o qual possam dividir experiências e receber apoio nos momentos de dificuldade.
- **Estima:** esse nível se refere ao modo como o indivíduo é observado e valorizado pela sociedade. Não basta apenas ser membro de um grupo, a pessoa sente a necessidade de se destacar e saber que, de alguma forma, contribui de maneira positiva para o ambiente em que vive. Seja por destaque no emprego ou como representante do seu grupo social, a pessoa almeja se sentir produtiva e especial no contexto do seu trabalho/lar/comunidade. Essas já são necessidades de alto nível, que normalmente se traduzem em uma realização pessoal e de sucesso.
- **Autorrealização:** o último e o mais transcendental. Dominados os níveis mais baixos de necessidade, esse nível trata da necessidade que cada indivíduo tem de melhorar sempre, a cada dia, em busca de usar todo o seu potencial. Aqui já não é apenas ter uma posição ou valorização diante de um grupo, mas com relação a si mesmo. Reflete a vontade que cada pessoa tem de evoluir e melhorar cada

vez mais (quase um super sayajin nível 4, ou o sétimo sentido dos cavaleiros do zodíaco)!

Um dos pontos interessantes da hierarquia é a questão da prioridade das necessidades. Uma pessoa pode muito querer se destacar em seu emprego, mas dificilmente conseguirá fazer isso se tiver medo constante de perdê-lo. Ou pior, se estiver passando fome! A divisão dos níveis se dá a partir de elementos que são mais básicos e instintivos à nossa sobrevivência, e à medida que se alteram, percebe-se mais elementos voltados a questões de socialização e expressão criativa. Claro que em alguns casos entende-se que uma pessoa poderia satisfazer primeiramente um objetivo de uma camada mais acima em detrimento de uma necessidade mais essencial. Imagine um pintor que perde algumas refeições, mas não para até que sua obra esteja concluída. Seria um exemplo de uma necessidade de autorrealização sendo suprida antes de uma necessidade fisiológica!

E os jogos, quais necessidades atendem? Bem, eu espero que não a do nível mais básico! Mas, sei lá, vai que vocês gostam de comer jogos...

Figura 04 - Hum... vou comer só mais um controle!



Normalmente os jogos trabalham com necessidades da camada de segurança em diante. Por serem ambientes virtuais, o jogador pode participar de uma ação eletrizante sem se machucar, suprimindo em parte a necessidade de segurança. Além disso, quase todos os jogos atuais dispõem de um modo de jogo multijogador, o que possibilita a interação entre jogadores e a satisfação das necessidades de socialização. Essas necessidades também são atendidas pela formação de grupos de jogadores, criação de comunidades de jogos e pelo crescimento dos eventos de jogos e de esportes eletrônicos.

E sobre os níveis mais altos da pirâmide? Jogadores que se destacam em eventos e campeonatos costumam ter um grande reconhecimento, principalmente em países onde o esporte eletrônico é mais maduro, como Coréia do Sul, China e Estados Unidos. Mas perceba que esse reconhecimento não precisa ser em grupos tão grandes. Aquele jogador conhecido como melhor do seu grupo de amigos já está suprindo uma necessidade do nível de Estima da pirâmide. E com relação à autorrealização? Essa é a mais difícil! Primeiro, o jogo deve ser muito bom, a ponto de possibilitar uma experiência de autodescoberta para o jogador: através do jogo, a pessoa consegue entender um pouco mais sobre si mesma, aprender novos valores e se transformar em uma pessoa melhor.

Figura 05 - O jogo Journey passa uma experiência de jornada pela vida e é conhecido por despertar fortes emoções nos jogadores. Vários relatos são compartilhados através de comunidades, como a Journey Stories (<http://journeystories.tumblr.com/>).



Fonte: <http://thatgamecompany.com/games/journey/> Acesso em: 27 jun. 2016.

Bom, vimos os diferentes tipos de necessidades que normalmente as pessoas têm, agora vamos saber como os jogos se conectam com essas necessidades!

3. Engajando jogadores

Antes de iniciarmos qualquer discussão, precisamos esclarecer alguns conceitos. De acordo com McNamara, o primeiro é que você **não irá motivar** as pessoas. Existe uma grande discussão com relação a essa terminologia, mas o entendimento

geral é que a motivação é algo individual e parte de dentro de cada indivíduo. Pessoas diferentes são motivadas por vários fatores, e apenas a própria pessoa pode motivar-se ou não a fazer algo. O que poderá efetivamente fazer é **engajar** as pessoas, ou seja, prover de alguma maneira um atrativo que funcionará como uma ponta ou estimulador para que as pessoas se motivem a realizar a atividade proposta por você, no caso, a jogar o seu jogo.

Então nos resta entender quais são os principais motivadores que podemos utilizar para prover esse engajamento nas pessoas e de que modo os jogos contribuem para estimulá-los. Para isso, vamos tomar por base um framework de gamificação muito popular chamado de *octalysis*, ou análise octal. Embora tenha sido criado por Yu-Kai Chou para a gamificação de sistemas, ele possui uma representação visual muito interessante, que nos ajudará a entender melhor a questão motivacional dos jogos. Essa é a cara dele:

Figura 06 - O aspecto motivacional como apresentado pelo framework Octalysis



Fonte: Adaptado de Chou, 2015. Acesso em: 27 jun. 2016.

Vamos devagar aqui. Cada ponta desse octógono acima representa um elemento motivador, ou seja, um tipo de motivação diferente que leva as pessoas a se interessarem por jogar. Vamos detalhar cada elemento:

1. Significado épico: pessoas gostam de se sentir especiais.

Algumas pessoas se sentem motivadas a jogar porque o jogo permite a elas a sensação de que foram escolhidas para realizar uma tarefa de grande significado, e que apenas elas teriam uma habilidade especial para resolvê-la. É a ideia do

Escolhido, do filme Matrix. Isso faz com que as ações do jogador tenham um significado especial, passando a sensação de que ele tem o poder de transformar o mundo e deixar uma marca, e isso muitas vezes é difícil de acontecer na vida real. Os jogos utilizam principalmente a narrativa como uma forma de apelo a este tipo de motivador, imergindo o jogador em um cenário épico no qual as suas ações representam um fator determinante no resultado final do jogo. Outra forma de se trabalhar esse aspecto é através da inserção de conteúdos exclusivos, pelos quais poucos jogadores tenham acesso, de modo que aquele que o tem passa a se ver como um elemento exclusivo dentro do mundo do jogo.

Figura 07 - A ideia de que o jogador possui uma posição especial no jogo e que as suas ações serão determinantes para o resultado do jogo é a mesma utilizada em filmes como Matrix.



Fonte: <http://matrix.wikia.com/wiki/Neo> Acesso em: 27 jun. 2016.

2. Apoderamento criativo: pessoas gostam de ter liberdade de escolha e de se expressar criativamente.

Essa motivação apela para o lado criativo e construtivo do jogador e é fortemente ligada ao quanto o jogador consegue customizar o mundo do jogo, possibilitando liberdade para que o jogador resolva os problemas apresentados da forma como ele achar melhor. Ao mostrar rapidamente qual o resultado de cada ação, cria-se um ciclo dinâmico em que o jogador percebe em tempo real as escolhas que possui e as consequências de se realizar essas ações. Um exemplo desse tipo de motivador seria o Lego, pois existe um conjunto básico de peças as quais podem ser montadas e combinadas de várias formas possíveis, limitado apenas a criatividade de quem brinca com eles. Jogos com essa característica construtiva, como The Sims e Sim City, são exemplos diretos desse tipo de motivador, além dos jogos de RPG, os quais permitem ao jogador várias opções de personagens e habilidades. Além disso, jogos que possuem itens que alteram a

forma de jogar, como *Boosts* e *Power-Ups* (itens que aumentam ou adicionam poderes ao personagem do jogador), também proporcionam a possibilidade para o jogador escolher como deseja abordar uma determinada fase do jogo.

Figura 08 - Em *The Sims*, o jogador possui liberdade completa para construir o seu personagem e a sua casa da forma que bem desejar.



Fonte: <https://www.origin.com/pt-br/store/buy/sims-4/mac-pc-download/base-game/digital-deluxe-edition> Acesso em: 27 jun. 2016.

3. Realização e desenvolvimento: pessoas gostam de ver que estão melhorando e crescendo em habilidade.

Esse é um motivador clássico e se relaciona com a progressão do jogador ao longo do jogo. Esse senso de evolução e melhoria é algo que possui um forte apelo às pessoas, principalmente porque nos jogos esse crescimento ocorre de forma mais rápida do que na vida real. Desde os primeiros jogos, a existência de pontos e placares tem como objetivo engajar pessoas que se motivam por esse senso de realização. Mas não é apenas a presença de pontos que justifica isso, e sim os desafios existentes no jogo, pois à medida que o jogador começa a superar desafios cada vez mais difíceis, ele percebe que está evoluindo dentro das habilidades necessárias para vencer o jogo. Tudo o que pode ser usado para determinar que o jogador está melhorando, como pontos, conquistas, lista de missões, sistema de níveis de personagem e até batalhas finais contra chefões de fase, são elementos que engajam jogadores motivados pelo senso de realização.

Figura 09 - Em jogos como Call of Duty, os jogadores têm uma lista de conquistas que são adquiridas à medida que ele realiza ações específicas dentro do jogo.



Fonte: <http://www.stfuandplay.com/forums/viewthread/1068/> Acesso em: 27 jun. 2016.

4. Propriedade/posse: pessoas gostam de possuir e acumular coisas.

Propriedade/posse e apoderamento são os mais fáceis de se observar nos jogos (e na vida), pois esses motivadores são responsáveis por fazerem as pessoas iniciarem coleções, seja de selos, pedras, pokemons ou jogos. Já parou para pensar por que tantas pessoas juntam dinheiro, mas nunca ficam satisfeitas? A necessidade humana de coletar e acumular coisas é praticamente natural e instintiva e os jogos se aproveitam disso para estimulá-la através de sistemas com itens ou outro tipo de recurso dentro do jogo. Existem jogos em que o desafio principal é focado no acúmulo e gestão de recursos ao longo de toda a partida. Mas a noção de posse não precisa ser exatamente de algo que o jogador possui dentro do jogo, um exemplo claro desse motivador ocorre quando existe a possibilidade do jogador criar um personagem do jeito que quiser. Esse avatar (personagem do jogador no mundo do jogo) personalizado tem um apelo mais forte em termos de identificação para o jogador do que um já fornecido pronto para ele, de forma que ele se sente “dono” da sua criação.

Figura 10 - Pokemon é baseado principalmente na ideia de se coletar e possuir todos os monstros existentes no jogo, sendo um objetivo até mesmo maior do que terminar o jogo!



Fonte: <http://weneedfun.com/pokemon-games/> Acesso em: 27 jun. 2016.

5. Influência social: pessoas gostam de outras pessoas.

Esse motivador é ligado diretamente ao nível 3 da hierarquia de necessidades de Maslow, não acham? Todos nós, por mais antissocial que sejamos, sentimos a necessidade de nos conectarmos a outras pessoas. É uma característica nossa como seres humanos! E os jogos trabalham muito bem isso, seja através de elementos de competição, pelos quais tentamos igualar as habilidades com os nossos adversários, ou através de elementos de colaboração, quando unimos forças com outro grupo para atingir um objetivo em comum. Atualmente, é quase um padrão o jogo apresentar um componente online para permitir que jogadores de diferentes lugares possam interagir, e com o crescimento da cultura *gamer*, eventos e encontros sociais que unem pessoas ligadas aos jogos acontecem cada vez mais.

Figura 11 - Em jogos como Dota2, não basta apenas confiar na própria habilidade para vencer. É necessário trabalho em equipe e confiança nos companheiros de time.



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Dota_2 Acesso em: 27 jun. 2016.

6. Escassez/impaciência: pessoas querem o que não podem ter.

Você já ouviu a frase “a grama do vizinho é sempre mais verde”? Pois é, existe um motivo para ela ter sido criada. Quando um recurso é limitado, seja pela quantidade que existe ou pelo preço, geralmente isso aumenta a vontade das pessoas em tê-lo. É quase como se possuir esse produto lhe colocasse em um grupo exclusivo. E como já vimos, ser especial e ter identificação com um grupo também são fortes motivadores, que acabam influenciando esse também. Bastante utilizado em jogos e uma das formas mais utilizadas é quando o jogo limita o número de ações ou tempo que o jogador pode passar jogando, muito comum em alguns jogos online e casuais. Levando o jogador a esperar, digamos, duas horas para realizar a próxima ação faz com que ele passe o dia todo pensando no jogo. Sem contar nos jogos que oferecem a possibilidade de jogar logo por um preço especial. Ah! Esse povo que vende tempo!

Outra forma de se apelar para esse tipo de motivação é através do controle da oferta de itens e prêmios, como ocorre em jogos de RPG, ou da imposição de limite de tempo para concluir as ações, muito comum em jogos de corrida ou luta.

Figura 12 - Quanto mais difícil for de se conseguir um objeto, maior vai ser a procura e o desejo das pessoas de tê-lo.



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/One_Ring. Acesso em: 27 jun. 2016.

7. Imprevisibilidade: pessoas são curiosas.

Vou te contar, se a curiosidade matasse a gente em vez do gato, acho que estaríamos extintos! Mas é natural, nosso cérebro gosta de saber o que vai acontecer. Sempre que existir um elemento de sorteio ou incerteza no jogo, esse será o motivador em questão, o mesmo que nos faz ler um livro, assistir a um filme ou procurar *spoilers* de *game of thrones* na internet.

Nós temos uma necessidade de completar as informações para conhecer um cenário. Na medida em que os jogos passaram a ter mais narrativa, esse motivador começou a ser explorado de forma mais direcionada. Atualmente, existe um conjunto de jogos voltado a atender esse motivador através da geração de conteúdo de forma procedural (aleatório, é gerado na hora em que a pessoa vai jogar), assim, toda vez que o jogador começar uma partida, ele estará em um cenário novo, dando

uma sensação de novidade. Um cuidado que se deve ter é que esse também é o principal motivador dos jogos de azar, então existe uma ligação entre esse tipo de motivação e o vício.

Figura 13 - *Recettear* é um exemplo de jogo que explora bem a curiosidade como motivador. Não só as fases são geradas de forma aleatória, dando sempre um novo lugar para o jogador explorar, como ao longo da fase existem várias caixas de tesouro, que podem conter desde meias rasgadas, grandes tesouros e até mesmo armadilhas!



Fonte: <http://www.hardcoregaming101.net/recettear/recettear-old.htm>. Acesso em: 27 jun. 2016.

8. Perda: pessoas não gostam de perder ou sofrer consequências negativas.

Falar sobre perdas praticamente dispensa explicações. Ninguém gosta de errar ou perder e vai fazer o que for possível para isso não acontecer. Esse motivador se dá tanto através de desafios e adversários que ameaçam o bem-estar do jogador como de oportunidades que aparecem por tempo limitado, passando a ideia de que se o jogador não aproveitar aquele momento, não haverá outra possibilidade de conseguir atingir determinado objetivo. No fim do dia ninguém quer ver aquela tela de *Game Over*, não é mesmo?

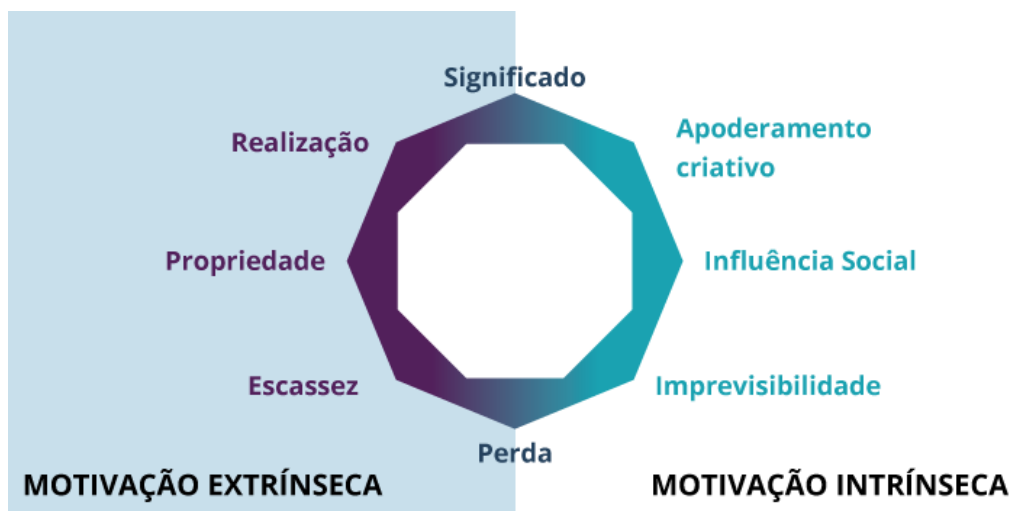
Figura 14 - Não ver essa tela já é um grande motivador para a maioria dos jogadores!



Fonte: <http://lasttokengaming.com/top-10-greatest-game-over-screens/>. Acesso em: 27 jun. 2016.

3.1. Motivação Extrínseca x Motivação Intrínseca

Figura 15 - O modelo em função das motivações extrínsecas e intrínsecas.



Fonte: Adaptado de Chou, 2015.

Interessante é que essa representação visual do modelo *octalysis* permite que façamos mais algumas avaliações sobre os elementos motivadores. Por exemplo, na figura acima fizemos uma divisão entre os elementos e denominamos dois nomes bonitos: **motivação extrínseca** e **motivação intrínseca**.

Quando falamos de motivação extrínseca, significa que a motivação ocorre porque deseja-se obter algo. Logo, ela depende da existência de um elemento externo, seja ele um objetivo a ser cumprido, um item ou recurso que se deseja ou um que não se pode ter. Isso é um reflexo direto dos motivadores de Realização, Propriedade e Escassez. Esses motivadores são mais fáceis de serem trabalhados porque são facilmente percebidos pelo jogador, porém tem como ponto negativo o fato de que, removida a influência do fator externo, a motivação para continuar jogando também deixa de existir.

Por outro lado, quando expressamos a nossa criatividade ou interagimos com nossos amigos, não existe necessariamente um objetivo específico por trás disso ou algo que desejamos alcançar. Quando a motivação é simplesmente atrelada à execução da própria atividade, porque ela por si só já satisfaz, temos um exemplo de motivação intrínseca. Os motivadores de Apoderamento criativo, Socialização e Curiosidade são exemplos claros desse tipo de motivação.

Não existe um tipo certo de motivação para ser usado nos jogos, o ideal é que se faça uma solução balanceada com motivadores dos dois tipos.

3.2. Reforço positivo x Reforço negativo

Vamos mexer na figura de novo, só que agora assim:

Figura 16 - O modelo em função das motivações positivas e negativas.



Fonte: Adaptado de Chou, 2015.

Essa nova divisão tenta refletir outro aspecto dos motivadores. Observe os motivadores no topo do octágono: se sentir uma parte importante do jogo, conquistar objetivos e expressar sua criatividade e liberdade de escolha. Todos eles têm uma coisa em comum, que é o efeito positivo que isso tem sobre o jogador. Afinal, quem não se sentiria bem fazendo todas essas coisas? Dizemos que esses motivadores atuam dando um **feedback positivo** para o jogador.

Já na parte de baixo, temos o desejo por algo que não se pode ter, o medo de falhar ao enfrentar um obstáculo e a incerteza do que está por vir. Do ponto de vista motivacional, eles são ótimos fatores! No entanto, perceba que eles não são algo que lhe faz se sentir bem, mas na verdade lhe motivam para que você se esforce e não se sinta mal. Esses motivadores atuam através de um **feedback negativo** para o jogador, embora a questão da curiosidade seja abordada nesse caso como a angústia para descobrir logo o que vai acontecer depois.

E aí, motivados para continuar o estudo? O importante desse assunto é entender que cada pessoa pode ser motivada por um desses diferentes fatores e, ao construir jogos, é necessário considerar para quem o jogo está sendo feito. Será para todas as pessoas? Então você precisa pensar em elementos que cubram todos os tipos de motivadores existentes. Será para um público mais específico? Então precisa investigar o seu mercado e entender o seu jogador e, assim, poder escolher elementos para o jogo que atuem sobre os tipos corretos de motivadores.

Ficaremos por aqui, pois ainda temos um curso inteiro para ver essas coisas, não é mesmo?

Até a próxima aula!

Pontos-chave

Vamos fazer um pequeno destaque para os pontos principais desta aula:

- Jogar é uma atividade voluntária e existem diversos motivos pelos quais as pessoas jogam.
- O modelo da hierarquia de necessidades de Maslow traz cinco níveis diferentes de desejos que as pessoas podem ter: fisiológicos, segurança e conforto, socialização, estima e autorrealização.
- Engajamento e motivação são acontecimentos/eventos diferentes. A motivação pertence ao indivíduo, e o engajamento é a forma de se estimular essa motivação.
- A análise octal traz oito motivadores básicos que podem ser aplicados aos jogadores: significado épico, propriedade ou posse, apoderamento criativo, realização de objetivos, socialização, escassez de recursos, evitar a perda e a curiosidade.
- Os motivadores podem ser agrupados em função tanto do tipo de efeito que eles causam (positivos e negativos) como pela origem da motivação (extrínseca e intrínseca).

Leitura Complementar

Para a leitura complementar da semana, sugiro que vocês leiam com mais detalhes o material do framework Octalysis. Veja o link para o material: <http://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-complete-gamification-framework/>

Também tem uma palestra bem interessante do criador desse modelo: <https://www.youtube.com/watch?v=v5Qjuegtiyc>

Autoavaliação

1. Quais motivos você elencaria para justificar por que você joga?
2. Explique com suas palavras cada motivador do modelo octal.
3. Como você enxerga a motivação intrínseca e a motivação extrínseca?

Referências

CHOU, Yu-kai. **Octalysis**: complete gamification framework. 2015. Disponível em: <<http://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-complete-gamification-framework/>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

KOSTER, Raph. **Theory of fun for game design**. O'Reilly Media, Inc., 2013.

MARCIANO, Paul. **Motivation vs. engagement**. Disponível em: <<http://www.smartbrief.com/original/2011/05/motivation-vs-engagement>>. Acesso em: 27 jun. de 2016.

MASLOW, Abraham Harold. A theory of human motivation. **Psychological review**, v. 50, n. 4, p. 370, 1943.

MCLEOD, Saul. **Maslow's hierarchy of needs**. Disponível em: <<http://www.simplypsychology.org/maslow.html>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

MCNAMARA, Carter. **Helping people to motivate themselves and others**. Disponível em: <<http://managementhelp.org/leadingpeople/motivating-others.htm>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

NOVAK, Jeannie. **Game development essentials**: an introduction. Cengage Learning, 2011.

VIANNA, Ysmar et al. **Gamification, Inc**: como reinventar empresas a partir de jogos. 2013.