
Jogos digitais e competência em informação como instrumento de gestão: uma inter-relação para a competitividade das organizações contemporâneas

Regina Célia Baptista Belluzzo*
Daiane de Lima Antunes**

RESUMO

Esta pesquisa pretende estudar se, por meio do processo de receptividade da informação, transformação em conhecimento e sua aplicação, pelo desenvolvimento de um jogo corporativo, cuja realidade virtual permita conhecer todos os caminhos e suas conseqüências, pode-se maximizar resultados e efeitos dentro das organizações empresariais, tornando-as com um diferencial competitivo humano, elevado. Durante o desenvolvimento do protótipo deste aplicativo, alguns testes de utilidade e usabilidade serão realizados para aperfeiçoamento do protótipo antes de serem iniciados os processos de pesquisas com usuários reais. Por meio do estudo, concepção, construção e aplicação do protótipo, buscar-se-á simular ambientes corporativos reais, a fim de que os profissionais de determinadas empresas possam, por tentativa

*Pós-Doutorado em Ciências Humanas na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Email: rbelluzzo@gmail.com

**Mestranda Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da UNESP/Bauru. Email: daiane_s_l@yahoo.com.br

e erro, aperfeiçoar suas habilidades, analisando as formas de acesso e usabilidade de jogos digitais nos ambientes corporativos e contribuindo com subsídios para a tomada de decisões, tendo a inter-relação com a competência em informação como diferencial competitivo.

Palavras-chave: Competência; Informação; Jogos Digitais.

1. INTRODUÇÃO

A sociedade atual tem por necessidade estruturar-se num mundo tecnológico de informações e comunicações, haja vista que as carências de informações impostas pela competitividade encontram-se baseadas na geração de novos conhecimentos e o acesso ao uso da informação correta. No mundo contemporâneo, viver com a informação é uma questão de sobrevivência (BELLUZZO, 2007)

Para Aldo Barreto (1999), a informação é capaz de sintonizar o mundo, sendo coadjuvante na evolução e na história do homem. A informação norteia o homem ao seu futuro, constrói diretrizes de conduta e é qualificada como um instrumento modificador da consciência e da sociedade como um todo. Mas, vale lembrar que a informação por si só não está intrinsecamente relacionada ao conhecimento, ou a um diferencial competitivo.

A questão que se coloca agora é a de como se trabalhar com a informação enquanto estruturas significantes, no sentido de direcioná-la ao seu propósito de produtora de conhecimento para a sociedade; como se organiza, controla e distribui de maneira correta, política e socialmente a informação, considerando a sua ingerência na produção do conhecimento. (BELLUZZO, 2007)

2. CONHECIMENTO E INFORMAÇÃO

O significado de conhecimento vem sendo discutido até os dias de hoje e a subjetividade o torna cada vez mais passível de busca por definições concretas (BELLUZZO, 2007).

Conhecimento é a informação que, devidamente tratada muda o comportamento do sistema. O conhecimento é o resultado de um processamento complexo e subjetivo da informação, pois quando a informação é absorvida por um sujeito, ela interage com processos mentais lógicos e não lógicos, experiências anteriores, insights, valores, crenças, compromissos e vários outros elementos que fazem parte da mente do sujeito, pois consciente ou não ele usa seu conteúdo psíquico para trabalhar a informação e como base nisso tomar uma decisão de acordo com o contexto no qual ele está envolvido. Neste sentido é possível considerar que o conhecimento se configura nessa

tomada de decisão, pois ele está ligado à ação uma vez que ele existe e serve para fazer algo, por isso pode-se considerar que o conhecimento é um poderoso agente transformador. (OLIVEIRA, 2014, p. 01)

Para tanto, a informação transformada em conhecimento passa a ser um elemento-chave para a eficiência e a diminuição nos prazos de respostas de personagens dos mercados globalizados. O aumento de informações e o ritmo acelerado das mudanças sociais estão exigindo respostas instantâneas. Para isso, as organizações e seus colaboradores devem transformar a informação em conhecimento e aplicá-lo com destreza (BELLUZZO, 2007).

“A informação, quando adequadamente assimilada, produz conhecimento, modifica o estoque mental de informação do indivíduo e traz benefício ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que ele vive” (BARRETO, 1999, p. 01).

A mensuração do conhecimento é o uso que se pode fazer dele, o remeter do saber imediato aos processos, o diferencial que tal conhecimento proporciona (BELLUZZO, 2007).

No mundo contemporâneo, os elementos tecnológicos e de mídia são peças fundamentais nesse emaranhado de informações e nos permitem, instantaneamente, buscar a construção de conhecimentos interligando temas e pressupostos. Assim, a competitividade e a produtividade inter-relacionam-se diretamente com a condição de o indivíduo transformar a informação, tão vastamente disponível, em conhecimento intrínseco. (BELLUZZO, 2007)

3. A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E OS JOGOS DIGITAIS: UMA FERRAMENTA DE GESTÃO

Parafraseando um magnífico fragmento do livro *Alice no País das Maravilhas* de Lewis Carroll: Alice, caminhando no País das Maravilhas, encontra-se numa bifurcação e pergunta para o Gato Sorridente para que lado ela deve seguir. O gato responde, perguntando: Para onde a senhorita deseja ir? Alice diz que não sabe. Sabiamente responde o gato: “Para quem não sabe aonde quer chegar qualquer caminho serve”.

Este famoso trecho me remeteu a pensar que o que faltava para Alice ter condições de optar pelo melhor caminho era saber onde cada um a levaria e quais seriam suas consequências. Pois bem, pensando nisto, a proposta é desenvolver um aplicativo de Jogos Digitais Corporativos, que permita aos usuários terem condições

de desenvolver a competência em informação, a fim de conhecer os resultados dos caminhos da “bifurcação”, saber suas consequências e vantagens, para que, quando efetivamente tiverem que decidir, saibam exatamente o que sua decisão acarretará.

Segundo o SEBRAE (2016), as médias e grandes corporações têm se atentado à utilização dos jogos digitais no entretenimento e lazer de seus colaboradores, bem como na aplicação de treinamentos e desenvolvimento dinâmico de competências.

As décadas de 70 e 80 foram marcantes para a indústria de videogames, e a televisão deixava de ser apenas televisão e passava a incorporar esse processo, introduzindo o videogame numa nova plataforma midiática, dando abertura ao nascimento de diversos *games* eletrônicos. A rápida evolução dos *games* da versão analógica para a versão digital começou a assustar e a afastar alguns jogadores. Atenta a isto, a indústria de *games*, almejando o alcance de públicos diferenciados, partiu para um processo de adaptar-se aos “novos” e “velhos” perfis de jogadores. Para melhor explorar esse ambiente, Mastrocola (2015) salienta alguns pontos que busca essa homogeneidade em públicos distintos:

- A usabilidade – um jogo deve ter mecânica básica, de fácil interpretação. Tutoriais muito extensos desprestigiam o jogo;
- Níveis de dificuldades – os níveis de dificuldades permitem que usuários iniciantes utilizem, sem deixar de desafiar usuários mais experientes;
- Os jogos devem permitir experiências breves – num mundo tão cibernético, onde tudo ocorre com grande velocidade, jogos muito extensos não atraem a atenção de jogadores, mais ainda sendo nessa proposta de aplicação corporativa, onde a velocidade de informação e de processos é enorme;
- Dificuldades e punições – o jogo deve apresentar punições por falhas, mas nunca forçar o jogador a refazer tudo que acertou, para não tornar a experiência maçante;
- Prazer de jogar – jogos devem manter sua essência e apresentar *feedback* positivo em relação à satisfação do jogador.

Há décadas, os chamados jogos corporativos, que recriam ambientes da empresa, têm ganhado força e atingido tangentes mundiais. Muito embora sejam lúdicos, têm propriedades de desenvolver áreas para as quais forem designados.

Para Cacau Guarnieri (2012), estrategista *web*, a popularização dos videogames colabora com o desencadear da atual tendência de introduzir os *games* corporativos, que, em conjunto com a crescente necessidade de solução de problemas antigos e

com o desenfrear de informações que são dispostas diariamente no mundo dos negócios, proporcionam o aumento na demanda por tais soluções de negócios.

As simulações dos jogos contracenam com o ambiente real da organização. de tal forma que permite ao usuário, por meio de seu personagem, vivenciar as práticas de sua função quantas vezes forem necessárias, sem colocar em risco as transações da empresa. Proporciona, então, condições de aprendizagem por tentativa e erro, adquirindo, assim, maior bagagem de informações para que, quando for necessária a atitude real, este profissional tenha embasamento e condição de avaliar os riscos de suas atitudes (SEBRAE, 2012).

Para a *Games for Business*, empresa de jogos empresariais especializada na criação e no desenvolvimento de produtos que transmitem temas de Gestão, com os jogos corporativos, os funcionários vivenciam virtualmente situações e desafios que só enfrentariam no momento crítico da tomada de decisão, o que faz com que se minimizem falhas e que se tenham profissionais mais preparados mental e psicologicamente.

Jogos, palavra que nos remete a diversão, lazer, descontração, parece-nos muito distante de trabalho e negócios; porém, é exatamente a sinergia de ambientes tão opostos que os jogos corporativos vêm propor, promovendo treinamentos executivos, aprendizagem corporativa e experiência de uma forma interativa e prazerosa (Infomoney, 2011).

Os desenvolvedores e disseminadores desses jogos precisam ter ciência que trabalhar nesse mercado tão específico requer disposição de tempo e dedicação, pois precisarão conhecer detalhes do negócio ao qual irão prestar assessoria e adaptar seu portfólio a tal modelo de gestão.

A expressão *Problem Based Learning* (aprendizagem baseada em problemas), defende que a simulação de problemas práticos conduz a melhores aprendizagens, criando um cenário que naturaliza o aprender a lidar com os obstáculos e vem tornando-se tendência mundial. Quanto mais interativo e autodidata for o sistema, maior será seu efeito para a área à qual foi designado, pois conduzirá o usuário à construção do conhecimento - analisa Antonio Dirceu de Miranda, Diretor-presidente da *BR Academy* (2011).

A palavra *competência*, historicamente utilizada na área jurídica, vem tomando outras formas de interpretação e sendo muito empregada nas organizações e na educação. Fleury (2001, p. 01) define competência como um saber agir responsável e reconhecido, o que implica em mobilizar, integrar, transferir conhecimento, recursos, habilidades que agregam valor à organização e valor social ao indivíduo.

Já Perrenoud (1999, p. 31) afirma que “competência é a capacidade de agir eficazmente em um tipo de situação, capacidade que se apoia em conhecimentos, mas não se reduz a eles”. Por sua vez, Séron (1998) emerge uma teoria de que as competências se tratam de conhecimento prático aplicado, ou seja, não se resumem em saber, ou não, saber fazer algo.

Então, pode-se entender *conhecimento* como um saber acumulado ao longo da vida, desenvolvido por diversas informações recebidas e que o conhecimento está implícito na competência. Assim, podemos afirmar que a competência pode ser aprendida e construída, mas depende diretamente do esforço do agente, que pode ser um esforço natural, ou repetitivo até que se alcance a excelência.

Por sua vez, a informação, no decorrer dos anos, vem se tornando um recurso indispensável às organizações, permitindo o equilíbrio entre seus ambientes internos e externos, e o conhecimento, por sua vez, vem sendo fator preponderante de sucesso. Nesta era, a informação flui em quantidade e velocidades intangíveis, o que nos induz a buscar a chamada “competência em informação” para enfrentar esse desafio, ou seja, o indivíduo deve possuir alto grau de compreensão no que diz respeito às competências, para gerir e usar a informação. O indivíduo que conseguir desenvolver a competência em informação deverá ser capaz de buscar e acessar, com eficiência, a informação desejada, criticar sua relevância e pertinência, organizá-la e transformá-la em conhecimento útil e aplicável (BELLUZZO, 2005).

A utilização dos jogos digitais corporativos vem ao encontro da necessidade que esse desafio propõe e entra como ferramenta midiática de apoio nesse processo de aprendizagem, conhecimento, capacidade e competitividade individual e organizacional.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Acredita-se que a importância deste projeto seja oferecer uma contribuição que venha facilitar o desenvolvimento comportamental dos colaboradores envolvidos na pesquisa, no que diz respeito ao novo suporte de acesso à informação e ao seu uso – jogos digitais – enquanto uma tecnologia inovadora no cenário das formas de aprendizagem de processos e de uso da informação como diferencial competitivo.

Pretende-se analisar as formas de acesso aos jogos digitais e a sua usabilidade nos ambientes corporativos e contribuir com subsídios para a tomada de decisões, tendo a inter-relação com a competência em informação como diferencial competitivo.

Com a construção deste protótipo, procura-se estudar um cenário que, acredita-se, será cada vez mais difundido: a utilização dos jogos digitais corporativos como

instrumento de gestão e diferencial competitivo. Neste contexto, os usuários já não serão mais atores passivos, pois terão a possibilidade de uma interação cada vez mais elaborada, permitindo uma importante inter-relação com seu ambiente real de trabalho.

Esta pesquisa pressupõe um ambiente virtual, simulando situações profissionais, onde o entretenimento e a diversão influirão na tomada de decisões, permitindo elevar a competitividade individual e organizacional no que diz respeito à informação e ao processo de aprendizagem.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa aspira a um caráter exploratório e busca colaborar com a reflexão sobre a real necessidade e importância de se ter informação, ser capaz de selecioná-la e transformá-la em conhecimento eficaz.

A proposta de desenvolver um simulador de ambiente de gestão pressupõe trazer a oportunidade de os usuários usufruírem da condição da oportunidade de conhecer caminhos com vertentes variadas e as consequências a que cada um desses caminhos pode levar sem sofrer danos reais, mas que preparam e condicionam para uma situação real com índices menores de risco, promovendo o diferencial competitivo.

REFERÊNCIAS

BARRETO, A. A. **A questão da informação**. Disponível em: <http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/BARRETO%20A%20Questao%20da%20Informacao.pdf>. Acesso: 03 out. 2016.

BELLUZZO, R.C.B., **Construção de mapas desenvolvendo competências em informação e comunicação**. 2 ed. Bauru: Maria do Carmo Fortuna, 2007.

Competência em informação: um diferencial das pessoas do século XXI. Disponível em: https://www.fe.unicamp.br/getic/arquivos/Oficina_Regina.pdf. Acesso: 03 jul.2016.

CARROLL, L. **Alice no País das Maravilhas**. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/alicep.pdf>. Acesso: 05 abr. 2016.

FLEURY, M.T.L; FLEURY, A. **Construindo o conceito de Competência**. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552001000500010&script=sci_arttext&tlng=pt> Acesso em: 03 jul. 2016

GEDIGames. **Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais**. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario_mapeamento_industria_games042014_Relatorio_Final.pdf. Acesso: 19 jun. 2016.

GUARNIERI, C. **Games Corporativos**. Disponível em: http://www.boletimdoempreendedor.com.br/boletim.aspx?codBoletim=516_Games_corporativos. Acesso: 25/08/2016

GUARNIERI, C. **Revolução Sim**. Disponível em: <https://personavirtual.wordpress.com/artigos/>. Acesso: 28 ago. 2016.

INFOMONEY. **Games corporativos podem ser boas soluções para profissionais e empresas**. Disponível em: <http://www.infomoney.com.br/carreira/noticia/2087248/games-corporativos-podem-ser-boas-solucoes-para-profissionais-empresas>. Acesso: 05 set. 2016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MASTROCOLA, V.B, **Game design modelos de negócio e processos criativos: um trajeto de protótipo ao jogo produzido**. 2 ed. Boston: Cengage Learning, 2015.

OLIVEIRA, C. **Mas afinal o que é conhecimento?** Disponível em: <http://imasters.com.br/gerencia-de-ti/mas-afinal-o-que-e-conhecimento/?trace=1519021197&source=single>. Acesso: 05 set. 2016.

PESSOA, O. J. **Definição de Conhecimento**. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/df/opessoa/TCFC1-10-Cap02.pdf>. Acesso: 04 set. 2016.

SEBRAE. **Jogos digitais: panorama atual da indústria**. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/jogos-digitais-panorama-atual-da-industria/> Acesso: 15 jun.2016.