EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00360
INSTITUIÇÃO	Universidade Federal do Pampa
CAMPUS	São Borja
CIDADE	são borja
UF	RS
CATEGORIA	RP
MODALIDADE	RP07
TÍTULO	Jogue Limpo: o uso de gamification no ensino das Relações Públicas
ESTUDANTE-LÍDER	Andressa Silva Rodrigues
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Relações Públicas
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Tais Righi dos Santos (Universidade Federal do Pampa); Tauwan Berti da Silva (Universidade Federal do Pampa); Marcela Guimarães e Silva (Universidade Federal do Pampa)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O processo de construção da gamificação "Jogue Limpo" e a sua produção e elaboração do produto foi idealizado e executado por discentes do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, durante o componente curricular Ética em Relações Públicas, realizada no segundo semestre letivo de 2019. Sendo assim, ao longo da disciplina foi estudado o código de ética e posteriormente estudado o tema para a turma, de forma lúdica, através de um aplicativo. Desta forma o jogo Jogue Limpo, consiste em uma alternativa interativa para trabalhar a legislação e o código de ética de Relações Públicas. Conforme Busarello (2016, p.50), é possível perceber no campo sociológico, a importância que o jogo tem sob os indivíduos, a interação que há durante esse sistema, acaba por estimular tanto a socialização, a colaboração, como também a concorrência. Deste modo, percebe-se que o jogo pode gerar motivação, persuasão sobre o tema, assim, possibilitando a aprendizagem dos estudantes, a partir de um produto digital e divertido. Os objetivos deste produto digital são: compreender o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, criado pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas — CONFERP, a partir das orientações e ações éticas sobre o desempenho exemplar dos profissionais do mercado de trabalho. Assim como reforçar a importância que o tema tem para o futuro profissional dos discentes, preparando-os para atuar conforme a ética e a moral, possuindo como público-alvo para aplicação os alunos do 6° semestre do Curso Relações Públicas do segundo semestre no ano 2019. A atividade de relações públicas é nitidamente relacionada com o contexto contemporâneo da sociedade, visto que uma das suas características é de mediar os relacionamentos nela existentes, assim tendo que adaptar-se às mudanças que ocorrem na sua conjuntura, sejam elas sociais, econômicas ou tecnológicas. Diante deste cenário, é fundamental o planejamento de estratégias de Relações Públicas, busca encontrar as melhores estratégias comunicacionais para lidar com comportamentos, atitudes e conflitos, a partir de técnicas adequados para promover relacionamentos efetivo. Dentro deste panorama, a gamificação é vista como uma importante estratégia que pode ser utilizada de diversas maneiras na comunicação organizacional interna, tanto com o propósito de engajar os colaboradores na organização, quanto na busca de qualificação em treinamentos. Por fim, é importante abordar o tema da ética nas relações públicas, visto que é um tema pouco explorado, ainda mais no cenário da gamificação. Sendo assim, é através dessa problemática que foi pensado o jogo, unindo a gamificação com o código de ética.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O Código de Ética de Relações Públicas apesar de existir há bastante tempo, é um assunto ainda pouco investigado no âmbito acadêmico, com isso a pesquisa iniciou-se a partir de uma análise exploratória sobre ele, com o propósito de aproximar os pesquisadores com o objeto de estudo para melhor compreendê-lo. A seguir, buscou-se informações por meio de referências teóricas em artigos científicos e páginas de websites sobre a gamification, visto essa que é uma questão inovadora tanto para a área de comunicação, quanto para as Relações Públicas. E a partir do estudo dos temas relacionados à pesquisa, decidiu-se unir ambos para contemplar os objetivos da proposta de trabalho em uma ferramenta interativa e inovadora. Diante da pesquisa de conteúdo

realizada sobre jogos de ética, que mostrou há inexistência de estudos sobre o tema, foi realizada uma análise no Código de Ética de Relações Públicas e destacados os tópicos mais relevantes expostos nele, para assim serem estudados e abordados nas questões feitas durante o jogo. Com isso, focou-se em algumas premissas, como: Responsabilidades gerais dos profissionais; Relações entre RP e: empregador, cliente, entidades de classes e colegas; Honorários; Vedações ao profissional; Sigilo profissional; Lobby; Infrações. Com base nisso, optou-se por desenvolver um jogo digital, por ser bastante popular entre o público-alvo, e baseado na premissa da gamificação, uma inovadora ferramenta para potencializar aprendizagens em diversas áreas do conhecimento. Segundo o autor Kapp (2012), gamificação é o uso de mecânicas, estética e pensamentos dos games para envolver pessoas, motivar a ação, promover a aprendizagem e resolver problemas. Logo, foi considerado como o ideal para alcançar os objetivos propostos neste trabalho, pois é uma possibilidade de promover de forma estratégica e inovadora, o engajamento e a motivação dos discentes com tema relacionado.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

O jogo Jogue Limpo é um aplicativo para as plataformas mobile e web, que pode ser acessado através do link https://joguelimporp.web.app ou instalado gratuitamente. Para o desenvolvimento foi utilizado o framework Ionic 3, que permite a criação de aplicativos multiplataformas (iOS, Android e Web), possibilitando o acesso a todos. Para o banco de dados do jogo, foi utilizado o Google Firebase, que armazena os dados do aplicativo, como as perguntas, respostas, ranking e os usuários. E para a programação, foi utilizado a linguagem de programação TypeScript. Para o layout do aplicativo foi planejado uma estética que valoriza os artigos relacionados ao curso e profissão de RP, como as cores representativas, o azul e o laranja e ilustrações que conduzem para uma maior ênfase no tema proposto. A escolha do nome Jogue Limpo significa apresentar uma conduta de acordo com padrões éticos, sociais e morais, reforçando valores essenciais. Para acessar o jogo é necessário entrar no link através de um computador ou celular com internet para a realização do cadastro no aplicativo do gamification. Após, é obrigatória a realização do cadastro com nome, e-mail válido e senha, para a efetivação do cadastro. Sendo efetivado o cadastro, o jogador dará início ao jogo com três vidas, dando a oportunidade de errar no máximo esse número de questão. Ele é composto por dez perguntas, com três alternativas cada, sendo apenas uma correta. Cada questão contém um tempo máximo de 40 segundos para resposta, sendo que caso não responda dentro do tempo estabelecido, perde a vez. Consecutivamente dará o resultado da pergunta, se estiver correta há a somatória dos acertos no final e a cada acerto recebe um ‘’parabéns’’ (emoticon feliz), se der errado, aparece a frase “que pena’’ (emoticon triste) e a resposta certa e não altera o placar. A pontuação será calculada referente ao tempo e a resposta, levando vantagem aquele que responder em menor tempo. A recompensa do jogo dar-se de forma simbólica, com a disposição do ranking ao final do jogo, da primeira à última posição, com a somatória da pontuação. Através das respostas, é possível o jogador identificar o nível do conhecimento acerca do assunto, como também possibilita a reflexão a partir das discussões e identificar quais pontos precisa ser aprimorados para a vida profissional, a fim de serem exemplos de profissionais éticos.