

Gamification para gestores de talento



HELDER BARBOSA
Licenciado em Gestão e Mestre em Marketing

O conceito *gamification* tem vindo a ser desenvolvido e adotado por várias empresas, em diversos contextos, o que demonstra a sua versatilidade e aplicabilidade. Não obstante, a crescente adoção do conceito é, ainda, incipiente, apesar de existirem elevadas expectativas de crescimento e desenvolvimento. A carência de estudos empíricos que sustentem a utilização da *gamification*, com efeitos práticos e resultados sustentáveis, explica, em parte, uma adoção mais lenta (que o esperado), por exemplo, no contexto organizacional.

A falta de formação e experiência em '*gamification*' por parte dos gestores intermédios (por exemplo, uso de mecânicas, dinâmicas, *design* e elementos de jogos) pode também influir na adoção e utilização de ferramentas de *gamification*.

No entanto, é reconhecida a importância destes gestores intermédios na implementação e execução da estratégia nas organizações. Eles são considerados *key players* pelo que podem aportar, alavancar, influenciar ou bloquear. Nesse sentido, a introdução de ferramentas de *gamification* em contexto organizacional passarão '*quasi* obrigatoriamente' pela sua 'aprovação', adoção e influência.

Sendo adotada, a *gamification* enquanto ferramenta de implementação e alinhamento estratégico, pode potenciar o Talento nas Organizações.

Aliás, são inúmeras as vantagens (Figura 1). Primeiro, permite desenvolver as competências dos gestores intermédios, por exemplo, melhorando a qualidade de gestão de pessoas. Segundo, contribui para uma avaliação de desempenho mais assertiva, contínua e justa. Terceiro, contribui para uma frutuosa experiência dos colaboradores e, não menos importante, permite focar todos os colaboradores nos objetivos individuais, coletivos e da organização.

Na verdade, gerir e potenciar 'Talentos' implica, necessariamente, uma maior pro-



Figura 1 – Vantagens da aplicação da Gamification na Gestão de Talento.

fissionalização dos gestores intermédios. Nesse sentido, a prática de *gamification* permite desenvolver competências de gestão, motivação e *engagement* dos gestores

A falta de formação e experiência em '*gamification*' por parte dos gestores intermédios (por exemplo, uso de mecânicas, dinâmicas, *design* e elementos de jogos) pode também influir na adoção e utilização de ferramentas de *gamification*

intermédios para potenciar as características únicas e distintas de cada colaborador, sem esquecer a tríade de objetivos referida supra. Implicará, assim, desafios, aprendizagem, criatividade, desenvolvimento, prazer, satisfação e um propósito. Gerir Talento pode *in fact* ser um verdadeiro '*Game*' para Gestores Intermédios.

Porém, isto não significa que se deva transformar o trabalho num '*Game*', mas sim beneficiar dos elementos, pensamento e design dos '*games*' para captar, envolver, comprometer, influenciar, desenvolver e aprimorar os colaboradores.

Por conseguinte, a gestão de Talento através de práticas de *gamification* deve ainda considerar todos os estádios da relação dos colaboradores com a organização, nomeadamente: acolhimento, recrutamento, seleção, formação, desenvolvimento e 'curvas de experiência' ou, mesmo, em atividades processuais que permitem a aprendizagem e interação com os colaboradores (ex., *sites* e plataformas internas). O *engagement* dos colaboradores com a Organização é também uma forte 'vantagem' para potenciar o '*employer branding*', i.e., um reconhecimento do mercado per si capaz de captar Talento. Perante este enquadramento, a *gamification* poderá ser aplicada em todos os estádios referidos ou em parte deles, como asseveram vários exemplos de práticas de *gamification*.

Por fim, enumeram-se duas questões para reflexão:

- (1) as organizações estão a potenciar o Talento ou estão, meramente, a consumir recursos? E,
- (2) qual o papel da *Gamification* na gestão integral de Talento? ■