

**GAMIFICAÇÃO EM PROCESSOS DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO:
PERCEPÇÃO DE EFICIÊNCIA E DE RESULTADOS**

SIMEIA DE AZEVEDO SANTOS

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

LEONARDO NELMI TREVISAN

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

ELZA FÁTIMA ROSA VELOSO

FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS (FFIA)

MARCELO ANTONIO TREFF

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO (PUCSP)

GAMIFICAÇÃO EM PROCESSOS DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO: PERCEPÇÃO DE EFICIÊNCIA E DE RESULTADOS

Introdução

Com o surgimento de novas responsabilidades no RH, novas tendências entraram em proeminência. Meeker (2018) pontuou em relatório sobre o amplo uso da internet e como elas estão mudando o aprendizado e o trabalho. Neste contexto aparecem as ferramentas de T&D baseadas em gamificação. A projeção que esse mercado vem tomando no Brasil também é notável, tanto que em 2018 foi publicado pelo Ministério da Cultura o II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais. Dentre as empresas, 16,3% referem-se a jogos utilizados para fins de treinamentos corporativos (SAKUDA; FORTIM, 2018).

Problema de Pesquisa e Objetivo

As novas tecnologias estão mudando rapidamente a forma como as pessoas vivem, se relacionam e trabalham, alterando também de forma substancial a maneira como as empresas operam e a forma como interagem, tanto internamente quanto com a sociedade (CARDADOR et al., 2016; SCHWAB, 2016). A partir da contextualização do relacionamento entre T&D e tendências em gamificação, o objetivo principal do presente estudo é identificar a percepção de eficiência e de resultados mensuráveis no processo de gamificação, como incremento de relevância em ações de treinamento e desenvolvimento.

Fundamentação Teórica

Marras (2016) conceitua treinamento como forma de auxiliar as adequações nos conhecimentos, habilidades e atitudes do indivíduo em relação ao trabalho ou ao cargo ocupado. O termo gamificação deriva do mundo dos jogos, por trazer elementos do contexto dos jogos para um outro contexto. Werbach e Hunter (2012) define gamificação como “o uso de elementos de games e técnicas de game design em contextos que não são jogos”. A gamificação pode ser definida como a inclusão de uma mecânica, um estilo, um pensamento ou de técnicas de design de jogos para envolver as pessoas na solução de problemas.

Metodologia

A pesquisa exploratória é composta por: (i) etapa qualitativa, com coleta de dados a partir de entrevistas semiestruturada realizadas com profissionais que já aplicaram ou desenvolveram treinamento gamificado, sendo os dados interpretados através de análise de conteúdo conforme categorização de Bardin (1995); e (ii) etapa quantitativa, realizada por questionário estilo survey aplicado online para profissionais que já participaram de algum treinamento gamificado, com opção de resposta em formato Likert dispostas de 1 a 10, e análise de informações por meio de médias e variância padrão.

Análise dos Resultados

A etapa quantitativa da pesquisa usou a ferramenta online Google forms, apenas com participantes de treinamento corporativo gamificado. O indicador mais citado foi percepção de engajamento. A maioria quer avançar de fase no treinamento, tanto pelo índice de maior média quanto pela palavra mais citada na questão aberta. A aplicabilidade do conteúdo, a menor média numérica, sugere maiores oportunidades ao design instrucional e conteúdo. A fase qualitativa também sinalizou geração de engajamento, confirmando análises das teorias de gamificação (CARDADOR et al., 2016; WERBACH, HUNTER, 2012).

Conclusão

Os resultados permitiram identificar elementos centrais de gamificação e sua relação com práticas de T&D, tanto pelas informações numéricas quanto pelas qualitativas. O alto índice de “engajamento” foi o indicativo mais forte da concordância do uso de gamificação em processos de treinamento, isso porque o game ajuda a incitar engajamento por parte do indivíduo, e do outro lado, um treinamento que espera atingir resultados precisa ter seus integrantes engajados para se chegar ao propósito final. O engajamento é citado pelos profissionais e também pelos usuários, o que fortalece a informação.

Referências Bibliográficas

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1995. CARDADOR, M. T.; NORTHCRAFT, G. B.; WHICHER, J.. A Theory of work gamification. HRMR. 27. P.353-365. Set. 2016. MARRAS, J. P.. Administração de Recursos Humanos, 15ª ed. São Paulo: Saraiva, 2016. MEEKER, M.. Internet Trends Report. USA: Kleiner Perkins, 2018. SAKUDA, L. O.; FORTIM, I. (Orgs.). II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais. Ministério da Cultura: Brasília, 2018. SCHWAB, K.. A quarta revolução industrial. Fórum Econômico mundial. São Paulo: Edipro, 2016 WERBACH, K; HUNTER, D. For the win.. Wharton Press, 2012.