

EM DIRETO

Pete Jenkins

## «O ser humano tem uma necessidade inata de brincar, de jogar, de se superar.»

É já a 29 de setembro, no Pavilhão do Conhecimento, em Lisboa que decorre o «Business Transformation Summit». A «human» está associada a esta iniciativa pioneira da CEGOC, tendo já entrevistado Greg Verdino e Charles Jennings. Chegou agora a vez de Pete Jenkins, guru da gamification. Os três são os grandes destaques do evento.

Texto: António Manuel Venda

Concorda com a ideia de que as novas gerações precisam de um ambiente de trabalho divertido para obter mais competências?

Não tenho certeza sobre se «diversão» será a palavra certa, mas as novas gerações definitivamente precisam de um ambiente mais envolvente para trabalhar. Os jogos são uma forma de entretenimento bastante popular entre públicos de todas as idades; quase 100% das crianças crescem como jogadores de videojogos, onde obtêm 'feedback' instantâneo e contínuo. Quando esta geração, designada por nativos digitais, entra para o mundo corporativo, admito que tenha um choque muito desagradável, com pouco ou nenhum 'feedback' para ajudar a progredir ou melhorar. Neste sentido, as organizações têm de se adaptar, se quiserem obter dos seus novos colaboradores esta sabedoria digital. Para atrair e reter, deverão garantir-lhes as ferramentas tecnológicas que permitam o 'networking' e o seu espírito colaborativo.

O que significa de facto 'gamification'?

A definição geralmente aceite é que 'gamification' é o uso de mecânicas e dinâmicas de jogos para atrair pessoas, resolver problemas e melhorar a aprendizagem, motivando ações e comportamentos em ambientes fora do contexto dos jogos. Vejo-a como uma forma de aplicar a mecânica de jogo para aumentar o envolvimento de alguém com um processo para que se obtenha mais comprometimento dentro das organizações. Deveremos ainda assim compreender por que determinados mecanismos de jogo são tão cativantes, envolventes e divertidos enquanto outras formas de interação humana não o são. O ser humano tem uma



«As estratégias de 'gamification' baseiam-se num conjunto de teorias da psicologia motivacional e da economia comportamental, combinando-as com mecanismos de jogo que podem ser aplicados a um negócio ou a um processo», explica Pete Jenkins.

necessidade inata de brincar, de jogar, de se superar, e quando bem dirigida pode ser usada como forma de influenciar o seu comportamento. As estratégias de 'gamification' baseiam-se por isso num conjunto de teorias da psicologia motivacional e da economia comportamental, combinando-as com mecanismos de jogo que podem ser aplicados a um negócio ou a um processo.

Podemos falar sobre 'gamification' não apenas em formação e desenvolvimento mas também em todas as atividades de uma organização?

Sim, podemos olhar o uso da 'gamification' em tudo o que envolve pessoas dentro das organizações. A 'gamification' veio para ficar quando o assunto é o relacionamento das marcas com seus consumidores ou o relacionamento das marcas com os seus colaboradores. Para alcançar resultados realmente valiosos para o negócio, é fundamental que a estratégia de 'gamification' esteja alinhada com os objetivos da organização. Assim, estas garantem que os colaboradores e os clientes irão sentir-se motivados a interagir com a marca pelos



motivos certos e não somente por puro entretenimento. É bastante importante ainda que as organizações se preocupem em dar 'feedback'; só assim será possível fazer melhorias e adicionar novas funcionalidades, que tornarão esta experiência cada vez mais divertida e envolvente.

#### Usa a 'gamification' com frequência?

Sim, tanto para desenvolvimento pessoal como para desenvolvimento profissional. Neste momento tenho utilizado a 'app' «Headspace», que ensina técnicas inovadoras de meditação para quem não tem tempo ou para quem não gostaria de investir muito, considerado a «meditação da vida moderna» e com a meta de melhorar o humor e reduzir o 'stress'. Outra que regularmente utilizo é a «Todoist», uma simples e poderosa 'app' com uma lista de tarefas desenvolvida para se adaptar perfeitamente ao ritmo da vida moderna; permite monitorizar, medir e gamificar a sua produtividade com o «Todoist Karma», e acumular pontos ao definir e cumprir metas diárias e semanais, além de visualizar o progresso através de gráficos com cores diferentes para cada projeto.

#### Qual é a sua principal mensagem para os gestores portugueses relativamente a este tema?

Os jogos estimulam, empolgam e divertem muitos milhares de pessoas, que através do mundo lhes dedicam muitas horas... E muitos euros. Sendo assim, faz todo o sentido utilizar este «poder» dos jogos, e utili-

zar componentes de jogo para motivar colaboradores ou clientes, para aumentar o seu envolvimento com a organização. Os benefícios são claros: aumentar a produtividade e motivar os colaboradores. Mas é preciso ser implementado de maneira correta e de acordo com os objetivos de cada empresa, necessitando de uma análise constante dos dados. Deve começar-se por experimentar algumas formas de 'gamification' nos projetos. Começar com algo pequeno e provar o impacto da mesma. Ao invés de começar com um grande projeto, a vantagem é que desta forma vai-se conseguir ver como a nossa cultura de trabalho responde à 'gamification' na prática, de forma a fazer ajustes para o próximo e maior projeto.

#### Que expectativas tem para o evento «Business Transformation Summit»?

Estou muito contente e agradecido à CEGOC por me dar a oportunidade de estar pela primeira vez em Portugal. Quero conhecer o máximo de participantes que eu puder e ouvir as suas histórias e as suas experiências de aprendizagem. O meu objetivo principal é inspirar todas as pessoas para incluírem a 'gamification' como componente-chave da sua caixa de ferramentas, no sentido de tornar a aprendizagem nas organizações mais envolvente e eficaz. Espero ainda que todos os profissionais que participem no evento saiam com grandes ideias e conselhos que possam ser colocados em prática de imediato. ©

EM DIRETO



Nota: informações sobre o «Business Transformation Summit» em <http://bisummit.cegoc.pt/>.

**CHARLES JENNINGS**  
70, 2010

**GREG VERDINO**  
BUSINESS REVOLUTIONARIES

**PETE JENKINS**  
GAMIFICATION

**Pete Jenkins**

Pete Jenkins, considerado o maior especialista da atualidade em 'gamification', é presidente da International Gamification Confederation e fundador do GAMIFICATION+. Participa regularmente em diversos eventos internacionais, como orador convidado.

<http://petejenkins.com>