

## GAMIFICATION: UMA FERRAMENTA PARA A CRIATIVIDADE EM CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Marta Correia SAMPAIO  
ISLA Santarém | Portugal  
[martamotasampaio@gmail.com](mailto:martamotasampaio@gmail.com)

Renato Lopes da COSTA  
António Luís DIONÍSIO

**Objetivos:** O presente artigo tem como objetivo apresentar uma consistente revisão de literatura sobre as práticas organizacionais, especialmente as de gestão de recursos humanos, alavancadoras da criatividade na organização, fornecendo ainda um referencial teórico que explique e sumarie o conceito de Gamification explorando esta dinâmica organizacional como ferramenta potenciadora de criatividade, pretende-se também apresentar sugestões para futuras investigações sobre o tema num contexto empírico de estudos de caso, entre outros desígnios.

**Metodologia / Abordagem:** O artigo reflete sobre as temáticas da Criatividade na organização e Gamification e o seu estado de arte, fazendo uma ligação a um caso prático investigado por Kappen et al (2016) que traduz uma situação organizacional que ilustra os principais elementos discutidos. Abordando as práticas organizacionais, especialmente as de gestão de recursos humanos e fazendo a sua interligação à Gamification enquanto “ferramenta para transformação do ambiente organizacional” (Maan, 2013), através das dinâmicas de jogos aplicadas nas empresas. O caso prático ilustrativo desta situação é o da aplicação do CLEVER, um sistema de Gestão do Conhecimento “gamificado”, na Neusta Software Development, GmbH, empresa alemã da área das tecnologias de informação.

**Conclusões / Recomendações:** Este trabalho contribuiu para aprofundar o conhecimento acerca das práticas estratégicas de gestão de recursos humanos para a criatividade e inovação e também para um melhor entendimento do que é a Gamification e do papel que esta pode ter nas empresas enquanto plataforma facilitadora de práticas organizacionais. Na sequência da análise ao artigo de Kappen et al (2016) e do seu relacionamento com a revisão de literatura efetuada, fica explícito que para algumas das práticas de gestão de recursos humanos com vista à criatividade para a inovação mencionadas por Binyamin e Carmeli (2010) a Gamification dos sistemas parecer ser uma ferramenta a considerar, a motivação para dar contributos relativamente ao conhecimento e o estreitamento de laços relacionais dentro da organização foi percecionada pelos jogadores que participaram no focus group como uma vantagem da utilização do jogo, o que, paralelamente à sensação de autorrealização e diversão que sentiram pode ser entendido como um sinal positivo da utilização deste tipo de ferramentas quando se buscam contributos criativos por parte dos elementos da organização.

**Implicações:** Para além da tremenda atualidade do tema da Gamification, este trabalho traz uma nova abordagem à temática, demonstrando que a utilização do jogo em contexto de não jogo poderá ser um aliado poderoso para a gestão de recursos humanos ao nível da motivação individual e do estabelecimento de uma cultura para a criatividade e inovação. Este estudo vem demonstrar a necessidade de se aprofundar a investigação relativamente à utilização da Gamification enquanto prática organizacional ligada à gestão de pessoas bem como à utilização desta ferramenta na gestão do conhecimento das organizações.

**Originalidade:** A Gamification, apesar de cada vez mais utilizada pelas empresas, é um tema de investigação ainda muito recente especialmente no que às práticas de gestão de recursos humanos diz respeito, este trabalho permite identificar caminhos para trabalhos futuros nesta área, especialmente em Portugal onde ainda não existem muitas investigações nesta área.

**PALAVRAS-CHAVE:** Criatividade; Gamification; Inovação

#### REFERÊNCIAS

Binyamin, G., & Carmeli, A. (2010). Does structuring of human resource management processes enhance employee creativity? The mediating role of psychological availability. *Human Resource Management*, 49(6), 999-1024.

Kappen, D.L, Elm, D., Nacke E. L. & Todello, F.G. (2016). *CLEVER: Gamification and Enterprise Knowledge Learning. Actas da CHI PLAY'16*, October 16-19, 2016, Austin, Texas, USA. ACM 978-1-4503-4458-6/16/10. <http://dx.doi.org/10.1145/2968120.2987745>, acedido em 10/01/2017.

Maan, J. (2013). Social Business Transformation through Gamification. *International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)*, Vol.5, No.3, Agosto 2013. ISS2278-5612. DOI 10.512/ijmit.2013.5302

Wang, Y., & Wang, L. (2016). Self-construal and creativity: the moderator effect of self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 99, 184-189. Doi: 10.1016/j.paid.2016.04.086

Zehir, C., Gurol, Y., Karaboga, T., & Kole, M. (2016). Strategic human resource management and firm performance: the mediating role of entrepreneurial orientation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 372-381. Doi: 10.1016/j.sbspro.2016.11.045