

A GAMIFICAÇÃO COMO RECURSO PEDAGÓGICO NO INCENTIVO À LEITURA INFANTIL

Pablo Mozer de Pinho (SEEDUC)

mozerpablo@hotmail.com

Giulia Silva de Almeida Pinho (FAFIMA)

giuliaalmeida@gmail.com

RESUMO

A afirmação de que ler é importante está presente não só no senso comum, como também é confirmada pelo meio acadêmico. Pesquisas recentes apontam que a leitura na infância está associada com um desempenho escolar superior dos alunos, com um maior desenvolvimento do léxico, maior memória de trabalho e até maior QI (quociente de inteligência). Tendo em vista essa gama de benefícios, além do fato de que, segundo Antonio Candido, o acesso à literatura deve ser considerado um direito humano, pensarem estratégias para o desenvolvimento leitor é de suma importância. Dessa forma, um elemento que pode contribuir para o interesse dos alunos na leitura é a gamificação, uma vez que ela permite mesclar as mais diversas características dos *games*, como enredo, resolução de problemas a partir de um objetivo, design, etc. Um dos recursos mais interessantes é o protagonismo, pois, como ocorre nos games, onde o jogador assume as decisões da personagem, as crianças também assumem essa função ao escolher o melhor caminho para o herói, ao percorrer espaços do colégio atrás de pistas que as levarão a um novo capítulo desta aventura, ou até mesmo ao participar do processo criativo da narrativa do jogo. Ou seja, elas precisam se imergir no mundo da leitura para pensar em estratégias criativas a realização da atividade. Através dessa ludificação, o aprendizado se torna mais orgânico e significativo.

Palavras-chave:

Gamificação. Incentivo. Leitura.

ABSTRACT

The statement that reading is important is present not only in common sense, but is also confirmed by the academic world. Recent research shows that reading in childhood is associated with students' superior academic performance, with a greater development of the lexicon, greater working memory and even greater IQ (intelligence quotient). In view of this range of benefits, in addition to the fact that, according to Antonio Candido, access to literature should be considered a human right, thinking about strategies for reader development is of paramount importance. Thus, an element that can contribute to the students' interest in reading is gamification, since it allows mixing the most diverse characteristics of games, such as plot, problem solving from a goal, design, etc. One of the most interesting resources is the protagonism, because, as in games, where the player assumes the character's decisions, children also assume this role when choosing the best path for the hero, when walking through school spaces behind clues that will lead to a new chapter of this adventure, or even to participate in the creative process of the game's narrative. That is, they need to immerse themselves in the world

of reading to think of creative strategies to carry out the activity. Through this ludification, learning becomes more organic and meaningful.

Keywords:
Gamification. Incentive. Reading.

1. Introdução

Um dos maiores desafios que permeiam a educação hoje é a dificuldade de formar leitores. Quando são incentivados pelos pais, ou outros familiares, as crianças chegam à escola com um extenso vocabulário, facilitando a inserção da criança no ensino fundamental.

A leitura possui diversos benefícios como aumentar o vocabulário e a escrita, mas sabemos que, apesar desses inúmeros benefícios, é difícil competir com os programas de televisão, *smartphones* e vídeo games nas quais as crianças são expostas diariamente.

Tendo em vista todos esses aspectos, enxergamos na gamificação possíveis propostas para incentivar crianças, jovens e até adultos a ler, buscar um prazer na leitura, já que saber ler é diferente de gostar de ler.

2. A importância da leitura

Brito (2010) afirma que o ato de ler pode ser representado através da escrita, do som, da arte, dos cheiros. Cada leitor possui uma experiência única e pessoal, e neste fato reside o seu grande encanto.

É possível relatar uma infinidade de benefícios da leitura, mas vamos nos ater aos apresentados por Freitas (2020) como: melhorar e aumentar o vocabulário, quanto mais se conhece melhor será a leitura e a compreensão da mesma. Melhora a escrita, facilitando a produção de textos. Amplia a visão do mundo, desenvolvendo a parte cultural. Contribui para o pensamento e leitura crítica, nos fazendo pensar sobre os mais diversos assuntos. Estimula a criatividade e curiosidade, segundo relatos de alguns professores do grupo interpretar e aprender, alunos que possuem contato com o jogo de interpretação de papéis, RPG em inglês, trabalhado em colégios como Objetivo em São Paulo, são os primeiros a serem escolhidos para trabalhos em grupo e afins, pois eles têm um enorme contato com a leitura, e durante o jogo são estimulados a tomar ações que exigem criatividade, o contato semanal dos discentes com essas aulas no

contra turno, faz com que os alunos desenvolvam essa parte. Por fim, quando a leitura é feita em conjunto, ela fortalece os vínculos.

Para Freire (1989) não há fronteira para leitura, compreendendo todo processo de aprendizagem, iniciando-se no instante do nosso nascimento. Quando se trata das crianças, um conto de fadas acaba atraindo sua atenção devido à magia, ao universo fantástico, e a gamificação pode ser de grande ajuda para o engajamento destes em novas leituras. Candido (2004) afirma que todos sonham todas as noites, e que ninguém é capaz de passar vinte e quatro horas sem alguns momentos de entrega ao universo fabulado.

3. Gamificação como recurso pedagógico para o incentivo da leitura.

Neste trabalho optamos pela gamificação como recurso pedagógico atual e de grande potencialidade para incentivar a leitura infantil. O neologismo gamificação, segundo Navarro (2013), é uma tradução direta do termo *gamification* criada pelo programador britânico Nick Pelling no ano de 2003. Ele tem ganhado importância no cenário da educação brasileira. O termo tem a ver com jogo (game) e é composto pelo lúdico, jornada, desafio e recompensa.

3.1. O que é gamificação.

Segundo Santaella *et al.* (2018) os games são a maior indústria do entretenimento atualmente, na forma de expressão cultural são comparadas com arte e cinema, fascinando e envolvendo milhões de jogadores há várias décadas.

Fadel, Ulbricht e Bussarelo (2014) atribuem o termo gamificação ao fato de se pensar como em um jogo, apropriando-se das sistemáticas e mecânicas que existem nos jogos para serem usadas em contextos fora deles. Então podemos utilizar tais estímulos com o objetivo de incentivar a leitura, neste documento, infantil, mas que pode ser aplicada a qualquer faixa etária.

Um dos conceitos mais difundidos é o de Vianna *et al.* (2013) considerando que a gamificação abrange a utilização de mecânicas de jogos para a resolução de problemas, motivação e engajamento de um determinado público. Apesar de o conceito ser voltado para empresas as premissas são as mesmas considerando uma aplicação na educação. A

motivação e o engajamento são os fatores que consideramos de extrema importância para construção de atividades que possuem a leitura e interpretação como seu foco principal.

3.2. Narrativa e gamificação

Quando se fala de gamificação na educação, uma das formas de inserção dos conteúdos é através da narrativa, pois ela proporciona a criação de ambientes que interagem com as emoções e os desejos dos usuários. Zichermann e Cuning (2011) identificam dois tipos de elementos que contribuem para a motivação do usuário. A intrínseca e a extrínseca.

As motivações intrínsecas vêm de dentro do próprio sujeito, e necessariamente não estão baseadas no mundo externo, onde o indivíduo liga-se as atividades por própria vontade, pois estas despertam prazer, interesse, envolvimento e desafio. Em oposição, as motivações extrínsecas são externas, baseadas no mundo que envolve o indivíduo. Os autores também afirmam que em alguns casos, recompensas extrínsecas podem prejudicar a motivação intrínseca, afetando diretamente a motivação do indivíduo.

Fadel *et al.* (2014) comentam que a experiência narrativa no indivíduo é gerada tanto pelo ato de acompanhar – ler, assistir e ouvir – uma história como o de jogar. Essa experiência narrativa se liga a uma experiência cognitiva, levando o indivíduo a um constructo emocional e sensorial.

3.3. Estrutura da gamificação

Nos jogos, os comportamentos intrínsecos, segundo Zichermann e Cunningham (2011), estão baseados nas relações de mecânica, dinâmica e estética.

Mecânica: São os elementos para o funcionamento do jogo, permitindo orientações nas ações do jogador.

Dinâmica: São responsáveis pela interação entre jogador e mecânica.

Estética: São responsáveis pelas emoções do jogador durante a interação com o jogo. Aqui também podemos chamar de design, ou até design motivacional, pois é um importante fator de engajamento do aluno.

Para os autores, conhecer o comportamento dos indivíduos pode proporcionar a experiência desejada, dessa forma, assim como Viana *et al.* (2013), destacam quatro perfis de jogadores, os exploradores, os empreendedores, também conhecidos como realizadores, socializadores e predadores.

Exploradores: Como o próprio nome sugere são indivíduos que estão interessados em descobrir as possibilidades e os porquês do ambiente. Estão interessados em estudar e desenvolver habilidades para solucionar desafios do jogo.

Empreendedores: Buscam sempre a vitória, são motivados pela execução de todos os desafios apresentados no jogo.

Socializadores: Buscam a interação social por meio dos jogos. Indivíduos desse perfil preferem jogos cooperativos. Tem uma grande potencialidade educacional, já que a socialização está sempre presente nas propostas pedagógicas. Outro fator que chama atenção é a quantidade de jogadores que jogam jogos desse tipo, sucessos recentes como *Fall Guys* e *Among Us* mostraram que a comunidade que brinca com jogos cooperativos é grande, mesmo em jogos cujo o design é mais simples que os apresentados pela nova geração.

Predadores: São motivados a derrotar os adversários, são extremamente competitivas, suas escolhas às vezes sobrepõe o cooperativo. O que difere esse grupo dos empreendedores é o fato de que não basta ganhar, mas alguém tem que perder.

Cabe ressaltar que, por liberdade, os autores utilizam outros nomes, mas os perfis permanecem os mesmos. É fato também que a maioria dos jogos contém aspectos que atendem a todos os perfis, contudo sempre há um que se sobressai.

4. Gamificação e leitura

Garafalo e Munhoz (2018) afirmam que inserindo a estrutura de um game na leitura de um texto pode-se sedimentar o conteúdo e gerar engajamento através, principalmente, do protagonismo.

Segundo as autoras se o objetivo é a promoção da leitura, um exemplo de atividade é começar com uma narrativa curta explorando uma fábula. Após a leitura pode-se explicar que existem elementos, como códigos QR espalhados pelo colégio e que a missão deles é encontrar tais pistas que os levarão ao objetivo final. Através de atividades lúdicas os alunos não só leem como também encontram sentido naquilo que estão lendo, promovendo imersão, protagonismo e autoria.

4.1.1. Gamificando em sala de aula

A gamificação incentiva os alunos a vivenciar a lógica da experimentação e descoberta, que podem ter como suporte, narrativas, textos, e outras propostas de acordo com a intenção do aplicador.

Serão apresentadas abaixo algumas dicas para aplicar atividades de leitura gamificadas em sala de aula.

Referências: O professor pode levar materiais com referências em jogos, filmes e histórias buscando ampliar a imaginação e criatividade dos estudantes.

QRCode: Se houver celulares ou outros aparelhos para realizarem o escaneamento, pode ser uma alternativa interessante com o intuito de aumentar a interação dos alunos, o código pode ser usado dentro ou fora de sala de aula.

Objetivos: é importante determinar qual o objetivo para a aplicação da atividade. No caso da leitura, pode explorar repertório, conhecimento sobre o assunto, inferências e aspectos não implícitos, mas que podem fazer toda diferença na compreensão de um enredo.

Tema: Juntos, os alunos podem escolher um tema, uma ideia, ou narrativa que será usada até no final do processo de aprendizagem ligando bem todas as etapas.

Jogo: Monte um roteiro com estrutura de um jogo. Pode-se imaginar uma atividade onde os alunos são separados em grupos e cada grupo deve produzir um tabuleiro de trilha. Ao iniciar o jogo, quando uma peça cair em determinada casa, o aluno deve responder perguntas sobre o texto que está sendo trabalhado ou alguma questão relativa ao assunto.

Design: Vivenciar neste caso uma aprendizagem criativa, após a leitura de determinado texto, os alunos podem produzir os personagens ou cenários, utilizando os mais diversos materiais.

Grupos: Estimular a cooperação dos alunos. Podendo trabalhar questões como igualdade, ética e resolução de problemas.

Avatar/personagem: Nesta parte o professor pode trabalhar de duas formas, criar os personagens com os alunos, sugerindo uma determinada obra ou tangram, ou, a medida que um determinado grupo conclui certas missões, vão ganhando partes de um determinado avatar, o grupo que terminar todas as missões, finalizando o avatar, ganha a gamificação.

Roteiro: Estabelecer um roteiro, definindo o passo a passo da atividade, as missões, premiações etc.

5. Considerações finais

A gamificação é a principal aposta educacional desta última década, muito artigos, atividades e cursos estão sendo produzidos e/ou ofertados a fim de formar e informar mais profissionais que desejam aplicar diferentes metodologias na sala de aula.

As multifaces que a gamificação proporciona se encaixam em diversas atividades que podem promover o incentivo e engajamento na leitura de crianças, jovens e adultos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Gabrielle. *Gamificação: A transformação do conceito do termo jogo no contexto de pós-modernidade*, São Paulo, 2013.

BRITO, Daniele Santos. A importância da leitura da formação social do indivíduo. *REVELA – Periódico de Divulgação Científica da FALS*. São Paulo. 2010.

CANDIDO, Antonio. O direito à literatura. In: *Vários escritos*. São Paulo/Rio de Janeiro: Duas Cidades, 2004, p. 174-5.

FADEL, Luciane Maria; ULBRICHT, Vania Ribas; BATISTA, Claudia Regina; VANZIN, Tarcísio. *Gamificação na educação*. 2014.

FADEL, Luciane Maria; ULBRICHT, Vania Ribas; BUSSARELO, Raul Inácio. *A gamificação e a sistemática dos jogos: conceitos sobre a gamificação como recurso motivacional*. 2014.

FREITAS, Juliana. *Tudo o que você precisa saber para criar um pequeno leitor*. Leiturinha. Minas Gerais 2020.

FREIRE, Paulo. *A importância do Ato de ler*. Editora Cortez. São Paulo. 1989.

GAROFALO, Débora; MUNHOZ, Gislaíne Batista. Como incentivar a leitura através da gamificação. *Nova Escola*. 2018. <https://novaescola.org.br/conteudo/10843/como-incentivar-a-leitura-atraves-da-gamificacao>. Acessado 27/11/2020.

SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabricio. Narrativa e gamificação ou, com quantos pontos se faz uma boa história?. In: ____ (Orgs). *Gamificação em Debate*. São Paulo: Blucher, 2018. p. 67-82

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Maurício; MEDINA, Bruno; TANAKA, Samara. *Gamification Inc: como reinventar empresas através dos jogos*. Rio de Janeiro, 2013. <https://www.passeidireto.com/arquivo/30841089/livro-gamification-como-reinventar-empresas-a-partir-de-jogos-mjv-press>. Acessado em 20/11/2020.

ZICHERMANN, Gabe; CUNNING, Christopher. *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web nad Mobile Apps*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media. 2011. <https://oniria.com.br/gamificacao-como-reconhecer-os-4-perfis-de-jogadores/> Acessado dia 25/11/2020.