

# Gamificação é Jogo? Uma Análise de seu uso como ferramenta didática

*Is Gamification a game? An Analysis of Its Use as an Educational Tool*

**Julia Nogueira Flausino<sup>1</sup>, Thiago Ladislau<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Licenciatura em Computação – Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ)  
Pinheiral, RJ – Brazil

<sup>2</sup>Departamento de Histórias das Ciências Técnicas e Epistemologia (HCTE) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)  
Rio de Janeiro, RJ - Brazil

juliaflausinolicom@gmail.com, thiago.ladislau@nce.ufrj.br

**Abstract.** *This article discusses the application of gamification, especially in the educational context. Gamification seeks to motivate desired behaviors through extrinsic motivations. We point out an inherent contradiction in gamification, as a game is defined by its intrinsic motivations. Comparative analysis reveals significant differences in their engagement dynamics. While gamification can promote positive outcomes, there are criticisms regarding its excessive focus on external rewards and competitiveness. It is concluded that it is crucial to rethink how gamification is applied in education, balancing external motivational elements with authentic and meaningful learning.*

**Keywords:** *Gamification, Education, Game, Motivation, Learning.*

**Resumo.** *Este artigo discute a aplicação da gamificação, especialmente no contexto educacional. A gamificação busca motivar comportamentos desejados através de motivações extrínsecas. Apontamos uma contradição inerente na gamificação, uma vez que um jogo é definido por suas motivações intrínsecas. A análise comparativa revela diferenças significativas em suas dinâmicas de engajamento. Embora a gamificação possa promover resultados positivos, há críticas quanto ao seu foco excessivo em recompensas externas e competitividade. Conclui-se que é crucial repensar a forma como a gamificação é aplicada na educação, equilibrando elementos motivacionais externos com uma aprendizagem autêntica e significativa.*

**Palavras-chave:** *Gamificação, Educação, Jogo, Motivação, Aprendizagem.*

## 1. Introdução

Quando se discute o termo gamificação (*gamification*) no contexto acadêmico, educacional e na indústria de desenvolvimento de jogos, a ideia que surge imediatamente é a de “aprender brincando” [Dinia 2023; Sidone 2021]. A premissa comum é que a gamificação pode transformar assuntos densos e difíceis de ensinar, como matemática, em algo divertido, proporcionando uma alternativa para entreter e ensinar os alunos simultaneamente. Gamificação ainda carece de uma definição consolidada na academia, sendo um termo relativamente recente, com os primeiros registros datando de 2008. Diversas definições surgiram ao longo do tempo, mas ainda não há consenso entre pesquisadores e pedagogos. [Vasconcellos, Et Al. 2018] Desde

a sua origem, empresas e educadores têm investido e aplicado essa metodologia em seus alunos, buscando aumentar o engajamento e a participação ativa para aprimorar seus conhecimentos e comportamentos [Mattar e Czeszak 2017].

Este artigo adota a definição de Deterding (2012): “usar elementos de design de games em contextos, produtos e serviços que não são de games para motivar comportamentos desejados.” Essa metodologia tem sido aplicada por educadores e empresas para promover experiências e processos que fomentam emoções positivas, expressão pessoal e recompensas pelos esforços dos usuários. Esse processo combina conceitos de jogos sérios, *advergaming*s, jogos sociais e princípios do behaviorismo, aplicando técnicas de design de games a sistemas, produtos e plataformas, com o objetivo de torná-los mais interessantes e atraentes, ampliando a adesão e promovendo a fidelidade dos usuários [Zichermann e Cunningham 2011.].

Existe um debate recorrente em torno do significado do que é gamificação enquanto atividade, especialmente em relação com jogos tradicionais e videogames. No entanto, esse debate não se restringe à área acadêmica e pedagógica; o mercado também enfrenta dificuldades em diferenciar claramente entre gamificação e jogos [Vasconcellos, Et Al. 2018.] Em muitos casos, jogos sérios são confundidos com gamificação, e alguns autores chegam a considerar qualquer tipo de jogo como gamificação. Essa confusão conceitual ocorre tanto na academia quanto no mercado, onde empresas frequentemente fornecem serviços sem distinção entre os dois termos. Existem casos emblemáticos dessa confusão, especialmente em eventos acadêmicos sobre jogos, que destacam a necessidade de uma definição mais clara e precisa entre gamificação e jogos sérios [Ibid]. A partir dessa discussão inicial, é essencial compreender o que é um jogo, conceito presente na própria palavra gamificação. Uma metodologia fenomenológica sobre a experiência com jogos e videogames pode oferecer uma perspectiva mais clara sobre a natureza dos jogos, ajudando a diferenciar claramente entre jogos, videogames e gamificação.

A partir disso, a metodologia adotada nesta análise é de natureza comparativa e crítica, justificada pela necessidade de examinar a gamificação em contraste com os jogos tradicionais para entender suas diferenças fundamentais. A análise comparativa permite identificar as distintas dinâmicas de engajamento e motivações intrínsecas e extrínsecas que caracterizam cada um. Por meio de uma análise crítica, questionamos as premissas e implicações da gamificação, especialmente no contexto educacional, onde seu uso pode tanto promover resultados positivos quanto detrimental por focar excessivamente em recompensas externas e competitividade.

## **2. A Contradição da Gamificação: Análise Crítica**

O conceito de gamificação apresenta uma contradição inerente: um jogo é um jogo precisamente porque existe em uma realidade fenomenológica distinta do mundo real. O que, então, caracterizaria uma atividade "*gamificada*"? Qual é a motivação de seus participantes? Um jogo é uma atividade aparte do mundo “real” definido pela ruptura fenomenológica que ocorre espontaneamente entre os participantes, criando o que é conhecido como “círculo mágico”. Esse círculo também pode ser facilitado pela tecnologia de vídeo, que permite que o jogo surja na percepção de suas imagens, no caso do videogame. Em ambos os casos, para que o jogo aconteça, é necessário que os

jogadores adotem uma atitude lúdica e participem de uma atividade com regras e valores distintos da realidade cotidiana [Ladislau e Fróes 2019].

Nesse contexto podemos considerar situações de jogo. Por exemplo: crianças que brincam na rua, inventando jogos em um jogo de roda. Algumas observam o jogo de fora, enquanto outras participam ativamente, respeitando e simultaneamente criando novas regras. Um mundo lúdico é criado e compartilhado, motivado pelo prazer de jogar, escapismo e outras sensações prazerosas resultantes dessa atividade [Huizinga (1938) 2016]. Podemos pensar em um videogame sendo ligado e a imagem que revela um mundo onde acontece um jogo [Kammler 2022]; sua luz convence que existe um jogo na tela para o jogador. Alguém vai ao fliperama e é atraído pela luz de um gabinete, compreendendo que se trata de um jogo de labirinto envolvendo uma boca que precisa se alimentar e fugir de fantasmas. Empolgado com a possibilidade da aventura sugerida pela imagem, ele decide inserir uma ficha e jogar [Turkle 2005]. Podemos considerar também o carteadado com apostas em dinheiro, os jogadores de futebol e seus milhões de dólares ou os jogadores de eSports com seu regime intensivo de treinamento diário para ganhar partidas e manter patrocínios, atividades onde o jogo é jogado para se obter algum tipo de lucro ou vantagem [Stenros 2014].

Todas essas atividades têm algo em comum, seja pelo puro prazer de jogar ou pelo aspecto competitivo com grandes premiações: todos participam do jogo por uma "tentativa voluntária de superar obstáculos desnecessários" [Suits (1978) 2014]. Não importa nesse caso se o envolvimento dos jogadores com a atividade é de cunho competitivo e profissional, importa notar que o fato de jogadores de futebol não poderem usar as mãos (apenas o goleiro) é parte fundamental da identidade do jogo de futebol, não por qualquer motivo externo arbitrário, mas por um motivo exclusivamente correspondente a identidade do jogo de futebol, com o conjunto de suas regras arbitrárias sendo aceitas comumente por todos para que o jogo possa existir [Schwengerer 2018].

Não é fundamental ou necessário, por qualquer motivo que seja extrínseco ao jogo, que uma peça de xadrez se mova apenas em L, nem que só o goleiro possa pegar a bola com as mãos. As regras de um jogo de futebol existem em prol da atividade do jogo, definem sua identidade. Se há dinheiro, prestígio e fama em torno das motivações do jogo são fatores secundários na análise da ontologia do jogo enquanto atividade. Isso não significa dizer que o jogo por definição está isolado de quaisquer fatores externos, significa afirmar que a atividade do jogo, e suas motivações partem de um interesse particular pelo jogo, que dependem de uma atitude lúdica positiva em relação ao jogo e suas regras, para que o jogo aconteça [Suits 1978].

Ao considerarmos os processos de gamificação, percebemos que a própria palavra indica onde está o problema: uma atividade não é um jogo, mas é transformada em jogo para torná-la mais interessante e envolvente, como se qualquer atividade pudesse ser moldada em prol de um melhor desempenho. No entanto, isso se afasta de qualquer princípio do que poderíamos definir como jogo. A motivação é externa ao jogo, no sentido de que, quando o jogo é jogado e suas regras são respeitadas, esse envolvimento parte de um lugar externo, indiferente ao jogo em si. Enquanto isso, as regras do "jogo" não são mais arbitrárias, mas são moldadas exclusivamente em prol da motivação externa que levou à gamificação da atividade [Santos 2015].

### **3. O Papel da Gamificação na Educação: Uma Análise Comparativa**

Ao confrontarmos as definições de jogo e gamificação, é possível identificar diversas semelhanças, destacando-se o uso de narrativas, sistemas de recompensas e a realização de atividades individuais ou cooperativas. A prática da gamificação oferece uma premissa de integrar diversão ao processo de aprendizagem por meio desses elementos quando aplicada em ambientes educacionais. Zichermann e Cunningham (2011) ampliam essa definição ao descrever a gamificação como a inclusão de mecânicas, estilo e pensamento característicos dos jogos para envolver os participantes na resolução de problemas.

Recompensas extrínsecas e intrínsecas representam duas formas distintas de motivação que impulsionam o comportamento. Recompensas extrínsecas são aquelas que vêm de fontes externas ao indivíduo, como pontos, prêmios, dinheiro ou reconhecimento social. Elas são geralmente usadas para incentivar ações específicas ao oferecer uma compensação que não está relacionada ao prazer da atividade em si. Em contraste, recompensas intrínsecas são aquelas que surgem do próprio prazer e satisfação que a atividade proporciona. Esse tipo de motivação é alimentado pelo interesse genuíno, pelo desafio pessoal e pelo sentimento de realização ao realizar a tarefa. Enquanto as recompensas extrínsecas podem aumentar a participação e o engajamento de forma imediata [Loughrey; O Broin 2018]. Elementos extrínsecos, como pontos, prêmios e classificações, são frequentemente usados para incentivar comportamentos desejados, mas podem enfraquecer a motivação intrínseca ao desviar a atenção do prazer inerente da atividade para as recompensas externas. Embora esses motivadores extrínsecos possam aumentar o engajamento a curto prazo, eles frequentemente falham em promover um envolvimento profundo e duradouro. Além disso, práticas inadequadas na gamificação podem não apenas reduzir a motivação intrínseca, mas também afetar negativamente o bem-estar psicológico dos usuários (Ibid).

Ao examinarmos algumas implementações práticas observamos similaridades em áreas como por exemplo: motivação através de sistema de recompensas a progressão de níveis baseada na conclusão de tarefas e a classificação dos participantes. Neste caso de análise: os alunos. Apesar dos resultados positivos que podem ser alcançados é crucial considerar alguns pontos de discussão em relação ao uso dessa metodologia. Existe uma reação contra a gamificação por parte de alguns estudiosos que questionam o conceito em variados aspectos apontando a excessiva ênfase que a gamificação deposita nas recompensas extrínsecas [laschke e Hassenzahl 2011], a redução da riqueza do jogo que deixa de ser atividade lúdica prazerosa para se tornar acúmulo de pontos e *badges* [Robertson 2010] e o fomento a uma competitividade que por vezes suplanta o próprio objetivo da gamificação entre outras críticas [Marczewski 2014].

### **4. Conclusão**

Este artigo teve como objetivo central promover uma reflexão sobre as motivações e o engajamento proporcionados pela gamificação, especialmente no contexto educacional. Ao analisarmos os diversos elementos que compõem essa prática, torna-se claro que existe uma necessidade premente de desenvolver abordagens que engajem e recompensem os participantes sem comprometer os valores fundamentais da educação. A crítica do trabalho parecer divertido [Dewinter, Kocurek e Nichols 2014] ressalta as

potenciais armadilhas da gamificação, destacando como a ênfase excessiva em recompensas externas pode desvirtuar a experiência de aprendizagem. Ao contrastarmos a gamificação com jogos, percebemos que ambos possuem dinâmicas de engajamento distintas, o que pode gerar controvérsias quando aplicados ao contexto pedagógico.

Podemos contrastar a situação desse videogame com a lógica da gamificação: vislumbrar um cenário em que o mesmo operário é incentivado por pontos e recompensas externas para realizar suas tarefas de maneira mais eficiente. Nesse cenário imaginário, podemos imaginar um operário que precisa chegar no trabalho para levar essas caixas à esteira, no entanto, seria recompensado caso chegue no trabalho no horário. Ao chegar no horário, o jogador seria recompensado por realizar suas tarefas mais rapidamente que seu colega que chegou atrasado, conseqüentemente, sendo promovido mais rápido que ele e assim sucessivamente, gerando um engajamento através de: recompensas, competições e eficiência. O aprendizado de lógica computacional, seria um engajamento secundário.

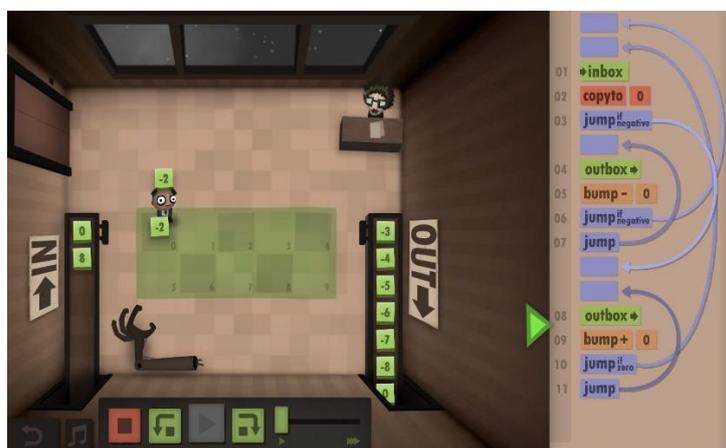


Figura 1: Human Resource Machine (Tomorrow Corporation 2015)

Chegamos à conclusão de que é fundamental repensar a forma como a gamificação é aplicada na educação, buscando equilibrar os elementos motivacionais externos com a promoção de uma aprendizagem significativa e autêntica. Este artigo lança luz sobre essas questões e incentiva futuras pesquisas a explorar novas abordagens que maximizem os benefícios da gamificação enquanto mitigam seus efeitos adversos. É de interesse dos autores continuar a investigação em prol de conseguirmos elaborar melhor essas diferenças entre jogo e Gamificação. Através desses frutos dessa pesquisa, podemos elaborar melhores ferramentas para desenvolver métodos de aplicação de jogos em educação que sejam mais eficazes para os estudantes. Com uma boa designação dessas diferenças pode contribuir em muito para a área educacional.

## Referências

- G. Zichermann, and C. Cunningham. *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. Sebastopol, CA, EUA: O'Reilly Media, 2011.
- A. Marczewski. *Gamification: Overjustification Effect and Cheating*. Gamified UK [online]. Disponível em: <https://www.gamified.uk/2014/01/06/gamification-overjustification-effect-cheating/>. Acessado em 03/06/2024
- Dinia, Ismail. “How to Use Gamification in ELearning for Maximum Engagement and Effectiveness.” *ELearning Industry*, 22 Jan. 2023, [elearningindustry.com/how-to-use-gamification-in-elearning-for-maximum-engagement-and-effectiveness](http://elearningindustry.com/how-to-use-gamification-in-elearning-for-maximum-engagement-and-effectiveness).
- Huizinga, Johan. *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. 1938. Angelico Press, 2016.
- Kammler, Arvid. “Playing with Light. On the Materialities of Video Game Spaces.” *Special Issue: Ludomaterialities*, edited by GamesCoop, vol. 2, 2022, [mediarep.org/entities/article/c526887e-93d7-495e-b12a-e7dc66ca7a2b](http://mediarep.org/entities/article/c526887e-93d7-495e-b12a-e7dc66ca7a2b). Accessed 18 May 2024.
- Ladislau, Thiago, and Maira Froés. *O Círculo Mágico, a Atitude Lúdica E a Estética Dos Jogos*. *Proceedings of SBGames 2019*, 2019, [www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/ArtesDesignFull/198332.pdf](http://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/ArtesDesignFull/198332.pdf).
- Laschke, M., and M. Hassenzahl. *Mayor or Patron? The Difference between a Badge and a Meaningful Story*. 2011, pp. 72–75, [gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/18-Laschke.pdf](http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/18-Laschke.pdf). Accessed 3 June 2024.
- Mattar, João, and Wanderlucy Czeszak. “Gamificação Como Um Novo Componente Da Indústria Cultural.” *REVISTA INTERSABERES*, vol. 12, no. 25, June 2017, <https://doi.org/10.22169/revint.v12i25.1226>. Accessed 30 Apr. 2020.
- McCallum, Simon. “Gamification and Serious Games for Personalized Health.” *Studies in Health Technology and Informatics*, vol. 177, 2012, pp. 85–96, [pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22942036/](http://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22942036/). Accessed 28 Mar. 2021.
- Robertson, Margaret. “Can’t Play, Won’t Play.” *Kotaku*, 10 Nov. 2010, [kotaku.com/5686393/cant-play-wont](http://kotaku.com/5686393/cant-play-wont). Accessed 3 June 2024.
- Santos, Pedro. *Deep Gamification of a University Course*. 2015, [scitecin.isr.uc.pt/Proceedings/Papers/VideoJogos/9.pdf](http://scitecin.isr.uc.pt/Proceedings/Papers/VideoJogos/9.pdf). Accessed 4 June 2024.
- Schwengerer, Lukas. “An Epistemic Condition for Playing a Game.” *Sport, Ethics and Philosophy*, vol. 13, Sept. 2018, pp. 293–306, <https://doi.org/10.1080/17511321.2018.1515977>. Accessed 29 Mar. 2019.
- Simão De Vasconcellos, Marcelo, et al. *Gamificação: Uma Investigação Sobre O Conceito No Contexto Do SBGames*. 2018, p. 813, [www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/CulturaFull/188285.pdf](http://www.sbgames.org/sbgames2018/files/papers/CulturaFull/188285.pdf). Acessado 23 de Maio de 2024.
- Stenros, Jaakko. “In Defence of a Magic Circle: The Social, Mental and Cultural Boundaries of Play.” *Transactions of the Digital Games Research Association*, vol. 1, no. 2, Feb. 2014, <https://doi.org/10.26503/todigra.v1i2.10>. Accessed 9 Apr. 2020.

Suits, Bernard. *The Grasshopper : Games, Life and Utopia*. 1978. Broadview Press, 2014.

Turkle, Sherry. *The Second Self : Computers and the Human Spirit*. Mit Press, 2005.

G.Zichermann, and C. Cunningham. *Gamification by Design : Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'reilly Media, 2011. *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*.

Miljanovic, Michael, and Jeremy Bradbury. *A Review of Serious Games for Programming*. 2018.

Loughrey, Kevin, and Daire O Broin. "Are We Having Fun Yet? Misapplying Motivation to Gamification." *IEEE Xplore*, 1 Aug. 2018. Acessado em: [www.ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8516535](http://www.ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8516535). Acessado 21 de julho de 2024.