

A cultura lúdica e cultura digital: interfaces possíveis

Resumo: O presente artigo se propõe a refletir sobre as questões relacionadas com o processo de gamificação que invade a sociedade contemporânea, instaurando a ênfase no prazer de viver de forma lúdica seja nas relações de consumo ou nas relações educacionais. Essa cultura lúdica se articula com a cultura tecnológica e cria artefatos em que os usuários são motivados a cumprir missões para alcançar objetivos e ganhar recompensas. O artigo convida a uma reflexão em torno desta prática a fim de subsidiar novas possibilidades pedagógicas.

Palavras-chave: Gamificação, ludicidade, aprendizagem, jogos, escola.

Lynn Rosalina Gama Alves
Universidade do Estado da Bahia (UNEB)/Programa de Pós-Graduação em Educação e Contemporaneidade
SENAI/CIMATEC/Programa de Pós-Graduação em Modelagem Computacional
lynnalves@gmail.com>

(1) Refiro-me às pesquisas do IBOPE realizadas entre maio e junho/2011, com o universo: 69 milhões de pessoas; e a do InsideComm/Censo Gamer realizada em 2012.

Introdução

Na década de 50, Huizinga (2001) já afirmava que o homem era lúdico na sua natureza. Nos últimos anos o conceito de ludicidade foi discutido e revisitado sendo atualizado para o que é ser lúdico mediado pela cultura digital. Dentro desse contexto, uma tecnologia tem se destacado: os jogos digitais. As crianças, adolescentes e adultos conhecidos como *gamers* investem horas em frente às diferentes telas, imersos em narrativas que os desafiam a representar e viver distintos papéis, aprendendo e desenvolvendo habilidades cognitivas, mas o mais importante: eles estão se divertindo, vivenciando de forma lúdica diferentes histórias. Em duas pesquisas¹ realizadas no Brasil em 2011 e 2012 foram observados os seguintes dados: a média de tempo de interação com jogos on-line chega a 5h14min semanais; nos jogos portáteis cai para 3h22min (IBOPE, 2011); a média que o jogador brasileiro passa em frente ao *videogame* é de sete dias por semana, duas horas por dia; e no Brasil, somando todas as pessoas que jogam *videogames*, são gastas mais de 40 bilhões de horas (InsideComm/Censo Gamer – 2012). Estes dados nos provocam a pensar as relações que são estabelecidas por estes jovens entre a cultura lúdica e a cultura digital.

A pesquisa do IBOPE (2011) indica ainda que 39,4% dos jogadores têm entre 12 e 19 anos – estão em idade escolar –, e 24,4% dos jogadores tem entre 25 e 34 anos.

Os nossos jovens passam muito tempo interagindo com os ambientes dos jogos eletrônicos e neles aprendem sobre história, mitologia, futebol, guerras, enfim uma infinidade de conteúdos mediados pelos jogos e passam mais horas jogando do que sentados

nas salas de aulas, ouvindo os discursos dos professores. Estariam os *games* se constituindo uma escola paralela? Obviamente que responder afirmativamente a esta questão poderia contribuir para reforçar ainda mais as posturas maniqueístas e contrárias em relação aos *games*. Por outro lado, seria simplificar demais o papel e a função da escola enquanto um espaço importante para formação crítica do cidadão do futuro. Dentro desse contexto, o Grupo de Pesquisa Comunidades Virtuais investiga cotidianamente as relações que são estabelecidas entre a cultura lúdica e a cultura digital e como isso vem refletindo nos cenários pedagógicos e é nossa intenção apresentarmos algumas trilhas nesse artigo.

Uma sociedade gamificada

A lógica presente nos *games* invade diferentes espaços dando origem ao que vem sendo chamado de *gamification* ou traduzindo para o português “gamificação”. Assim, as mecânicas dos jogos que podem engajar e motivar pessoas são levadas para as atividades cotidianas e aplicadas principalmente na área de *marketing*.

Desta forma, a gamificação se constitui no processo de levar as características presentes no jogo para a busca de solucionar problemas, em diferentes situações, principalmente as que envolvem e seduzem o sujeito para consumir novos produtos. A existência de desafios e missões que ao serem cumpridas são recompensadas, mobilizando e engajando os sujeitos em uma causa de forma lúdica, prazerosa e muitas vezes colaborativa vem sorratamente se instaurando na sociedade contemporânea, atraindo principalmente a Geração C.² Geração que desencadeia e demonstra, nas suas situações e ações vividas, uma familiaridade com as tecnologias digitais e telemáticas, potencializando seus usos e suas influências na ressignificação dos espaços vivificados cotidianamente. Geração C é o grupo de sujeitos que interagem com estes artefatos e produzem colaborativamente e conectados a diferentes redes, conteúdos.

Conteúdos que podem ser caracterizados como transmidiáticos. A narrativa transmidiática defendida por Jenkins (2008) se estrutura como uma nova estética, para atender às novas exigências dos consumidores, que passam a ser mais críticos e produtores de conteúdo, na medida em que participam ativamente de comunidades de conhecimento, criando um novo universo mediado por múltiplos suportes midiáticos.

Gee e Shaffer (2010) enfatizam que os *games* possibilitam que os jovens produzam conhecimento e produtos e participem das comunidades virtuais, como nunca ocorreu antes.

O grupo geracional apontado acima, assim como os que o antecederam, tiveram o prazer de na sua infância vivenciarem a interação com diversos tipos de jogos, diferenciando-se dos seus pais que interagiram com mais intensidade com os jogos analógicos. Cabe registrar que a geração Atari, que encontra-se na faixa etária dos quarenta anos, é uma exceção. Desta forma, estes grupos geracionais são mobilizados pela lógica presente nos distintos jogos e vem construindo sentidos e aprendendo nestes espaços.

O prazer de ser desafiado para solucionar um problema e ser recompensado por isso, que é a essência da estrutura de um jogo, vem sendo levado para diferentes contextos objetivando engajar os sujeitos em distintas ações, como dito antes. Um exemplo clássico de gamificação no Brasil é o programa de Silvio Santos, que desde a década de 70 anima os domingos, criando situações para que a audiência participe das atividades provocadas pelo animador do programa que recompensa os vencedores com dinheiro.

Outros exemplos já incorporados no nosso dia a dia são os programas de fidelidade das companhias aéreas que utilizamos. A cada viagem que fazemos, ganhamos pontos que no futuro podemos trocar por outras passagens ou, então, o restaurante que almoçamos que a cada dez refeições, ganhamos uma. Diferentes formas de motivar os sujeitos, a continuar consumindo, cumprindo missões, ganhando pontos e sendo premiados no final. Mas, então, não é isso que o jogador quer? Ser recompensado? Sim, ser recompensado pela sua performance.

Para Jonhson (2005), o objetivo final do jogador é a busca de recompensa. O jogo sempre se estrutura através de um desafio, um problema que exige uma solução, mas conserva e mantém o seu caráter lúdico, de entretenimento. Segundo Jonhson (2005), os desafios cognitivos apresentados nos jogos mobilizam o jogador a: tomar decisões; avaliar diversas situações que se colocam à frente do jogador; calcular objetivos de longo e curto prazo; administrar os recursos disponíveis e fazer escolhas; e finalmente a busca de recompensa.

Esta configuração está presente nas práticas gamificadas. Práticas que se estruturam através das mesmas características dos jogos (especialmente os digitais), a exemplo de: objetivo (uma meta

(3) É uma rede social que permite ao usuário registrar os lugares onde passa, localizando os amigos que estejam próximos a estes lugares.

A cada check-in feito ganha-se pontos que são somados e acumulados, gerando distintivos. É possível conseguir descontos em restaurantes e lojas credenciadas ao Foursquare se o usuário estiver no local.

(4) O Waze é um aplicativo que integra rede social e GPS. Os usuários vão registrando os locais por onde passam, informando como está o trânsito, se tem acidentes, policiamento, obstáculos etc. Ao fazer esses registros acumula pontos, evolui de Waze bebê até chegar ao nível mais alto. Neste aplicativo é possível também se comunicar com outros Wazes.

a se alcançar, o que os jogadores/usuários desejam obter), regras (quais as normas para seguir durante as atividades e consequentemente alcançar os objetivos propostos?), sistema de *feedback* (o jogador/usuário precisa acompanhar o seu desempenho, identificando a distância que está para alcançar o objetivo desejado) e participação voluntária (o jogador/usuário tem o livre-arbítrio para ficar ou sair do jogo, concordando com os objetivos, regras e sistema de *feedback* estabelecido). (MCGONIGAL, 2011)

Salen e Zimmerman (2012) compreendem que os jogos se caracterizam por ser um sistema artificial, que apresenta conflitos e regras, com um alvo quantificável e não existe jogo se não há jogadores.

As características apontadas por MCGonigal, Salen e Zimmerman têm norteado o desenvolvimento das práticas gamificadas. Assim, tornar lúdica a experiência de viver, se configura a palavra de ordem! A cultura lúdica pensada por Huizinga (2001) e Caillois (1990) na metade do século XX, começa a ser fortemente mediada pelas tecnologias digitais e telemáticas, presentes nas mídias sociais. Agora os aplicativos que são usados nas redes sociais ou como redes sociais, a exemplo Foursquare³ ou Waze⁴ que convidam seus usuários a clicarem, participarem, cooperarem, deixarem suas trilhas, marcas virtuais e ganharem pontos que se convertem em medalhas que os distinguem dos demais usuários, são os novos espaços lúdicos e exemplos de gamificação.

A participação nestas redes cria um grande banco de dados que possibilita que outras pessoas possam acessar as informações que em determinados momentos podem ser úteis, delineia a emergência de uma inteligência coletiva que, para Lèvy (1996), se constrói em tempo real, baseada em três aforismas: ninguém sabe tudo; cada um tem um saber; e todo o saber está disponibilizado na humanidade.

Contudo, há que se relativizar um pouco essa questão, pois motivar os sujeitos para participarem de diferentes ações, sejam relacionadas com o consumo ou práticas sociais relevantes e premiá-los por isso é um ponto, mas criar modelos de condicionamento em que as pessoas participem apenas por que são premiadas é resgatar uma perspectiva da psicologia comportamentalista bastante questionável nos dias atuais.

É notório o descompasso da escola em relação às demandas das novas gerações. A escola criada para atender aos desejos e anseios da burguesia, passou ao longo da história por diferentes mudanças e transformações, mas continua enraizada nos pilares da sociedade moderna, distanciando-se das atuais demandas contemporâneas. Uma destas demandas passa pela compreensão de quem é este aluno que chega a escola hoje? Para Sibilia (2012, p. 197) é difícil negar a incompatibilidade existente entre a escola e os estudantes. Essa inadequação se tornou mais evidente nos anos recentes quando foi se “gerando um encaixe quase perfeito entre esses mesmos corpos e subjetividades (a autora se refere aos estudantes), por um lado e, por outro, os aparelhos móveis de comunicação e informação, tais como os telefones celulares e os computadores portáteis com acesso à internet.” Nesse encaixe inclui-se a interação cada vez mais intensa e frenética com os *games*. (2012, p. 197)

Com a discussão em torno da gamificação de distintos setores da sociedade contemporânea, essa tendência bate à porta da escola. Na tentativa de atender a demanda dos estudantes, o Ministério e Secretarias de Educação rapidamente contratam especialistas para aderirem aos modismos sem uma reflexão em torno do que efetivamente elas significam. Propostas inovadoras são criadas e encaminhadas de cima para baixo para as escolas, através de programas que nunca são completamente efetivados, seja por que os professores não entendem, não acreditam e/ou resistem ao novo.

Uma experiência que merece destaque foi realizada pelo Ministério de Educação que apoiou o desenvolvimento de ambientes gamificados, a exemplo do *Geekgames*⁵, que é uma plataforma on-line de aprendizado adaptativo que possibilita que todos os estudantes se preparem para o Exame Nacional do Ensino Médio – (Enem), através de desafios. Os alunos inscritos têm acesso a um diagnóstico e estudo personalizado que possibilita identificar suas limitações e acompanhar os avanços nas áreas que serão avaliadas pelo Enem.

Os resultados da referida plataforma foram considerados positivos e o Ministério de Educação também levantou a possibilidade de gamificar a avaliação do Pisa (avaliação internacional que mede a habilidade de estudantes de 15 anos em matemática, leitura e ciências) e a Prova Brasil (exame realizado com alunos de 5o e

(6) MEC quer site adaptativo para Pisa e Prova Brasil. Disponível em: <<http://porvir.org/porcriar/mec-quer-site-adaptativo-para-pisa-prova-brasil/20131209>>. Acesso em: 9 dez. 2013.

(7) Digo isso, pois autores como Santaella (2010), discutem a emergência de um novo processo de aprendizagem sem ensino, uma aprendizagem ubíqua, mediada pelas mídias móveis, que se caracteriza por ser espontânea, contingente, caótica e fragmentária, aproximando-se da educação informal.

(8) <[Http://q2l.org/](http://q2l.org/)>

9º anos do ensino fundamental e 3º ano de ensino médio de escolas públicas brasileiras), proporcionando um ambiente mais interativo, desafiador, utilizando a lógica presente nos *games*.⁶

A nova palavra de ordem é gamificar também a educação.

Este processo não é simples e nem fácil, exige um espaço para debate e discussão à luz dos referenciais teóricos a fim de estabelecer interlocução com as novas demandas contemporâneas sem resgatar velhas mazelas. É fundamental resgatar o lúdico, o prazer nos espaços escolares e o desejo de aprender. Na tentativa de trilhar caminhos para gamificar o processo de ensino aprendizagem, corre-se o risco de criar nos nossos alunos a necessidade de recompensas e de motivações externas constantes para alcançar os objetivos escolares e conseqüentemente da vida. Contudo, o processo de ensino aprendizagem, pois acreditamos nele⁷, precisa mobilizar o desejo dos sujeitos e esse desejo vem de uma motivação intrínseca. Como diz Lacan: o desejo nasce da falta. Essa falta inquieta o sujeito, levando-o a buscas externas, a recompensas que o retroalimentam.

É dentro dessa dinâmica que deve pautar-se as lógicas dos processos de gamificação, propondo processos abertos de aprendizagem nos quais “os problemas são compartilhados e resolvidos de forma colaborativa” (FELICE, 2009, p. 30) e possibilitando as coautorias.

Despertar o desejo dos sujeitos para envolve-se nesses processos, engaja-se independente da recompensa, mas pelo prazer de ser, de estar em movimento com o outro, de participar.

Na busca por um caminho pela gamificação na educação, podemos citar experiências interessantes fora e dentro do Brasil. A primeira delas é nos Estados Unidos, em Nova York.

A Escola Quest to Learn – Q2L⁸, dirigida por Katie Salen, uma influente *design* de *games*, conta com o financiamento da Fundação John D. e Catherine T. MacArthur Foundation. A escola reconhece a colaboração, o *design* e os sistemas de pensamento como principais literacias do século XXI. A intenção é desenvolver uma lógica de convergência midiática, em que a mídia digital se integra com a mídia analógica e os alunos são desafiados a pensar como: *designers*, inventores, matemáticos, escritores etc.

A escola busca desenvolver nos alunos um pensamento mais sistêmico, uma maneira de pensar sobre a dinâmica global, articulando questões sociais, políticas, econômicas, tecnológicas,

ambientais, de trabalho, compreendendo que os sistemas são interdependentes. Dentro desta perspectiva, os alunos são mobilizados a realizarem um processo de investigação, utilizando o método científico, onde levantam e testam suas hipóteses, sistematizando e socializando os resultados com os grupos de trabalho, mediados por distintas tecnologias, inclusive os *games*.

Outra experiência que merece destaque é o trabalho desenvolvido pelo grupo de pesquisa Epistemic games,⁹ formado por teóricos como Shaffer e colaboradores (2005), dentre outros, na Universidade de Wisconsin, em Madison. O grupo desenvolve atividades que denomina de jogos, mas estão mais próximas de estratégias pedagógicas que ajudam estudantes a aprenderem a pensar como engenheiros, planejadores urbanos, jornalistas, arquitetos e outros profissionais, dando-lhes as ferramentas que precisam para sobreviver num mundo em mutação. O grupo já desenvolveu os jogos Digital Zôo, Urban Science, Journalism.net, Science.net, Pandora Project e Escher's World.

Nos *games* Journalism.net e Science.net os jogadores atuam como repórteres trabalhando para um jornal online em parceria com jornalistas profissionais, entrevistando líderes de comunidades, aprendendo como os jornalistas pensam sobre as notícias e seu importante relacionamento com a comunidade. No Science.net os temas giram em torno da ciência e os *gamers* entrevistam os cientistas locais. O objetivo dos jogos é desenvolver habilidades e competências inerentes à profissão de jornalista, sendo desafiados a compreenderem a diversidade do ambiente que os rodeia, selecionando e identificando a relevância dos acontecimentos que serão divulgados à comunidade, atentando para as questões científicas, éticas, políticas, ideológicas etc.¹⁰

No Digital Zoo os *gamers* atuam como engenheiros biomecânicos, que utilizando um sofisticado simulador físico, desenham protótipos de personagens para um filme animado que deverão ser apresentados e discutidos com clientes e especialistas em engenharia. Já no Urban Science os jogadores vão desenvolver um planejamento urbano e junto com os profissionais da área aprendem a pensar a estruturação das cidades e os distintos aspectos que integram esses espaços geográficos.

O projeto Pandora traz em sua proposta o desafio de decidir e negociar questões éticas que envolvem o transplante de órgãos de animais em humanos, potencializando as aprendizagens da

(9) <<http://epistemicgames.org/eg/>>

(10) Todas as informações relativas à produção do grupo Epistemic games foram retiradas da URL: <<http://epistemicgames.org/eg/?cat=10>>, Acesso em: 10 mar. 2012.

biologia, das relações internacionais e da mediação nas negociações. E, por fim, inspirados no estilo de M. C. Escher, os jogadores criam representações geométricas, fundamentados nos conhecimentos da matemática, no jogo Escher's World. Em todos os jogos propostos pelo grupo de pesquisa, o objetivo é desenvolver habilidades e competências inerentes a diferentes áreas de conhecimento, simulando situações reais. Estes *games* ainda não estão disponíveis para distribuição, mas em fase de testes.

Para Shaffer e colaboradores (2005, p. 106) “através dessas e de similares experiências em múltiplos contextos, os aprendizes podem compreender complexos contextos sem perderem a conexão entre as ideias abstratas e os problemas reais que eles podem resolver. Em outras palavras, os mundos virtuais dos games são poderosos porque fazem o possível para desenvolver a compreensão situada”. Gee e Shaffer (2010), pontuam ainda que o ambiente dos jogos pode se constituir em um *locus* significativo para o desenvolvimento das habilidades como inovação, pensamento crítico e complexo, essenciais para a aprendizagem no século XXI.

Aprende-se dando sentido e significado às informações que emergem da narrativa dos jogos, construída em parceria jogo/jogador. Para Gee (2004), nos jogos eletrônicos os significados são sempre de situações específicas, conjugados, caracterizando significados situados e não significados gerais e muitas vezes desconexos, como muitas vezes fazemos na escola ou ainda na escolha de um jogo que traz um conteúdo de matemática, por exemplo, fora de um contexto.

Levar o jogo digital e/ou eletrônico para o cenário escolar não significa pensar nesses artefatos culturais para desenvolver os conceitos de matemática, outro para a aprendizagem da língua, outro para os processos cognitivos e finalmente um para o entretenimento. Afinal, não podemos “cansar as crianças”! Esta compreensão das tecnologias, das mídias digitais e suas representações é reducionista, contrária às perspectivas teóricas que discutem a presença desses elementos nos distintos ambientes de aprendizagem, principalmente os escolares.

Quanto ainda precisamos caminhar para compreender que o lúdico deve estar presente nas situações de aprendizagem? Que a escola deve se constituir em um espaço de prazer? Que devemos nos aproximar do universo semiótico dos nossos alunos?

No Brasil, temos também duas experiências significativas, vinculadas com universidades públicas e secretarias de educação. A primeira é da Universidade do Estado da Bahia, que através do Grupo de Pesquisa Comunidades Virtuais,¹¹ que há oito anos desenvolvendo jogos voltados para os cenários pedagógicos¹² e desde 2011 vem atuando em parceria com a Secretaria de Educação do Estado da Bahia, desenvolvendo cinco jogos para os Centros Juvenis de Ciências e Cultura, espaços abertos nos quais os jovens poderão ter acesso às diferentes manifestações da cultura digital, inclusive jogos. Os alunos poderão interagir livremente com os jogos desenvolvidos, construindo sentidos, significados para os conceitos que emergem nas narrativas dos jogos (Salvador Sim, Insitu, Industriali, DOM e Janus).

Seguindo a prática já adotada pelo Grupo de Pesquisa todas as mídias produzidas estão disponibilizadas no seu site.

Os jogos vinculados ao projeto dos Centros Juvenis de Ciências e Tecnologia também estarão disponíveis para *download* gratuito no Portal da SEC, estão assim sintonizados com as premissas que regem os Recursos Educacionais Abertos (REAs).

Compreendendo esses jogos como REAs a intenção é que os professores e alunos possam construir comunidades abertas de pesquisas (OKADA, 2011), criando um espaço dinâmico para inovação, criação e reutilização dos jogos produzidos que podem atuar como mediadores dos processos de ensino aprendizagem.

A inovação aqui compreendida na perspectiva de Johnson (2011) como ideias que surgem a partir de redes colaborativas.

A outra experiência brasileira significativa é a Olimpíada de Jogos Digitais e Educação¹³ realizada pela Universidade Federal de Pernambuco em parceria com a Secretaria de Educação do Estado de Pernambuco, Secretaria de Educação do Estado do Rio de Janeiro e a Secretaria de Educação do Estado do Acre. O projeto é coordenado pelos pesquisadores Luciano Meira, Silvo Meira, Geber Ramalho, entre outros. Anualmente os alunos dos estados referenciados são mobilizados a participarem da olimpíada on-line interagindo com jogos, que provocam os alunos/jogadores a solucionarem problemas, resolverem *quest*, enigmas que tratam de distintos conteúdos escolares.

Estes projetos têm na sua essência a ideia da gamificação, pois têm como premissa levar para o ambiente escolar as mecânicas dos jogos para engajar e motivar pessoas a participarem.

(11) < www.comunidadesvirtuais.pro.br>

(12) O Grupo já desenvolveu Triade, um jogo sobre a Revolução Francesa, em 3D; Búzios – ecos da liberdade, em 2D, sobre uma importante revolta popular ocorrida na Bahia do século XVIII; Aventura no Polo e Braskern Game Quiz, ambos em comemoração aos trinta anos do Polo Petroquímico; Guardiões da Floresta e Dois de Julho – o jogo para dispositivos móveis. Estes jogos tiveram financiamento da Fapesb, CNPq, Finep e ProForte

Além destes jogos produzimos também o Salvador Sim, Insitu, Dom, Industriali e Janus (este para o Facebook) todos esses financiados pela Secretaria de Educação do Estado da Bahia.

(13) < [Http://www7.Educacao.Pe.Gov.Br/oje](http://www7.Educacao.Pe.Gov.Br/oje)>

(14) <<http://www.worldwithoutoil.org/>>

Para McGonigal (2011), engajar as pessoas em atividades cotidianas aplicando a lógica de jogos na vida real, pode promover o desenvolvimento de um mundo melhor. A autora com um olhar extremamente otimista nos orienta como transpor o aprendizado do ambiente dos *games* para o nosso cotidiano, tornando o nosso mundo melhor. Para isso, devemos: a) ser otimistas em relação às missões do dia a dia, acreditando que podemos concluir e completá-las, isto é, no universo dos jogos, somos mobilizados por desafios, por *quest* e acreditamos que vamos vencê-las e ganhar o jogo; b) trabalhar em cooperação uns com os outros; principalmente nos jogos massivos *multiplay* somos levados a jogar em grupo, em equipes, para solucionar os problemas propostos e vencer as etapas, sempre precisamos do outro, pois é preciso estar com o clã para conseguir alcançar os objetivos do jogo, sempre encontramos pessoas dispostas a nos ajudar; c) Automotivação extrema; apesar dos desafios constantes, sempre há motivação intrínseca que nos faz acreditar e seguir em frente; d) construção de laços sociais e relações mais fortes; são os vínculos que se criam nesses ambientes on-line dos jogos onde os jogadores constroem seus vínculos afetivos; e) produtividade prazerosa; os jogadores veem seus esforços e energias sendo canalizados para o alcance dos seus objetivos e finalmente, f) o significado épico que é o sentimento de alcançar algo que não era esperado.

McGonigal criou em 2007 o jogo World without oil,¹⁴ em que os jogadores eram inseridos em uma realidade na qual o petróleo havia acabado. Nele, as pessoas eram convidadas a pensar possíveis problemas que a falta de combustível fóssil causaria e a solucioná-los criando uma base de dados que hoje é usada por pesquisadores.

Para McGonigal (2011), é no *video game* favorito que o *gamer* encontra a sensação de estar completamente vivo, focado e engajado a todo instante, tendo a sensação de poder, de propósito heróico e comunidade. Estas sensações são experimentadas ocasionalmente na vida real, mas vivenciadas constantemente durante as jogadas de *video game*.

Um breve encaminhamento

A intenção não é defender a gamificação da escola, mas de atentar para as características que estão presentes no universo dos *games* que seduzem, mobilizam os jovens e estabelecer um

diálogo entre a linguagem que transita ainda no ambiente escolar e os *games*.

Um caminho já começou a ser trilhado, que é levar os jogos para os espaços escolares, permitindo que esta linguagem que já está presente no discurso dos alunos dialogue com os professores. Os docentes não precisam ser *expert* ou *hard user*¹⁵ em *games*, mas eles precisam saber que hoje existem uma infinidade de possibilidades para encontrar informações sobre os jogos que podem ajudar a estabelecer um diálogo com seus alunos, seja através dos vídeos no Youtube, onde pode ver diferentes níveis de jogabilidades de um determinado game, visitar as comunidades, assistir aos filmes e/ou que se relacionam com os *games*, consultar o site da classificação indicativa¹⁶ ou até ler o livro sobre o *game*¹⁷ ou quem sabe um *livrogame*¹⁸. Desta forma, o professor formado pela cultura letrada pode, através deste universo, adentrar no mundo do *game* e estabelecer interlocução com seus alunos, discutindo, analisando, construindo um senso crítico que vai além da fruição da jogabilidade e das questões de recompensa que norteiam a prática do jogar.

Para o professor gamificar a educação basta seduzir os seus alunos a solucionarem problemas, envolverem-se em situações do cotidiano deles, implicando-os e responsabilizando-os como futuros cidadãos que tem um papel importante na sociedade contemporânea e que precisam pensar e refletir sobre o que acontece no mundo e principalmente participar.

The playful and digital culture: possible interfaces

Abstract: This article aims to reflect on issues related to the process of gamification invades contemporary society, establishing the emphasis on enjoyment of life through play is in consumer relations or relations education. This playful culture articulates with the technological culture and creates artifacts that users are motivated to accomplish missions to accomplish goals and earn rewards. The article invites a reflection on this practice in order to support new pedagogical possibilities.

Key-word: Gamification, playfulness, learning, games, school.

Referências

- CAILLOIS, R.. *Os jogos e os homens*. Lisboa: Portugal, 1990.
- FELICE, M. D. A colaboração tecnologicamente guiada. *Revista de Comunicação e Cultura*, Lisboa, v. 1, n. 4, p. 29-31, 2009.

(15) Usuário avançado em games.

(16) <Http://portal.Mj.Gov.Br/classificacao/data/pages/mj6bc270e8ptbrnn.Htm>

(17) Cada vez mais vemos uma hibridação dessas linguagens para contar uma narrativa. No que se refere aos livros, podemos citar o caso dos jogos *games of thrones*, *assassin's creed*, entre outros que têm livros que ampliam as narrativas dos jogos.

(18) O instituto canal do livro tem criado uma diversidade de mídias em formato de livros digitais, *games* e mais recentemente *livro-games* para resgatar o desejo da leitura, considerando a emergência de um novo tipo de leitor diante do surgimento das mídias digitais e telemáticas. Outro exemplo de gamificação. <Http://canaldolivro.Org.Br/>

GEE, J. P. *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Ediciones Aljibe: Málaga, 2004.

GEE, J. P.; SHAFFER, D. W. *Looking where the light is bad: video games and the future of assessment* (Epistemic Games Group Working Paper N°. 2010-02). Madison: University of Wisconsin-Madison, 2010.

HUIZINGA, J. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2001.

IBOPE. QUEM SÃO OS GAMERS NO BRASIL. Disponível na URL: <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/Paginas/Quem-s%C3%A3o-os-gamers-no-Brasil.aspx> . Acesso em: 1 de fev. de 2014.

INSIDECOMM. Censo Gamer Brasil 2012. Disponível na URL: <http://www.insidecomm.com.br/index.php/br/noticias/midia/82-infografico-censo-gamer-brasil-2012>. Acesso 01 de fev. de 2014.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. *Surpreendente!: a televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes*. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

JOHNSON, Steven. *De onde vêm as boas ideias*. Zahar: São Paulo, 2011.

LÈVY, Pierre. *A inteligência coletiva - Para uma antropologia do ciberespaço*. Cortez: São Paulo, 1998.

MCGONIGAL, Jane. *Reality is broken. Why game make us better and how they can change the world*. London: The Penguin Press, 2011.

OKADA, A. *Coaprendizagem via comunidades abertas de pesquisa, práticas e recursos educacionais, ecurrículum*, 7, 1, Pontifícia Universidade Católica PUC-SP, 2011. Disponível em: <http://people.kmi.open.ac.uk/ale/papers/Okada_ecurrículum11.pdf>

SALEM, Katie; ZIMMERMAN, Eric. *Regras do Jogo - Fundamentos do design de jogos*. São Paulo: Blucher, 2012. (v. 1)

SANTAELLA, Lucia. A aprendizagem ubíqua substituiu a educação formal? *Revista de Computação e Tecnologia da PUC-SP*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 17-22, 2010.

SHAFFER, D. W et al. Video Games and the Future of Learning., Madison: University Wisconsin 2005. 87(2), p. 104-111. Disponível na URL: <http://epistemicgames.org/cv/papers/videogamesfuturelearning_pdk_2005.pdf> . Acesso em: 10 mar. 2012.

SIBILIA, Paula. A escola no mundo hiperconectado: redes em vez de muros? *Matrizes*, v. 5, n. 2, p. 195-211, jan./jun., 2012.

Recebido: 29/04/2013 Aprovado: 17/05/2014