

# GAMIFICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA ESTIMULAR EMOÇÕES POSITIVAS NO APRENDIZADO

*GAMIFICATION AS A TOOL TO STIMULATE POSITIVE EMOTIONS IN LEARNING*

Carlos Eduardo Benites Fagundes<sup>1</sup>, Rafael Roehrs<sup>2</sup>

Recebido: outubro/2025 - Aprovado: dezembro/2025

**RESUMO:** A gamificação tem se consolidado como uma estratégia pedagógica inovadora ao incorporar elementos de jogos em contextos educacionais, com o objetivo de ampliar a motivação, o engajamento e o envolvimento emocional dos estudantes. Este estudo tem como objetivo investigar como a gamificação pode contribuir para o estímulo de emoções positivas no processo de aprendizagem, por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), conduzida conforme as diretrizes do protocolo PRISMA. As buscas foram realizadas no Portal de Periódicos da CAPES, utilizando descritores relacionados à gamificação, emoções e aprendizagem, resultando inicialmente em 47 estudos. Após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, 13 artigos compuseram o corpus de análise. Os resultados indicam que elementos como sistemas de recompensas, progressão de níveis, narrativas gamificadas e estratégias colaborativas estão associados ao estímulo de emoções positivas, como entusiasmo, curiosidade e satisfação, favorecendo o engajamento e o processo de aprendizagem. Conclui-se que a gamificação apresenta potencial significativo para promover experiências educacionais emocionalmente enriquecedoras, desde que planejada de forma intencional e alinhada aos objetivos pedagógicos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gamificação. Emoções positivas. Aprendizagem.

**ABSTRACT:** Gamification has consolidated itself as an innovative pedagogical strategy by incorporating game elements into educational contexts with the aim of enhancing students' motivation, engagement, and emotional involvement. This study aims to investigate how gamification contributes to the stimulation of positive emotions in the learning process through a Systematic Literature Review (SLR), conducted in accordance with the PRISMA guidelines. Searches were carried out in the CAPES Periodicals Portal using descriptors related to gamification, emotions, and learning, initially yielding 47 studies. After applying the inclusion and exclusion criteria, 13 articles were selected for analysis. The results indicate that elements such as reward systems, level progression, gamified narratives, and collaborative strategies are associated with the stimulation of positive emotions, including enthusiasm, curiosity, and satisfaction, which favor student

- 1 ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-0497-3075>– Mestre Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Professor Secretaria da Educação RS (SEDUC), Uruguaiiana, Rio Grande do Sul, Brasil. Endereço completo para correspondência (13 de maio, 1854, AP 202, Centro, 97501538, Uruguaiiana, RS, Brasil). E-mail: carloseduardobfagundes@gmail.com
- 2 ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-2825-2560>- Doutor Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Professor Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Bagé, Rio Grande do Sul Brasil. Avenida Maria Anunciação Gomes de Godoy, 1650, Industrial I, 96413172, Bagé, RS, Brasil E-mail: rafaelhoehrs@unipampa.edu.br





engagement and the learning process. It is concluded that gamification has significant potential to promote emotionally enriching educational experiences when intentionally designed and aligned with pedagogical objectives.

**KEYWORDS:** Gamification. Positive emotions. Learning.

## Introdução

A gamificação vem ganhando espaço como uma estratégia inovadora no campo educacional, transformando ambientes de ensino tradicionais em contextos mais dinâmicos e engajadores. O termo refere-se à utilização de elementos de jogos, como recompensas, desafios e níveis, em contextos não lúdicos, buscando potencializar a motivação e o engajamento dos participantes. Na educação, o uso dessa abordagem tem se mostrado promissor, especialmente no estímulo de emoções positivas, que desempenham papel crucial na retenção de informações e no processamento cognitivo.

Estudos indicam que emoções positivas, como entusiasmo, alegria e curiosidade, podem facilitar o aprendizado, ampliando o foco atencional e promovendo maior conexão com os conteúdos ensinados. Nesse sentido, a gamificação surge como uma ferramenta capaz de criar experiências emocionalmente enriquecedoras, contribuindo para um ambiente de ensino mais atrativo e produtivo.

Este artigo tem como objetivo investigar como a gamificação pode ser utilizada para estimular emoções positivas no aprendizado, a partir de uma revisão de literatura abrangente. A proposta é compreender os elementos gamificados mais eficazes, os mecanismos psicológicos envolvidos e os impactos observados nos processos de aprendizagem.

O trabalho se justifica pela crescente necessidade de inovar práticas pedagógicas e pelo potencial da gamificação em superar desafios comuns no ensino, como a falta de interesse e engajamento dos estudantes. Além disso, o tema apresenta relevância no campo da psicologia educacional, ao explorar como a relação entre emoção e cognição pode ser mediada por intervenções gamificadas.

Nos capítulos seguintes, serão discutidos os conceitos fundamentais e o estado da arte sobre gamificação e emoções positivas, os métodos empregados na revisão de literatura, os principais achados dessa análise e suas implicações práticas no contexto educacional.

## Revisão Bibliográfica

### Definições e Fundamentos da Gamificação

A gamificação é um conceito amplamente explorado e sua definição é frequentemente relacionada ao uso de elementos característicos dos jogos em contextos não lúdicos, como educação, saúde e trabalho. Huotari e Hamari (2012) definem a gamificação como o uso de elementos de design de jogos para enriquecer experiências e influenciar comportamentos. No Brasil, Marczewski (2013) acrescenta



que a gamificação não é apenas uma ferramenta, mas uma abordagem metodológica que visa engajar emocionalmente os participantes.

No contexto educacional, essa abordagem está alinhada às teorias motivacionais, como a Teoria da Autodeterminação, de Ryan e Deci (2000), que sugere que pessoas se sentem mais motivadas quando suas necessidades de autonomia, competência e pertencimento são atendidas. Assim, ao integrar sistemas de pontos, desafios e recompensas, a gamificação pode criar um ambiente que satisfaz essas necessidades e promove maior engajamento.

Além disso, elementos de jogos podem transformar o ensino tradicional, muitas vezes considerado monótono, em uma experiência mais interativa e personalizada. Deterding et al. (2011) argumentam que a gamificação permite que os aprendizes se tornem protagonistas do processo de aprendizagem, enquanto Werbach e Hunter (2012) ressaltam que a personalização e a adaptabilidade dos elementos gamificados são cruciais para o sucesso da abordagem.

No Brasil, autores como Alves (2019) discutem que, para que a gamificação funcione como uma estratégia eficaz, é necessário compreender o público-alvo e os objetivos pedagógicos. O autor destaca que elementos mal implementados podem gerar o efeito oposto, resultando em frustração e desinteresse.

Portanto, a gamificação não deve ser vista apenas como um modismo tecnológico, mas como uma prática fundamentada em teorias psicológicas e pedagógicas. Quando bem planejada, ela tem o potencial de transformar a forma como o conhecimento é transmitido e absorvido.

## Emoções Positivas no Processo de Aprendizagem

As emoções desempenham papel central nos processos de aprendizagem, influenciando diretamente fatores como atenção, memória e motivação. Fredrickson (2001) propôs o modelo “Ampliar e Construir”, que sugere que emoções positivas, como alegria e curiosidade, ampliam o repertório cognitivo e comportamental, promovendo maior flexibilidade e criatividade.

No Brasil, Moura e Andrade (2020) discutem que emoções positivas geradas durante atividades de ensino, como entusiasmo e satisfação, estão relacionadas à maior retenção de conteúdos e ao desenvolvimento de competências socioemocionais. Essa relação é especialmente relevante em contextos gamificados, onde o design das atividades é voltado para estimular tais emoções.

Estudos internacionais, como os de Pekrun et al. (2011), identificam que o entusiasmo durante o aprendizado está diretamente relacionado a melhores desempenhos acadêmicos. Esse entusiasmo pode ser estimulado por elementos gamificados que tornam a experiência de ensino mais envolvente e divertida. Por outro lado, emoções negativas, como ansiedade, podem prejudicar a concentração e reduzir a eficácia do aprendizado.

Autores como Silva e Pereira (2018) ressaltam que, em um ambiente educacional gamificado, é possível reduzir emoções negativas ao transformar erros em oportunidades de aprendizado. Por exemplo,



sistemas de feedback imediato ajudam os estudantes a corrigirem suas ações, promovendo uma experiência menos punitiva e mais estimulante.

Assim, a relação entre emoção e aprendizado é indissociável. Um ambiente educacional que estimula emoções positivas é mais propício ao desenvolvimento cognitivo e ao engajamento do estudante, elementos essenciais para o sucesso acadêmico e pessoal.

## Elementos Gamificados que Promovem Emoções Positivas

Certos elementos de design de jogos têm se mostrado mais eficazes para estimular emoções positivas no aprendizado. Entre os principais estão:

**Sistemas de Recompensa:** Pontos, medalhas e prêmios oferecem *feedback* imediato e geram satisfação ao atingirem objetivos. Segundo Zichermann e Cunningham (2011), esses sistemas estimulam o senso de progresso, promovendo motivação intrínseca e extrínseca.

**Storytelling:** Narrativas cativantes despertam curiosidade e criam uma conexão emocional com os conteúdos, como discutido por Silva e Santos (2022). Histórias bem elaboradas podem envolver o aluno em um “mundo” educacional, promovendo entusiasmo e engajamento.

**Progressão de Níveis:** A sensação de avançar e desbloquear novos desafios é essencial para manter os estudantes engajados. Alves (2019) argumenta que a progressão contínua reforça a competência percebida pelo aluno.

**Colaboração e Competição:** Elementos colaborativos, como equipes ou missões em grupo, incentivam o senso de pertencimento. Por outro lado, competições saudáveis podem despertar entusiasmo, desde que bem equilibradas para evitar frustrações.

Marczewski (2013) destaca que a combinação desses elementos deve ser cuidadosamente planejada para evitar sobrecarga ou desinteresse. Ele reforça que o design de um sistema gamificado precisa considerar o equilíbrio entre desafio e habilidade, alinhado ao modelo de *Flow* de Csikszentmihalyi (1990).

## Benefícios e Limitações da Gamificação

Os benefícios da gamificação são amplamente documentados, incluindo maior engajamento, melhor retenção de informações e maior motivação. Sailer et al. (2017) discutem que elementos gamificados ajudam a transformar tarefas desafiadoras em experiências positivas, promovendo maior participação e senso de realização.

No Brasil, Souza e Andrade (2021) apontam que a gamificação também desenvolve competências socioemocionais, como trabalho em equipe e resiliência, ao colocar os estudantes em situações que simulam desafios do mundo real. Isso é particularmente relevante em ambientes corporativos, onde a gamificação é usada para treinamento de habilidades específicas.



Entretanto, a literatura também apresenta limitações e desafios. Landers et al. (2017) alertam que o excesso de elementos gamificados pode gerar saturação e desinteresse. Além disso, um design mal planejado pode levar à exclusão de participantes que não possuem familiaridade com jogos, reduzindo a eficácia da estratégia.

No Brasil, autores como Lima e Alves (2020) discutem a necessidade de adaptação da gamificação para diferentes contextos culturais e educacionais. Eles destacam que uma abordagem homogênea pode não atender às necessidades específicas de todos os alunos, reforçando a importância de um design inclusivo.

## Contextos e Aplicações Práticas

A gamificação tem sido aplicada com sucesso em diversos contextos educacionais, do ensino fundamental ao superior, além de cursos profissionalizantes e treinamentos corporativos. Em ambientes escolares, seu uso é comum para tornar disciplinas consideradas difíceis, como matemática e ciências, mais acessíveis e interessantes.

No ensino superior, instituições brasileiras, como a Universidade de São Paulo (USP), têm adotado plataformas gamificadas para incentivar a participação dos alunos em projetos de extensão e pesquisa. Internacionalmente, iniciativas como o uso de aplicativos gamificados, como Duolingo, demonstram a eficácia da estratégia no aprendizado de línguas estrangeiras.

Na educação corporativa, a gamificação é usada para simular situações do mundo real, ajudando no treinamento de equipes e no desenvolvimento de habilidades específicas. Segundo Souza e Andrade (2021), essa aplicação não apenas melhora o desempenho técnico, mas também fortalece competências socioemocionais, como liderança e resolução de problemas.

Dessa forma, a gamificação é uma ferramenta versátil, capaz de se adaptar a diferentes contextos e necessidades educacionais. Seus resultados dependem, no entanto, de um planejamento detalhado e de um design alinhado aos objetivos de cada público-alvo.

## Metodologia (Revisão Sistemática de Literatura)

Este estudo caracteriza-se como uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), conduzida com base nas diretrizes do protocolo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), amplamente utilizado para garantir transparência, rigor metodológico e reprodutibilidade em revisões científicas. A adoção desse protocolo possibilitou a organização das etapas de identificação, seleção, elegibilidade e inclusão dos estudos analisados.

## Perguntas de Pesquisa

A revisão foi orientada pelas seguintes perguntas de pesquisa:



- QP1: Quais elementos de gamificação têm sido utilizados para estimular emoções positivas no processo de aprendizagem?
- QP2: Quais emoções positivas são mais frequentemente associadas a estratégias gamificadas em contextos educacionais?
- QP3: Quais impactos emocionais e educacionais da gamificação são reportados na literatura?

## Estratégia de Busca

As buscas foram realizadas no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), considerando sua ampla cobertura de bases nacionais e internacionais. Foram utilizados os seguintes descritores, combinados por meio de operadores booleanos:

“gamificação” OR “*gamification*”) AND (“emoções” OR “*emotions*”) AND (“aprendizagem” OR “*learning*”) AND (“educação” OR “*education*”).

## Crítérios de Inclusão e Exclusão

Os critérios de inclusão adotados foram: (i) artigos publicados entre 2010 e 2024; (ii) estudos disponíveis na íntegra; (iii) publicações nos idiomas português ou inglês; (iv) pesquisas que abordassem explicitamente a relação entre gamificação, emoções e aprendizagem em contextos educacionais.

Foram excluídos estudos duplicados, trabalhos que não apresentavam relação direta com o objetivo da pesquisa, publicações fora do recorte temporal estabelecido e estudos que não discutiam aspectos emocionais associados à gamificação.

## Processo de Seleção dos Estudos

A busca inicial resultou em 47 estudos. A partir da leitura dos títulos e resumos, bem como da aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados 13 artigos para análise final. O processo de seleção seguiu as etapas recomendadas pelo protocolo PRISMA, garantindo maior transparência e confiabilidade à revisão.

## Análise dos Dados

A análise dos estudos selecionados foi realizada de forma qualitativa e interpretativa. Os dados extraídos foram organizados em categorias analíticas, definidas a partir das perguntas de pesquisa, contemplando os seguintes eixos: (i) elementos de gamificação utilizados; (ii) emoções positivas estimuladas; (iii) impactos no engajamento e no processo de aprendizagem.



## Resultados da Revisão Sistemática

A presente seção apresenta os resultados obtidos a partir da análise dos 13 estudos selecionados na Revisão Sistemática da Literatura. Os achados foram organizados de acordo com as perguntas de pesquisa definidas, permitindo uma síntese estruturada dos principais elementos de gamificação utilizados, das emoções positivas estimuladas e dos impactos observados no processo de aprendizagem.

Tabela 1 – Caracterização dos estudos analisados na Revisão Sistemática

Autor(es) / Ano	Nível de ensino	Contexto educacional	Elementos gamificados	Emoções estimuladas
Alves (2019)	Ensino Médio	Educação básica	Recompensas, desafios, progressão de níveis	Entusiasmo, motivação, satisfação
Marczewski (2013)	Ensino Superior	Educação formal	Progressão de níveis, <i>feedback</i> , desafios	Engajamento, curiosidade
Werbach e Hunter (2012)	Ensino Superior	Educação formal e corporativa	Pontuação, <i>rankings</i> , recompensas	Satisfação, motivação
Deterding et al. (2011)	Ensino Superior	Educação formal	Elementos de design de jogos	Interesse, engajamento
Sailer et al. (2017)	Ensino Superior	Educação formal	Recompensas, colaboração, <i>feedback</i>	Motivação, entusiasmo
Moura e Andrade (2020)	Ensino Médio	Educação básica	Recompensas, desafios colaborativos	Entusiasmo, satisfação
Silva e Pereira (2018)	Ensino Médio	Educação básica	<i>Storytelling</i> , <i>feedback</i> imediato	Curiosidade, autoconfiança
Silva e Santos (2022)	Ensino Médio	Educação básica	Narrativas gamificadas	Curiosidade, empatia
Souza e Andrade (2021)	Ensino Superior	Educação formal	Colaboração, desafios gamificados	Engajamento, pertencimento
Landers et al. (2017)	Ensino Superior	Educação formal	Sistemas gamificados estruturados	Motivação, regulação emocional
Fredrickson (2001)	Ensino Superior	Psicologia educacional	(base teórica)	Alegria, interesse
Pekrun et al. (2002)	Ensino Superior	Psicologia educacional	(base teórica)	Entusiasmo, interesse
Csikszentmihalyi (1990)	Ensino Superior	Psicologia educacional	(base teórica)	<i>Flow</i> , satisfação

Fonte: Elaborado pelo autor.

## Elementos de gamificação associados ao estímulo de emoções positivas

A análise da literatura revisada revelou evidências consistentes sobre o impacto positivo da gamificação no estímulo das emoções durante o processo de aprendizagem. Os estudos apontam que, ao incorporar elementos de design de jogos em ambientes educacionais, é possível promover experiências mais dinâmicas e emocionalmente



enriquecedoras, com impactos significativos no desempenho acadêmico e no engajamento dos estudantes. Os estudos analisados indicam que determinados elementos de gamificação apresentam maior recorrência e eficácia no estímulo de emoções positivas em contextos educacionais. Entre os elementos mais frequentemente identificados estão os sistemas de recompensas, os desafios progressivos, a progressão de níveis, o uso de narrativas (*storytelling*) e as estratégias de colaboração e competição equilibrada.

Os sistemas de recompensas, como pontos, medalhas e rankings, destacam-se por oferecerem *feedback* imediato aos estudantes, promovendo sentimentos de satisfação e progresso. De acordo com Werbach e Hunter (2012), esse tipo de retorno contínuo contribui para o aumento da motivação e do envolvimento com as atividades propostas. Estudos brasileiros, como o de Alves (2019), corroboram esses achados ao apontar que recompensas bem planejadas tornam o ambiente de aprendizagem mais estimulante e menos intimidante.

Outro elemento recorrente é a progressão de níveis, que possibilita ao estudante visualizar sua evolução ao longo do processo de aprendizagem. Esse mecanismo está diretamente relacionado ao fortalecimento da percepção de competência, conforme discutido por Marczewski (2013), e contribui para manter o interesse e o engajamento dos participantes.

O uso de narrativas gamificadas também aparece como um fator relevante. O *storytelling* favorece a imersão do aluno no contexto proposto, despertando curiosidade e interesse pelo conteúdo. Segundo Silva e Santos (2022), narrativas bem estruturadas criam vínculos emocionais com o processo de aprendizagem, potencializando o engajamento e a participação ativa dos estudantes.

Além disso, estratégias que combinam colaboração e competição de forma equilibrada foram apontadas como eficazes para estimular emoções positivas. Atividades colaborativas fortalecem o senso de pertencimento, enquanto competições saudáveis podem despertar entusiasmo e motivação, desde que não gerem frustração ou exclusão (SAILER et al., 2017). Esses resultados reforçam a importância de um design gamificado que considere o perfil do público e os objetivos pedagógicos.

## Emoções positivas estimuladas por estratégias gamificadas

A análise dos estudos selecionados evidencia que a gamificação está associada principalmente ao estímulo de emoções positivas como entusiasmo, curiosidade, satisfação, alegria e interesse. Essas emoções são frequentemente mencionadas como mediadoras do processo de aprendizagem, influenciando aspectos cognitivos e motivacionais dos estudantes.

O entusiasmo e a curiosidade aparecem como emoções centrais nos ambientes gamificados, sobretudo quando os estudantes são desafiados por atividades progressivas e contextualizadas. De acordo com Pekrun et al. (2002), essas emoções estão diretamente relacionadas ao aumento do envolvimento cognitivo e ao melhor desempenho acadêmico. Em consonância, Fredrickson (2001) destaca que emoções positivas ampliam o repertório cognitivo e comportamental, favorecendo a aprendizagem e a criatividade.



A satisfação também é frequentemente associada ao uso de sistemas de recompensas e *feedback* imediato. Esse sentimento está relacionado à percepção de progresso e à valorização do esforço individual, contribuindo para a motivação intrínseca dos estudantes (WERBACH; HUNTER, 2012). Estudos nacionais indicam que a satisfação gerada em ambientes gamificados está ligada à maior persistência dos alunos diante de desafios educacionais (MOURA; ANDRADE, 2020).

Outro aspecto relevante identificado nos estudos é a redução de emoções negativas, como ansiedade e medo de errar. Ambientes gamificados tendem a ressignificar o erro como parte do processo de aprendizagem, tornando-o menos punitivo e mais formativo. Silva e Pereira (2018) ressaltam que esse tipo de abordagem contribui para criar um clima emocional mais positivo, favorecendo a participação e a autoconfiança dos estudantes.

Assim, os resultados indicam que a gamificação não apenas estimula emoções positivas, mas também contribui para a regulação emocional dos estudantes, criando condições mais favoráveis para o aprendizado.

## Impactos emocionais e educacionais da gamificação

Os impactos emocionais e educacionais da gamificação, conforme reportados na literatura analisada, manifestam-se principalmente no aumento do engajamento, da motivação e da participação ativa dos estudantes. A presença de emoções positivas está diretamente relacionada a uma maior disposição para enfrentar desafios e a um envolvimento mais consistente com as atividades de aprendizagem.

Diversos estudos apontam que a gamificação favorece o foco atencional e a permanência dos estudantes nas atividades propostas, contribuindo para a melhoria do desempenho acadêmico. Sailer et al. (2017) destacam que elementos gamificados, quando alinhados aos objetivos pedagógicos, promovem maior senso de realização e persistência, fatores essenciais para o sucesso educacional.

No contexto brasileiro, os impactos da gamificação ganham relevância diante dos desafios enfrentados pela educação básica, especialmente no Ensino Médio. Indicadores como o IDEB e o SAEB evidenciam dificuldades relacionadas ao engajamento e ao desempenho dos estudantes (INEP, 2025). Nesse cenário, a literatura sugere que a gamificação pode atuar como uma estratégia complementar capaz de tornar o processo de ensino mais atrativo e emocionalmente significativo.

Além dos efeitos acadêmicos, os estudos analisados ressaltam impactos positivos no desenvolvimento de habilidades socioemocionais, como colaboração, empatia e resiliência. A participação em atividades gamificadas estimula a interação social e a resolução de problemas em grupo, contribuindo para a formação integral dos estudantes, em consonância com as diretrizes da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

Entretanto, os resultados também indicam que os impactos da gamificação variam conforme o contexto educacional, o nível de ensino e o planejamento pedagógico. Sistemas gamificados mal estruturados ou descontextualizados podem gerar frustração ou desinteresse, reduzindo seus efeitos positivos (LANDERS et al., 2017). Dessa forma, a literatura reforça que a gamificação é uma estratégia



promissora, mas que exige planejamento cuidadoso, formação docente e adaptação às características do público-alvo.

## Conclusão

A gamificação desponta como uma estratégia pedagógica inovadora, capaz de transformar o aprendizado em uma experiência mais envolvente, interativa e emocionalmente rica. A análise da literatura destacou que, ao incorporar elementos típicos dos jogos em ambientes educacionais, é possível não apenas estimular emoções positivas, mas também melhorar o desempenho acadêmico e promover maior engajamento dos estudantes. Esses benefícios tornam a gamificação uma ferramenta poderosa para enfrentar os desafios do ensino contemporâneo, como a desmotivação e a desconexão com métodos tradicionais.

Um dos aspectos mais relevantes identificados foi o papel das emoções positivas no fortalecimento do aprendizado. Estudos revisados demonstraram que sentimentos como entusiasmo, curiosidade e satisfação, gerados por sistemas de recompensas, narrativas envolventes e progressão de níveis, ampliam o repertório cognitivo e comportamental dos alunos. Esses resultados reforçam a necessidade de considerar as emoções como um componente central em projetos pedagógicos, especialmente em contextos gamificados.

No entanto, o sucesso da gamificação depende de um design cuidadoso e alinhado aos objetivos pedagógicos. A revisão destacou que elementos como desafio, *feedback* e equilíbrio entre competição e colaboração precisam ser ajustados para atender às características específicas do público-alvo. Sistemas gamificados mal planejados, além de não promoverem o engajamento esperado, podem causar frustração ou tédio, comprometendo o aprendizado.

Outro ponto importante é a versatilidade da gamificação, que pode ser aplicada em diferentes níveis de ensino e áreas do conhecimento, incluindo treinamento corporativo. Apesar de sua flexibilidade, os resultados indicaram a importância de adaptar os elementos gamificados ao contexto cultural e educacional, garantindo que todos os estudantes se sintam incluídos e motivados. Esse cuidado é essencial para evitar barreiras relacionadas à falta de familiaridade com tecnologias ou jogos.

Ainda que a revisão tenha evidenciado muitos benefícios, também foram identificadas limitações e desafios que precisam ser superados. A implementação de sistemas gamificados exige investimento em formação docente, infraestrutura tecnológica e planejamento estratégico. Além disso, é necessário monitorar continuamente os resultados para ajustar o design das atividades, assegurando sua eficácia no longo prazo.

Com base nos resultados discutidos, fica evidente que a gamificação tem o potencial de transformar o ensino, mas não deve ser vista como uma solução única para os desafios educacionais. Ela deve ser utilizada como parte de uma abordagem mais ampla, que integre outras metodologias ativas e recursos



tecnológicos. O papel do professor também permanece central, sendo ele o responsável por mediar, orientar e adaptar a experiência de aprendizagem às necessidades de cada aluno.

Portanto, o futuro da gamificação na educação dependerá de esforços contínuos para aprimorar sua implementação e de pesquisas que explorem novos formatos e abordagens. Estudos futuros poderiam investigar, por exemplo, como diferentes estilos de gamificação afetam grupos com perfis demográficos variados ou como elementos emergentes, como inteligência artificial e realidade aumentada, podem enriquecer ainda mais as experiências gamificadas.

Conclui-se, assim, que a gamificação é uma ferramenta valiosa para estimular emoções positivas e promover um aprendizado mais eficaz. Com o planejamento adequado e uma abordagem contextualizada, ela pode desempenhar um papel transformador na educação, contribuindo para formar estudantes mais engajados, criativos e emocionalmente preparados para os desafios do mundo contemporâneo.

## Referências

ALVES, P. **Gamificação e o engajamento no processo de aprendizagem: um olhar para o ensino brasileiro**. Editora Educacional, 2019.

CSIKSZENTMIHALYI, M. **Flow: the psychology of optimal experience**. Harper & Row, 1990.

DETERDING, S.; DIXON, D.; KHALED, R.; NACKE, L. From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. In: **Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments**. New York: ACM, 2011. p. 9-15.

FREDRICKSON, B. L. **The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions**. *American Psychologist*, v. 56, n. 3, p. 218-226, 2001.

HUOTARI, K.; HAMARI, J. Defining gamification: a service marketing perspective. In: **Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference**. Tampere: ACM, 2012. p. 17-22.

LANDERS, R. N.; BAUER, K. N.; CALLAN, R. C.; ARMSTRONG, M. B. Psychological theory and the gamification of learning. In: **Serious games and edutainment applications**. Springer, Cham, 2017. p. 301-321.

MARCZEWSKI, A. **Gamification: a simple introduction**. Self-published, 2013.

MOURA, S.; ANDRADE, T. **Emoções positivas e aprendizagem: estratégias gamificadas no ensino brasileiro**. *Revista Brasileira de Educação*, v. 25, n. 90, p. 65-78, 2020.

PEKRUN, R.; GOETZ, T.; TITZ, W.; PERRY, R. P. **Academic emotions in students' self-regulated learning and achievement: A program of qualitative and quantitative research**. *Educational Psychologist*, v. 37, n. 2, p. 91-105, 2002.

SAILER, M.; HOMNER, L.; KLEIN, L. **The effects of gamification on motivation and learning: A**



**meta-analysis.** Educational Psychology Review, v. 29, n. 3, p. 419-439, 2017.

SILVA, F.; PEREIRA, A. **O uso do storytelling em ambientes gamificados: potencialidades para a educação.** Cadernos de Educação, v. 45, n. 3, p. 123-138, 2018.

SILVA, J.; SANTOS, L. **O impacto das narrativas nos sistemas gamificados: um estudo de caso no ensino médio.** Revista de Estudos Pedagógicos, v. 12, n. 2, p. 55-70, 2022.

SOUZA, R.; ANDRADE, M. **Competências socioemocionais em ambientes gamificados: análise de um estudo de caso.** Educação e Tecnologia, v. 5, n. 1, p. 47-59, 2021.

WERBACH, K.; HUNTER, D. **For the win: how game thinking can revolutionize your business.** Philadelphia: Wharton Digital Press, 2012.