

**EDITAL No 60/2025-PROEX
XV ENCONTRO DE EXTENSÃO E CULTURA**

RELATO DE EXPERIÊNCIA - RESUMO SIMPLES

**APRENDER JOGANDO, ENGAJAR COMUNICANDO: A GAMIFICAÇÃO COMO
PONTE ENTRE EDUCAÇÃO E MARKETING**

Carlos Eduardo de Sousa¹, Taísa Maria Gomes de Lima², Israel Lucas de Oliveira Aguiar³,
Andre Luiz Pereira de Lima⁴, Joana Laylla Martins do Nascimento⁵

¹Curso de Administração, Faculdade 05 de Julho – F5, Sobral, CE, carlos.edu@gmail.com

²Curso de Administração, Faculdade 05 de Julho – F5, Sobral, CE, taisamg.lima@gmail.com

³Curso de Administração, Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA, Sobral, CE,
israel_lucas@uvanet.br

⁴Curso de Administração, Faculdade 05 de Julho – F5, Sobral, CE, limas1.al@gmail.com

⁵Curso de Administração, Faculdade 05 de Julho – F5, Sobral, CE, joanalaylla@gmail.com

O avanço das tecnologias digitais e a mudança no perfil dos estudantes têm impulsionado transformações significativas nas metodologias de ensino, exigindo abordagens mais interativas e significativas que estimulem o protagonismo discente. Nesse cenário, a gamificação surge como estratégia inovadora, ao aplicar elementos de jogos em contextos acadêmicos, promovendo engajamento e aprendizagem ativa. Com base nessa perspectiva, o projeto desenvolvido no semestre 2025.1 buscou aproximar a disciplina de marketing de práticas dinâmicas e colaborativas, utilizando a plataforma Interact Me para a criação de um quebra-cabeça temático como recurso metodológico. A atividade ocorreu durante apresentação acadêmica e teve como público principal os estudantes participantes, contando com parcerias institucionais para viabilizar os recursos. A proposta consistiu em transformar a apresentação em uma ação promocional interativa, em que os alunos eram convidados a resolver o desafio no tempo estipulado e, ao concluir, recebiam um brinde simbólico, simulando estratégias de marketing de experiência utilizadas em eventos e ativações de marca. A metodologia aplicada reforçou conceitos de gestão do tempo, trabalho em equipe e comunicação colaborativa, ao mesmo tempo em que aproximou a teoria da prática. O objetivo principal foi estimular a participação ativa dos colegas e demonstrar a relevância da gamificação como recurso para engajar e tornar o aprendizado mais significativo. Durante a execução, observou-se alto nível de interação e motivação dos participantes, que se mostraram mais atentos e receptivos ao conteúdo apresentado. Como resultado, a experiência evidenciou a eficácia da gamificação em contextos educacionais, destacando a capacidade de despertar interesse e gerar envolvimento emocional. Além disso, o projeto despertou a atenção de profissionais externos, interessados em explorar metodologias semelhantes em treinamentos corporativos, o que amplia a aplicabilidade prática da proposta para além do ambiente acadêmico. A experiência também contribuiu para a formação socioemocional dos alunos, ao estimular competências como cooperação, objetividade e raciocínio rápido. Assim, a atividade consolidou-se como prática inovadora de extensão e ensino, ao unir recursos digitais, ludicidade e estratégias de marketing, mostrando como a gamificação pode ser utilizada como ponte entre educação e comunicação. Em síntese, a ação alcançou seus objetivos de promover engajamento, dinamizar a aprendizagem e reforçar a integração entre teoria e prática, evidenciando o potencial da gamificação como recurso pedagógico e socialmente relevante.

Palavras-chave: Gamificação; Educação; Marketing