

Jogos para promover o empreendedorismo em novas gerações: o case do “Mente Empreendedora”

Gabriela Slompo Pereira¹; Rayse Kiane¹; André Borba Mondo¹; Clarissa Stefani Teixeira¹

¹Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

gabislompo.p@gmail.com, raysekiane@gmail.com, andrebmondo@gmail.com, clastefani@gmail.com

Resumo. *O presente artigo apresenta e descreve a criação de um jogo analógico de autoria do grupo VIA Estação Conhecimento, da Universidade Federal de Santa Catarina. O jogo objetiva transmitir conhecimento para crianças do ensino fundamental sobre o conceito de empreendedorismo e ações empreendedoras por meio de situações cotidianas do universo infantil. Foi avaliado os quesitos necessários para que o jogo possa ser eficiente no ensinamento de crianças no ensino fundamental sobre o tema empreendedorismo, criado cartas com situações características do empreendedorismo ou não, cartas que desafiam a criança para o recebimento de recompensas e um tabuleiro com situações de tomada de decisão. Assim, foi notável a falta de uma metodologia de ensino realizada anteriormente ao jogo com as crianças que, por sua vez, não atrapalhou a funcionalidade do jogo e não sofreu alterações por conta disso.*

Abstract. *This article presents and describes the creation of an analog game authored by VIA Estação Conhecimento, from the Federal University of Santa Catarina. The objective of the knowledge course for elementary school children about the concept of entrepreneurship and the entrepreneurial actions of the day-to-day operations of the children's universe. It was selected the mandatory requirements for alternative education without elementary education on the subject of entrepreneurship, the generation of letters with the role of entrepreneurship or not, the right to receive a child to receive a decision-making task. Thus, as it was the lack of one of the previous teaching methodologies prior to the game of children, in turn, did not disturb a functionality of the game and did not undergo changes because of this.*

1. Introdução

Os países europeus percebem como o empreendedorismo gera benefícios para sua economia e, integrar a educação empreendedora na sociedade é um dos passos para impulsionar a economia dos países [Din, Anuar & Usman, 2016]. Segundo os mesmos autores, tal resultado se dá porque planos de educação empreendedora criam satisfação no trabalho e melhoram o status de vida. No Brasil, segundo Ferreira, Loiola e Dodim [2017], o interesse na formação empreendedora de estudantes de ensino superior tem aumentado desde a década de 1990. Entretanto, a educação para o empreendedorismo ainda é um desafio para a sociedade do conhecimento [Antonaci, 2015].

Competências em termos de empreendedorismo, segundo Din, Anuar e Usman [2016], devem ser adquiridas ao longo da aprendizagem da vida, e devem ser promovidas a todos os níveis escolares, desde a escola primária até a universidade. O estudo do

empreendedorismo deve começar no nível da escola primária, para expor os alunos ao empreendedorismo em uma idade muito jovem [Din, Anuar & Usman, 2016]. As noções básicas devem ser introduzidas nesta fase para desenvolver seus interesses sobre o assunto. No primeiro contato, os alunos precisam entender por que meios seu próprio conhecimento pode ser usado para trabalho autônomo [Testa & Frascheri, 2015].

O relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2017 [IBQP 2017], que avaliou o empreendedorismo no Brasil, recomendou duas ações estratégicas quanto a educação para melhorar as ações empreendedoras no país. A primeira é a inserção da educação empreendedora desde a escola fundamental, pois quanto mais cedo os conceitos de empreendedorismo forem disseminados, maior será a chance dos jovens se tornarem empreendedores no futuro. E a segunda, é a aproximação das escolas com as universidades em atividades que estimulem o empreendedorismo.

No Brasil existem algumas ações criadas neste sentido desde o começo dos anos 2000. Souza [2012] destaca a ação do governo do estado de Minas Gerais que em 2008 em parceria com o SEBRAE iniciou uma campanha chamada “jovem empreendedor: primeiros passos”, que capacitava professores da rede pública de ensino para atuarem no ensino de empreendedorismo nas escolas. Esta ação faz parte do programa chamado Programa Nacional da Educação Empreendedora (PNEE) para formação de alunos e professores, que entre os anos 2014 e 2017 capacitou 3.267.753 estudantes e 119.825 professores de 5.787 instituições de ensino parceiras de todo o país [SEBRAE 2018]. Neste programa o SEBRAE possui uma área dedicada aos alunos do ensino fundamental onde desenvolve conteúdos lúdicos de acordo com a idade dos alunos.

Além do empreendedorismo, a aplicação do conceito de gamificação de um tema na área da educação tem um alto potencial de aplicação, pois busca promover a motivação e o engajamento das pessoas. Há um crescente interesse no potencial do jogo servir como ferramenta de ensino inovadora. Gamificação é um novo conceito que pretende usar elementos de videogames em aplicativos não relacionados a jogo propriamente dito. O uso de vídeo game, por exemplo, como ferramenta de aprendizado, então, vem ganhando destaque nas últimas décadas [Simõesa, Redondo & Vilas, 2013]. Entretanto, a nova versão da Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à saúde (CID 11), segundo a Sociedade Brasileira de Pediatria [2018], traz uma novidade, incluindo o uso abusivo de jogos eletrônicos na seção de transtornos que podem gerar vícios, mais conhecido como *gaming disorder*.

Os jogos analógicos, então, são interessantes em sua acessibilidade e seu potencial inovador na implementação desses jogos. Segundo a revista Analog Game Studies [2018], qualquer pessoa pode projetar um jogo analógico, ao contrário dos videogames, que necessitam de uso intensivo de hardware, que geralmente exigem equipes de programação massivas com conjuntos de habilidades especializadas. A revista ainda fala que, graças à acessibilidade e agilidade dos analógicos, “os estudiosos de jogo frequentemente usam jogos analógicos para ensinar princípios específicos de jogo, desde o ato de remover peças de xadrez até a construção de um personagem em *Dungeons & Dragons*”.

Desta forma, buscando a acessibilidade e facilidade de aplicação em escolas de ensino fundamental, o presente estudo tem como objetivo apresentar o desenvolvimento de um jogo analógico que seja capaz de transmitir os conceitos de empreendedorismo para crianças de 7 a 12 anos.

2. Fundamentação Teórica

2.1 Empreendedorismo e Mente empreendedora

Iniciar um negócio assumindo todos os riscos, criar ou desenvolver algo que ninguém pensou antes é a definição de empreendedorismo segundo Gedik, Miman e Kesici [2015]. E, como todas as novas ideias vêm de pensar de forma diferente, o empreendedor pode ser considerado um inovador [Gedik, Mimana & Keisicia, 2015]. Ele também pode ser definido como um processo que depende da interação bidirecional entre o contexto e um indivíduo sendo desenvolvido no mesmo [Geldhof et al., 2014].

Conforme as pesquisas sobre o conceito evoluem, a atividade empreendedora se torna maior do que somente uma forma de saber, pode ser classificada como uma forma de ser [Scharfer & Minello, 2017]. Inovação e ação que, por meio de uma organização de relação humana e de combinação de recursos, é objetivada para um fim específico é classificada como uma ação empreendedora [Lião & Gartnet, 2006]. Desse modo, o indivíduo empreendedor se expressa por meio de um determinado tipo de pensamento e ação [Dolabela; Filion 2013].

Logo, o empreendedorismo não acontece em um ambiente que não o estimule. Segundo Geldhof et al. [2014], o seu desenvolvimento requer condições especiais e econômicas que desenvolvem a atividade e, então, a mentalidade empreendedora como as capacidades individuais de auxiliar as pessoas. Pode-se dizer que alguém tem uma mentalidade empreendedora quando esta pessoa pensa e age de forma empreendedora, seguindo o que acredita ser uma oportunidade independente das suas demais habilidades e capacidades [Ramos 2015]. Segundo Schaefer e Minello [2017] a forma empreendedora de um indivíduo ser está relacionada com a visão de si mesmo e a visão de mundo. Assim como seu estilo de vida, protagonismo, liderança diante de todas as situações, padrões de entendimento e a forma de agir perante as ambiguidades, incertezas e oportunidades. Aceitando sempre o risco e o fracasso de suas ações, capacidade de organizar e reorganizar os recursos à sua disposição, orientação e capacidade de gerar inovação e mudanças em si mesmos e no contexto em que vive e a busca da autorrealização. Assim, é possível considerar o empreendedorismo como algo impulsionado por fenômenos que são unidos por um sistema de comunicação compartilhada e interações sociais [Landstrom & Harirchi, 2018].

2.2 Gamificação e jogos na educação

Gamificação é um novo conceito que pretende usar elementos de videogames em aplicativos não relacionados a jogos. Ela consiste na elaboração de protótipos, sistemas ou modelos com foco nas pessoas, considerando a motivação, o sentimento de enfrentar e vencer desafio e a interatividade [Cani, 2017]. Segundo Simõesa, Redondob e Vilasb [2013] a aplicação desse conceito na educação é visto com um alto potencial. A abordagem da gamificação da educação tem a vantagem de introduzir o que realmente importa do mundo dos videogames: aumentar o nível de engajamento dos alunos sem nenhum jogo específico. O objetivo é extrair os elementos do jogo que tornam os jogos bons e divertidos de jogar.

O que se denomina gamificação, então, é um ambiente divertido e lúdico, em que o principal objetivo é a convivência com estratégias que proporcionem um comportamento específico e motivem o indivíduo [Cani, 2017]. Além disto, a interação de alunos com jogos didáticos pode preencher lacunas deixadas pelo processo transmissão-recepção de conhecimentos, possibilitando a transmissão de conhecimentos não convencionais na educação, e favorecendo a construção de conhecimentos novos e mais elaborados pelos alunos a partir do trabalho coletivo e socialização [Campos; Bortoloto & Felício, 2003].

Jogos analógicos podem ser denominados segundo a Analog Game Studies [2018], como jogos que utilizam dados, cartas, tabuleiro, lápis, papel e elementos performativos.

Segundo Miranda [2002] a integração de jogos na educação trabalha cinco potencialidades e habilidades dos alunos:

- Cognição: desenvolvimento da inteligência e da personalidade;
- Afeição: desenvolvimento da sensibilidade, da estima e atuação no sentido de estreitar laços de amizade e afetividade;
- Socialização: simulação de vida em grupo;
- Motivação: envolvimento da ação, do desafio e mobilização da curiosidade;
- Criatividade: incentiva a criação e a imaginação.

A utilização de jogos analógicos em grupo na educação, segundo Riccetti [2001], tem o desejo de que as crianças sejam mais alertas, curiosas, críticas e confiante em suas capacidades ou ideias. Segundo a autora, uma das características mais importante para a formulação do conhecimento é a confiança na própria capacidade de enfrentar soluções e levantar suas próprias perguntas.

3. Metodologia

Em vista dos conceitos apresentado no item 2 desse trabalho, objetiva-se estudar a aplicação da gamificação para o ensino do empreendedorismo com foco em características empreendedoras. O presente estudo, então, pode ser classificado como pesquisa exploratória, pois, tendo como objetivo desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, onde foi realizado levantamento bibliográfico em bases de dados para que os autores adquirissem maior familiaridade com o tema e fundamentação teórica para estudo de caso desenvolvido [Gil, 2008]. Três bases de dados interdisciplinares foram utilizadas, Science Direct, Scopus e Web of Science. Foram realizadas buscas sobre os seguintes conceitos: empreendedorismo, gamificação e jogos na educação.

Assim, esta pesquisa também é caracterizada como um estudo de caso, pois investiga um fenômeno contemporâneo por completo em um contexto real [Yin, 2015], podendo ser empregado em situações reais onde os limites não são claramente definidos, descrevendo a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação [Gil, 2008]. O estudo de caso foi realizado pelo grupo de pesquisa VIA Estação Conhecimento, da Universidade Federal de Santa Catarina, cadastrado no CNPQ desde 2015, e consistiu na construção de um jogo de tabuleiro que permitisse trabalhar os conceitos de empreendedorismo com crianças do ensino fundamental.

4. Jogo Mente Empreendedora

4.1 Criação do jogo

Antes do início do desenvolvimento do jogo propriamente dito, foi realizado uma pesquisa para formulação de um conceito teórico de embasamento do jogo. Tomando por base estudos realizados por Dolabela [2008], Schaefer e Minello [2017] e Dias [2015], o conceito criado consistiu em: trabalhar a mente e ações empreendedoras, transformando o empreendedorismo em um estilo de vida com situações cotidianas de uma criança do ensino fundamental. Desta forma buscou-se desenvolver um jogo que estimulasse os seguintes conceitos divididos em dimensões da mente empreendedora, segundo Dias [2015]:

- Dimensão conhecimento: aspectos técnicos, aspectos do ambiente, experiência anterior; predisposição para aprender.
- Dimensão habilidades emocionais: autoestima, autoconfiança, aceitação de incerteza e capacidade de resiliência.

- Dimensão mente linear: inteligência linear, organização, planejamento, liderança e orientação para o poder do empreendedor.
- Dimensão relacionamento: reconhecimento do outro, respeito pelo outro, valorização do outro, aceitação das diferenças.
- Dimensão comunicação: orientação para comunicação, habilidade de comunicação do empreendedor.
- Dimensão estratégia: estratégias para cenários futuros, pensamento sistêmico e à competência estratégica.
- Dimensão criatividade e Inovação: comportamento inovador, iniciativa, detecção de problemas e detecção de oportunidades.
- Dimensão vocação: força de vontade, clareza de propósito, orientação de por princípios e orientação evolutiva.

O jogo consiste em um tabuleiro que traz características empreendedoras para o universo infantil. Além do tabuleiro, o jogo é constituído por 75 cartas: 37 cartas positivas, 15 cartas negativas e 23 cartas desafio. O jogo trabalha com recebimentos ou perda de recompensas físicas, simbolizadas por fichas de empilhar, durante as situações vivenciadas nas cartas.

A formulação do jogo, então, iniciou com a criação das cartas que contém situações cotidianas do dia a dia de uma criança, em casa ou com seus amigos. Tanto para situações consideradas positivas referente ao comportamento empreendedor que uma criança pode ter, quanto para situações opostas. Foi objetivado apresentar cenas que abrangessem as características de uma mente considerada empreendedora, não atrelando a criação de uma empresa e o envolvimento no mundo dos negócios. Cada tipo de carta apresenta premiação e penalidades diferentes:

- Cartas positivas: contendo situações positivas em relação às características empreendedoras apresentado pelo estudo de Dolabela [2008], apresenta dois tipos de premiação: recebimento de recompensa e avanços de casa ou jogar novamente;

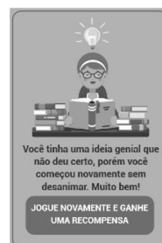


Figura 1: Exemplo de uma carta positiva do Jogo Mente Empreendedora.

- Cartas negativas: com situações opostas às propostas das cartas positivas, as penalidades dessas incluem pagamento de recompensas e retorno de casas, ficar sem jogar uma ou duas rodadas ou permitir que os demais jogadores andem e o jogador com a carta negativa não.



Figura 2: Exemplo de uma carta negativa do Jogo Mente Empreendedora.

Para o tabuleiro inicialmente era intencionado a adição de casas de interações, que levasse a criança interagir com os demais jogadores da partida. Com a evolução da criação do jogo, essas interações se transformaram em cartas especiais, o terceiro tipo de carta desse jogo. Além dessas interações, foi adicionado interações da criança com o laboratório Maker do Grupo de Pesquisa do VIA, contendo impressora 3D, máquina de corte a laser e 6 mil peças de encaixar educacional ATTO Educacional.

O laboratório maker é um laboratório móvel com máquinas e ferramentas que possibilitam a criação de protótipos rápidos e que não geram grande volume de lixo. Para a utilização do laboratório no jogo é necessário um instrutor capacitado a manusear todas as ferramentas presente no laboratório.

Assim, a criança aprende, interage, cria e trabalha em grupo dentro do laboratório, com todos os equipamentos disponíveis e instrutores no terceiro tipo de carta do jogo:

- Cartas desafio: diferente das demais que apenas exigem da criança leitura de uma situação favorável ou não favorável às características empreendedoras, as cartas desafios exigem que a criança realize a situação proposta na carta para receber a premiação, como resolver um problema de algum amigo utilizando o que for necessário no laboratório maker ou explicar, em alguns segundos, o que entende sobre empreendedorismo. As premiações são apenas receber recompensa, com um diferencial de que os demais jogadores que se envolveram no desafio, de forma colaborativa, também ganham.

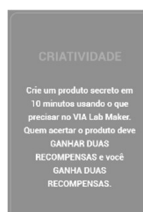


Figura 3: Exemplo de uma carta desafio do Jogo Mente Empreendedora

Caso não seja possível o deslocamento do laboratório maker ou a presença de algum instrutor capacitado para manuseio das máquinas, é possível a retirada de cartas específicas com esse envolvimento sem atrapalhar a logística de jogo.

Para o tabuleiro, no entanto, foi priorizado a característica de tomada de decisão. Então, foram criadas situações que beneficia o jogador e outras situações que a criança precisa escolher o que fazer, ponderando o que será mais vantajoso para seu objetivo. O tabuleiro pode ser visto na imagem a seguir (figura 4):

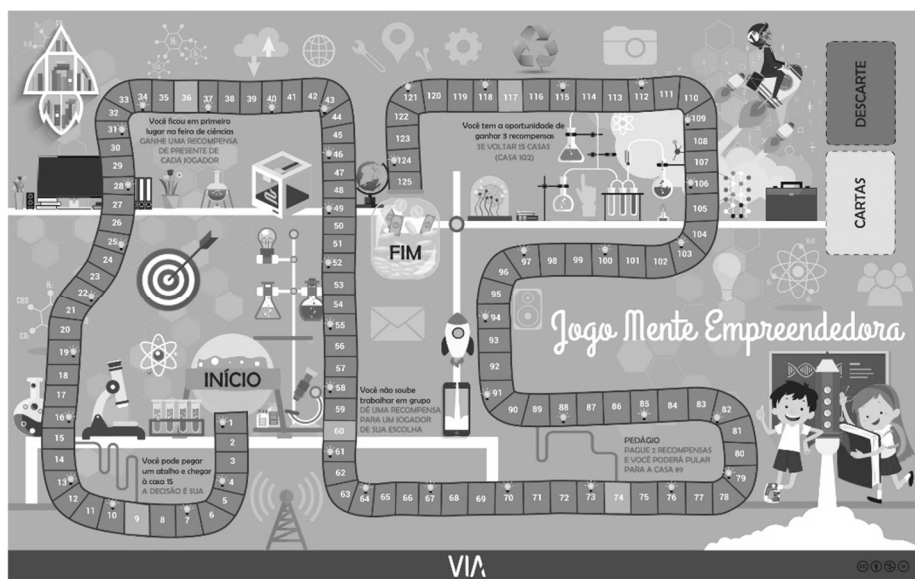


Figura 4: Imagem do tabuleiro do Jogo Mente Empreendedora

A logística das jogadas do jogo Mente Empreendedora pode ser analisada no esquema a seguir (figura 5):

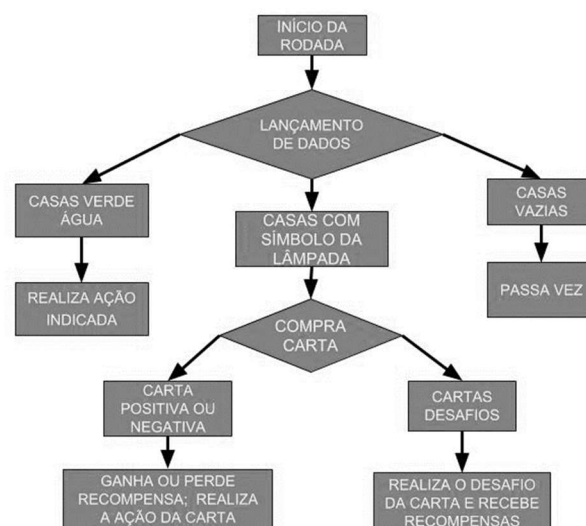


Figura 5: Fluxograma de funcionamento do jogo Mente Empreendedora

Ao fim do jogo, não ganha o primeiro jogador a chegar na última casa, este apenas ganha três recompensas. O ganhador do jogo será a criança com o maior número de recompensas, proporcionando o aprendizado à criança de que vale mais fazer algo bem estruturado e planejado do que chegar ao fim rapidamente.

4.2 Aplicação do Jogo

O “Mente Empreendedora” foi testado com cinco grupos de crianças, entre cinco e seis jogadores em cada tabuleiro mais um instrutor do grupo VIA. Cada grupo jogou apenas uma vez com crianças que apresentavam diferentes conhecimentos prévios sobre a temática. Inicialmente com uma pequena conversa com as crianças, os grupos foram separados e se iniciou as rodadas dos jogos.

Tendo o laboratório maker montado no local, as crianças interagiam com os equipamentos e ferramentas frequentemente, deixando as rodadas mais dinâmicas e interessantes. Foi notável o interesse das crianças com essas interações com o laboratório maker e o reconhecimento das situações das cartas positivas e negativas com o cotidiano das mesmas.

Muitas crianças que participaram da aplicação ainda não sabiam ler, mesmo possuindo idade esperada para isto. Assim, sendo indispensável a presença do instrutor do grupo VIA durante as rodadas. Além disso, foi notável a falta do conhecimento sobre o que é empreendedorismo e a carência da cultura do ensino desse tema. Todavia, a metodologia do jogo funcionou. Houve uma facilidade de entendimento do funcionamento do jogo, fazendo com que as crianças tivessem rapidamente a autonomia nas jogadas e cumprimento das atividades.

Então, por mais que o jogo tenha obtido sucesso quanto a sua aplicação e jogabilidade, o ensino do empreendedorismo necessita ser reforçado. E, segundo Cani [2017], estudar estratégias metodológicas estruturadas por intermédio da mecânica de jogos é importante para envolver os alunos em uma aprendizagem prazerosa. Percebe-se, então, que para atingir o máximo aproveitamento no ensino das características empreendedoras, o jogo “Mente Empreendedora” necessita de uma capacitação dos professores de forma a potencializar o uso em sala de aula e em outros momentos, como na ação “jovem empreendedor: primeiros passos” em Minas Gerais com parceria com a SEBRAI que iniciou em 2008 citado anteriormente.

5. Conclusão

O empreendedorismo pode ser definido, como expressado anteriormente, como algo que relaciona o contexto e um indivíduo. O ensino do empreendedorismo precisa ser estimulado através de contextos relacionados com a vida e cotidiano pessoal. Para o ensino de crianças, então, se torna essencial trazer aspectos característicos da mente empreendedora que podem estar presentes no dia-a-dia da criança. Dessa forma, o ensino se torna mais eficiente.

Além disso, justificado pela necessidade de um ensino empreendedor, gamificação e ferramentas lúdicas estimularem o aprendizado e as vantagens dos jogos analógicos em relação à aplicativos e vídeo-games, foi criado o Jogo Mente Empreendedora. Baseado nos conceitos de Dolabela [2008], Schaefer e Minello [2017] e Dias [2015], as características da mente empreendedora são trabalhadas nas cartas, no tabuleiro e nas tomadas de decisões dentro da dinâmica do jogo.

Na interação das crianças com o jogo, observa-se que o mesmo é capaz de ser aplicado com facilidade quanto a seu mecanismo e funcionalidade, mesmo que as crianças não possuam conceitos básicos sobre empreendedorismo. Percebe-se, no entanto, que para que o jogo atinja seu máximo aproveitamento de ensinar características empreendedoras, é necessária a capacitação dos envolvidos na aplicação do jogo com as crianças, principalmente professores, de forma a potencializar o uso em sala de aula, em diversos momentos. Pois as ações lúdicas integradas a uma cultura de ensino empreendedor fomentam uma mente empreendedora [Campelli et al., 2011].

Logo, há a necessidade da criação de um caderno didático do jogo Mente Empreendedora para o professor, com conceitos básicos do empreendedorismo e características empreendedoras, além de uma metodologia de atividades e discussões que antecedem a utilização do jogo pelas crianças.

6. Referências

- Analog Game Studies. (2018). About. Recuperado em 16 de agosto de 2018 de <http://analoggamestudies.org/about/our-mission/>.
- Antonaci, A. et al. (2015) A gamified collaborative course in entrepreneurship: Focus on objectives and tools. Computers In Human Behavior, Elsevier BV.
- Campos, L. M. L.; Bortoloto, T. M.; Felício, A. K. C. (2003). A produção de jogos didáticos para o ensino de ciências e biologia: uma proposta para favorecer a aprendizagem. Caderno dos núcleos de Ensino.
- Cani, J. B. et al. (2017). Análise de jogos digitais em dispositivos móveis para aprendizagem de línguas estrangeiras. Revista Brasileira de Linguística Aplicada, FapUNIFESP (SciELO).
- Campelli, M. G. R. et al. (2011). Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. Revista de Ciências da Administração.
- Dias, D. T. A. (2015). Impactos dos modelos mentais no desempenho organizacional: um estudo no setor metal-mecânico de Caxias do Sul. 2015. 168f. Dissertação de Mestrado – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-graduação em Administração.
- Din, B. H.; Anuar, A. R.; Usman, M. (2016). The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students. Procedia - Social And Behavioral Sciences
- Dolabela, F. (2008). Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante.
- Dolabela, F., & Fillion, L. J. (2013). Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.
- Dornelas, J. C. A. (20 de Agosto de 2018). Jogo Dupla Empreendedora. Recuperado em <http://www.josedornelas.com.br/jogo-dupla-empreendedora/>
- Ferreira, A. S. M.; Loiola, E.; Gondim, S. M. G. (2017). Motivations, business planning, and risk management: entrepreneurship among university students. Rai Revista de Administração e Inovação.
- Gedik, Ş.; Miman, M; Kesici, M. S. (2015). Characteristics and Attitudes of Entrepreneurs Towards Entrepreneurship. Procedia - Social And Behavioral Sciences.
- Geldhof, G. J. et al. (2014). Entrepreneurship in young adults: Initial findings from the young entrepreneurs study. Journal Of Applied Developmental Psychology.
- Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. Editora Atlas SA.

- Hines, J L. (2004). Characteristics of an entrepreneur. *Surgical Neurology*.
- Landström, H.; Harirchi, G. (2018). The social structure of entrepreneurship as a scientific field. *Research Policy*.
- Lião, J.; Gartner, W. B. (2006). The Effects of Pre-venture Plan Timing and Perceived Environmental Uncertainty on the Persistence of Emerging Firms.
- Lopes, R. M. A. (2010). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Elsevier.
- Miranda, S. (2002). No Fascínio do jogo, a alegria de aprender. *Linhas críticas*.
- Ramos, J. L. G. (2015). *Aprendizagem empreendedora diante do insucesso empresarial: uma perspectiva de empreendedores brasileiros e uruguaios que vivenciaram o fracasso empresarial*. Dissertação de Mestrado. PPGA – UFSM.
- Riccetti, V. P. (2001). Jogos em grupos para Educação Infantil. *Educação Matemática em revista*.
- Simões, J.; Redondo, R. D.; Vilas, A. F. (2013). A social gamification framework for a K-6 learning platform. *Computers In Human Behavior*, Elsevier BV.
- Schaefer, R.; Minello, I. F. (2017). *Mentalidade Empreendedora: Do Modo de Pensar ao Modo de Agir do Indivíduo Empreendedor*. Regepe - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Brusque.
- SBP (16 de Junho, 2018). CID 11 define uso abusivo de jogos eletrônicos como doenças [blog]. Recuperado de <http://www.sbp.com.br/imprensa/detalhe/nid/cid-11-define-uso-abusivo-de-jogos-eletronicos-como-doenca/>
- SEBRAE, (20 de agosto, 2018). Programa Nacional da Educação Empreendedora – PNEE. Recuperado de <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/programa-nacional-da-educacao-empreendedora-pnee,2c7cd24a8321c510VgnVCM1000004c00210aRCRD>
- Souza, S. A. (2012). A introdução do empreendedorismo na educação brasileira: primeiras considerações. *Educação & Linguagem*.
- Testa, S.; Frasccheri, S. (2015) Learning by failing: What we can learn from unsuccessful entrepreneurship education. *The International Journal Of Management Education*.