

14/05/2018 - 05:00

Jogos apoiam estratégias nas escolas

Por **Adriana Cotias**

"Escolha um dos produtos selecionados e pague agora", ou "guarde esta carta e ganhe A\$ 3 [três américas] no fim do jogo". É durante um piquenique num tabuleiro colorido que pequenos consumidores, entre 6 e 10 anos, têm que decidir o que comprar para levar ao passeio. Entre as opções estão guloseimas como bolachas recheadas, pastel, refrigerante ou banana, mais barata do que o chocolate. Vence quem tiver a maior sobra de dinheiro no bolso ao término das jogadas.

Já nas cartas de baralho do "Bons Negócios", a brincadeira envolve estratégias para multiplicar o capital por meio da compra e venda de bens, em disputas de crianças de 10 a 14 anos. O item mais caro é o vídeo-game e quem se apegar ao produto dos sonhos de muitos meninos e meninas, fatalmente chegará ao fim do jogo com um valor menor no bolso e não vai sair vencedor.

Essas atividades, desenvolvidas pelo Bank of America Merrill Lynch, com apoio de profissionais da área de ensino e especialistas em técnicas de jogos, fizeram parte de um piloto iniciado em meados de 2017 em 90 escolas dos municípios de Pindoretama, Beberibe e Cascavel, na região metropolitana de Fortaleza. O projeto, implementado pela United Way e o Instituto Brasil Solidário, beneficia cerca de 20 mil crianças e agora chega a 19 escolas da rede pública de ensino em São Paulo.

Os resultados do monitoramento respaldam o teste em novas localidades, podendo depois ser escalado para outras regiões do país ou mesmo da América Latina, diz Thiago Fernandes, responsável pela área social e de governança do banco na América Latina. No ano que vem, por exemplo, a ideia é levar a iniciativa para Santiago, no Chile.

Na experiência no Ceará, as escolas foram separadas em três grupos: um de controle, que não recebeu o projeto, outro que teve acesso aos jogos de educação financeira, e um terceiro que combinou tabuleiros e baralhos com a formação dos educadores. Uma proporção de 77% das escolas que receberam os jogos, ou os jogos casados com treinamento melhoraram o seu índice de educação financeira.

A percepção do presidente do Instituto Brasil Solidário, Luis Salvatore, é que os resultados extrapolaram a proposta inicial, com temas como a diversidade e origem histórica e regional dos alimentos levados para a aula de geografia. Ou a relação de compra e venda, margem de lucro e promoções tratados num encontro com familiares. "Era grande a expectativa de como um jogo físico seria recebido pelas novas gerações, muitos nunca tinham visto um tabuleiro, não conheciam o hábito de jogar e quem conhecia trocou o mundo virtual", diz. "O olho no olho ajudou a estabelecer as bases de negociação, de compreensão e também auxiliou no desenvolvimento de habilidades de diálogos e cooperação."

Para se valer do apelo lúdico e aproveitar a afinidade das crianças com a tecnologia, na Estratégia Nacional de Educação Financeira (Enef) serão os jogos digitais que vão compor o cardápio, diz a superintendente da AEF-Brasil, Claudia Forte. Cinco mini games vão trabalhar temas como consumo, sustentabilidade, planejamento financeiro, crédito e inflação. A criança poderá criar seu avatar e será desafiada a vencer diversas fases. "É a aposta para atrair o aluno, falar a linguagem dele", diz. Conforme exemplifica, o estudante terá que resolver dilemas como se inscrever num intercâmbio ou dividir despesas numa república para estudar numa universidade.

Após o lançamento da versão demo nesta semana, o game será testado com jogadores experientes, chegando às salas de aula numa segunda etapa.