



POSSÍVEIS IMPACTOS DA GAMIFICAÇÃO NA SUBJETIVIDADE DO HOMEM CONTEMPORÂNEO

POSSIBLE IMPACTS OF GAMING IN THE SUBJECTIVITY OF CONTEMPORARY MAN

Afonso Platini dos Santos¹

RESUMO: O presente trabalho investiga os impactos da gamificação nos processos de subjetivação da contemporaneidade, marcados pelo constante avanço das tecnologias. Nosso objetivo foi o de compreender em que medida a gamificação, como um aparato importante nos dias de hoje dentro do capitalismo, afeta a construção da subjetividade na contemporaneidade, situando os desafios da Psicologia e do(a) profissional psicólogo(a) frente a compreensão dos usos da tecnologia. A metodologia utilizada foi a da revisão bibliográfica, onde definimos os principais conceitos para a compreensão do tema. Analisamos os fatores sócio-históricos que constituem a subjetividade na era digital, bem como a relação do homem com a tecnologia, trazendo também as contribuições da psicanálise para a compreensão do conceito de sujeito e os impactos deste fenômeno em sua constituição. E por fim, apontamos os elementos psíquicos que possivelmente serão impactados por uma gamificação da realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Gamificação; Pós-modernidade; Mídias digitais.

ABSTRACT: The present work investigates the impacts of gamification in the processes of subjectivation of contemporaneity, marked by the constant advancement of technologies. Our goal was to understand the extent to which gamification, as an important apparatus in the present day within capitalism, affects the construction of subjectivity in the contemporary world, placing the challenges of Psychology and of the professional psychologist in the face of understanding of uses of technology. The methodology used was the bibliographical review, where we defined the main concepts for the understanding of the theme. We analyze the socio-historical factors that constitute the subjectivity in the digital age, as well as the relation of man to technology, bringing also the contributions of psychoanalysis to the understanding of the concept of subject and the impacts of this phenomenon in its constitution. And finally, we point out the psychic elements that possibly will be impacted by a gamification of reality.

KEYWORDS: Gamification; Postmodernity; Digital media.

1 INTRODUÇÃO

Considerando a violência algumas vezes explícita nas cenas dos jogos digitais, de tempos em tempos surgem algumas discussões a respeito dos impactos e consequências desta tecnologia nos jogadores. Entretanto, nos dias atuais falam-se dos aspectos positivos dos jogos digitais, sobre suas contribuições nas áreas da educação e da influência na cultura contemporânea. É fato que atualmente ninguém pode negar a flagrante mudança causada no homem e na forma do mesmo viver, advinda da sua relação com as máquinas.

Dentro de um contexto sócio-histórico, o homem veio aprimorando a tecnologia, e utilizando-a para diversos fins. Quanto aos jogos, o aspecto lúdico sempre foi capaz de mobilizar a libido dos jogadores fazendo-os aderir a atividade, mesmo antes da digitalização atual da

¹ Graduado em Psicologia na PUC Minas, Campus Betim, com ênfase em Processos de Subjetivação. Estudou Programação de Jogos Digitais pela Escola Municipal Antonio d'Assis Martins em Betim. plat.santos@gmail.com

vida. A primeira geração de jogos digitais foi criada com limitações de pixels e utilizava por isso da imaginação do usuário. Por exemplo em um jogo de pingue-pongue virtual, o jogador precisava fazer o esforço de imaginar um pixel como a bola, outros pixels como uma raquete e etc. Nos dias de hoje os jogos digitais evoluíram a tal ponto, que se permite vivenciar uma verdadeira imersão em mundos alternativos, proporcionando experiências que talvez fossem impossíveis fora da realidade virtual.

Uma evolução na tecnologia fez com que a indústria de jogos digitais desenvolvesse uma expertise no tratamento gráfico de uma informação, ou seja, apresenta a informação na tela em condições ideais de seduzir o usuário, prendendo sua atenção na realidade do jogo. Isso levou a um movimento do mercado chamado de Gamificação, que seria o uso de recursos dos jogos digitais em outras áreas, como educação, marketing, treinamento de pessoas e ambientes de trabalho. O recurso para a adesão do usuário é o sistema de recompensas implicado na realização das tarefas e na conquista e superação de desafios. Esse recurso que nem sempre é falado, ou comentado, é constantemente usado pelas empresas, programas e mídias, por motivar um maior engajamento do usuário nas tarefas propostas. Se por um lado, essa motivação do usuário traz retorno para as empresas, do ponto de vista psicológico, é necessário analisar as consequências que tal superexposição a esse sistema de recompensas traz ao usuário, principalmente quando ele precisa se envolver e desempenhar bem em outras áreas.

Vivemos em uma geração que vê a vida através de uma tela, que se insere no mundo e na sociedade através dos jogos digitais e cresce acostumada, ou com expectativas, de viver as mesmas sensações e experiências do mundo virtual na vida real (ERA, 2012). Isso porque essa nova geração vem desde muito pequenos interagindo com essas novas tecnologias e mídias (jogos, tablets, celulares, redes sociais, internet), sendo superexpostas a um sistema de recompensas imediatas. De acordo com ERA² (2012) esse sistema mobiliza a todo tempo o jogador na continuidade e busca pela satisfação, à custa de uma certa dificuldade de suportar a frustração e vivem um imediatismo generalizado para as demais áreas da vida. Nossa nova concepção de homem é advinda do avanço da tecnologia e de sua aliança ao capitalismo da indústria de jogos com o surgimento da World Wide Web.

As questões que levantamos diante dessa realidade e que versam sobre as formas de ver o mundo através de telas e especialmente considerando os jogos digitais são: quais os impactos do sistema de recompensa e demais técnicas utilizadas nos jogos digitais na constituição da subjetividade do homem contemporâneo? Quais seriam as contribuições da psicologia

² Abreviação de Ética e Realidade Atual, projeto institucional da PUC-Rio, com a participação dos cursos de Filosofia, Direito e Administração.

e da psicanálise para a leitura do fenômeno? Teria a psicanálise algo a dizer acerca dos efeitos desse fenômeno no que diz respeito ao conceito de sujeito? Julgamos estas perguntas relevantes e necessárias nos dias atuais, considerando a importância de identificar não somente as coordenadas simbólicas da produção da subjetividade como também a maneira como cada um lida com a exposição aos jogos.

Nosso objetivo principal será o de compreender em que medida a gamificação, como um aparato importante nos dias de hoje dentro do capitalismo, afeta a construção da subjetividade na contemporaneidade. Para atingirmos nossos objetivos teremos que entender qual a função dos jogos na constituição do sujeito e como e porque os mesmos criam uma adesão dos usuários.

ENTENDENDO A GAMIFICAÇÃO

Para a compreensão do fenômeno, é necessário que aprofundemos no conceito de gamificação, entendendo o que ele representa e qual sua origem.

Isabel Pereira Lopes (2015) e Gabrielle Navarro (2013) irão apontar que o conceito de gamificação irá se estabelecer a partir do conceito de jogo, pois a definição mais comum encontrada em diversos autores é do uso de elementos de jogo e mecânicas para aprimorar contextos não relacionados a eles com o intuito de mudar o comportamento do usuário. Ainda podemos definir gamificação como

... uma estratégia de interação entre pessoas ou empresas de forma mensurável, interativa e engajadora, usando elementos de jogos em situações não lúdicas para criar ou aprimorar a experiência de um usuário com um produto, despertar emoções positivas, explorar aptidões pessoais, atrelar recompensas ao cumprimento de tarefas e motivar pessoas, como uma empresa que quer incentivar o time de vendas a melhorar seu desempenho de forma divertida e não penosa. (LOPES, 2015, p. 02).

O termo gamificação, ou gamification no seu original em inglês, segundo Vianna e outros (2013, p.13), é atribuído ao programador britânico Nick Pelling e existe desde a década de 70, se referindo ao movimento dos programadores de softwares para trazerem elementos dos jogos em seus trabalhos, tornando assim mais divertido o processo. Mas tal termo só foi usado pela primeira vez no contexto que conhecemos nos dias de hoje em 2003 pelo próprio Pelling quando este estabeleceu uma empresa de consultoria chamada Conundra (em português, charada). A empresa tinha como objetivo redefinir normas e regras de funcionamento de empresas e indústrias, com a utilização da gamificação (NAVARRO, 2013).

Apesar disso, o grande boom a respeito da gamificação se deu pela designer de jogos Jane McGonigal (VIANNA, 2015; NAVARRO, 2013), entusiasta da gamificação, que em suas palestras e livros fala de como os jogos podem tornar o mundo melhor.

No que se refere aos elementos presentes e característicos dos jogos digitais que constituem o conceito gamificação Navarro (2013) destaca:

1. O lançamento de desafios,
2. Cumprimento de regras,
3. Metas claras e bem definidas,
4. Efeito surpresa,
5. Linearidade dos acontecimentos,
6. Conquista por pontos e troféus,
7. Estatísticas e gráficos com o acompanhamento da performance,
8. Superação de níveis e
9. Criação de avatares³

O avanço tecnológico emergente foi importante para o desenvolvimento da gamificação na contemporaneidade. De acordo com Navarro (2013), este cenário que proporcionou o desenvolvimento de ambientes gamificados

“[...] foi potencializado pelo avanço e difusão da tecnologia e dos dispositivos eletrônicos móveis, que possibilitou a aplicação de todos os recursos necessários para implementar ações e projetos de gamificação. Dentre eles: o alcance do indivíduo em qualquer lugar e horário; o cruzamento de informações, gerando respostas quantitativas e histórico de resultados; e a comparação desses resultados entre diferentes pessoas de um mesmo grupo ou comunidade.” (NAVARRO; 2013, p. 20)

Apesar de parecer algo novo, os jogos já eram usados no contexto empresarial antes mesmo do surgimento do termo gamificação e dos jogos digitais. Como afirma Navarro (2013, p.08), os jogos foram utilizados desde o início do século XX, devido à similaridade do jogo com o *modus operandi* do comércio, onde eram inseridos elementos como competição, regras, código de conduta, meta definida e resultados na forma de estatísticas. Alguns autores, como Charles Coonradt ensinaram a transformar a profissão no esporte favorito do empregado, mostrando casos de empresas que obtiveram sucesso ao adotar a abordagem lúdica da competição e da superação com os funcionários, em meados dos anos 1960 e 1970 (NAVARRO, 2013).

³ Avatar é um termo comum entre internautas e jogadores de videogame para designar a personificação imaginária da própria pessoa e do seu estado de espírito na forma de um personagem.

A gamificação apresentará, de acordo com ERA (2012),

Quatro tipos de sistema de recompensa: conquista, bônus, pontos e free lunch. A recompensa por conquista pode ser física ou virtual, e deve valorizar o tempo gasto para se conquistar. O bônus é uma recompensa por completar uma série de desafios ou função central. A pontuação é entregue àquele que completa uma única ação ou um grupo de ações [...] A dinâmica do free lunch promove uma recompensa que não foi merecida. Recebe-se uma recompensa porque outra pessoa concluiu o trabalho. Como se alguém do time tivesse aberto uma porta durante o jogo em que todos pudessem acessar, mas só uma pessoa é que teve o trabalho de conquistar aquele acesso. (ERA, 2012).

Outra característica importante da gamificação é o fato dela não ser um jogo, porque usa elementos do jogo digital na vida prática. Muitas vezes é confundida com outras categorias dos jogos digitais, como os advergames, que são os jogos criados com a finalidade de divulgar um produto ou serviço aos consumidores; com os jogos sérios, usados por empresas, sistemas de saúde ou pelo governo para treinar, recrutar, informar ou divulgar produtos para os jogadores; ou com os jogos educativos, que são os jogos criados para educar enquanto divertem (NOVAK, 2010).

O fato de não ser um jogo propriamente dito mascara a gamificação, sendo percebida na maioria das vezes somente pelos estudiosos acerca do tema, embora isso não invalide seu valor e importância. Segundo Vianna e outros (2013)

Em 2018 o mercado global de gamificação corresponderá a cerca de US\$5.5 bilhões. Mais números? Em uma abordagem realizada pela MTV norte-americana junto ao público da Geração Y (que engloba os nascidos entre o início da década de 1980 e o ano 2000), 50% dos entrevistados afirmaram reconhecer aspectos dos jogos aplicados a diversos campos da vida cotidiana, sendo que esse grupo atualmente representa 25% da população economicamente ativa mundial. Isso significa dizer que um quarto da riqueza do planeta que habitamos é gerada por pessoas que cresceram pulando cogumelos, combatendo monstros para salvar princesas, conduzindo bólidos por circuitos surrealistas e coletando moedas em troca de vidas extras. “(VIANNA et. Al, 2013, p.11).

Para concluir, a grande tendência é que a gamificação continue a ser usada no futuro, como uma forma de falar a mesma língua da nova geração conectada, fazendo-os se engajar em tarefas que até pouco tempo eram consideradas constituintes, ou deveres a todo cidadão. Já nos dias de hoje pode-se notar o enfraquecimento da adesão a esse tipo de tarefas e a falta de sentido percebida pelos jovens nos estudos, planos de carreira e tarefas cotidianas. O tédio generalizado com tais tarefas também marca constante presença, pois as mesmas vinham em um modelo de educação que as impunham como um dever, não possuindo um sentido perceptível de imediato para estes jovens, nem uma recompensa que os estimulem.

OS JOGOS DIGITAIS E SUAS IMPLICAÇÕES NA SUBJETIVIDADE

Assim como toda tecnologia emergente, levou-se um tempo para o capitalismo se apropriar e o mercado desenvolver técnicas para aumentar as vendas e lucros. No caso particular do videogame, de acordo com Bruni (2008), é necessário apontarmos tal como um marco de mudança nos paradigmas de experiência com novas mídias, instaurando novas subjetividades por permitir um novo engajamento do corpo com a máquina. Antes considerado apenas uma ferramenta de trabalho, o computador torna-se uma arena lúdica, proporcionando várias formas de experiências sociais.

De acordo com Novak (2010) nos primeiros anos do setor de jogos digitais, os games eram criados baseados em preferências e opiniões pessoais dos desenvolvedores, sem dar tanta atenção assim para seus clientes. Após o primeiro declínio na indústria de jogos, os desenvolvedores passaram a criar estratégias para alavancarem suas vendas e cativarem um maior público. Dentre as ferramentas se encontram as pesquisas demográficas, que geralmente eram limitadas a poucos aspectos demográficos, como idade, gênero e preferência. Estes aspectos não diziam diretamente qual era a melhor maneira de entreter os jogadores, que começou a ser alcançada devido aos estudos da personalidade e motivações para responder à pergunta central: o que torna um game divertido para determinada pessoa? (NOVAK, 2010).

Dentre os estudos posteriores na indústria de games, se encontra o estudo da imersão, que seria a capacidade de um game proporcionar que um jogador se identifique e se insira no ambiente virtual. Para Novak (2010), quanto mais o indivíduo estiver imerso, avançado dentro do game, mais próximo ele estará de sentir ser quem ele realmente é, mais próximo da autocompreensão ele estará. Como modelo primordial de narrativa é usada a “Jornada do Herói”, que faz parte da teoria de Joseph Campbell sobre os padrões de narrativas dos mitos e contos populares, onde ao compreender este padrão, as pessoas conseguem entender quem são e qual seu caminho no mundo. Para Novak

Os jogadores em mundos virtuais seguem o mesmo caminho, mas, em vez de experimentá-lo por meio dos olhos de um protagonista, podem percorrê-lo por conta própria. É por isso que os mundos virtuais são tão fascinantes: eles permitem que as pessoas sejam – ou tornem-se – quem realmente são. (NOVAK, 2010, p. 42).

Os jogos então, como demonstrado, irão desenvolver uma estrutura, uma organização e um funcionamento próprio, com modelos baseados em estudos para alavancar as vendas,

com um crescimento e sucesso exponencial desde a década de 1990. Estes modelos serão então utilizados em outros contextos, desenvolvendo o fenômeno da gamificação. McGonigal, citada por Navarro (2013), irá dizer dos motivos para a gamificação ser inserida na rotina do indivíduo, extrapolando os momentos de ócio. Para a autora, a gamificação promove a sensação de segurança e controle, elementos de uma resposta que o indivíduo pós-moderno demanda da sociedade por viver em uma era de incertezas. A segurança, a excitação e o controle promovidos pelos games irão surgir como uma fuga para o indivíduo pós-moderno (NAVARRO, 2013). Para a autora, os jogos estão satisfazendo as genuínas necessidades humanas que o mundo real falha em atender, oferecendo recompensas que a realidade não consegue dar, ensinando, inspirando e envolvendo de maneira única (NAVARRO apud MCGONIGAL, 2013).

O mundo atualmente está testemunhando um verdadeiro êxodo para mundos virtuais e jogos on-line. A realidade virtual, então vivida por milhões de jogadores, é utilizada como base para a gamificação, na tentativa de engajar e motivar um número ainda maior de pessoas, para diferentes finalidades que não sejam consideradas jogos (NAVARRO apud CASTRONOVA, 2013). Para Bruni (2008) ao jogar videogames os jovens desta geração, além de desenvolverem capacidades cognitivas compartilhadas com as máquinas, estariam aprendendo novas formas de experienciar o cotidiano inserido na tecnologia. Ou seja, por meio dos jogos é possível aprender a lidar com as demandas da sociedade.

O SUJEITO CONTEMPORÂNEO: CONTRIBUIÇÕES PSICANALÍTICAS

Falar de sujeito na psicanálise remete às conceituações de Freud, posteriormente relidas por Lacan, de um sujeito do inconsciente, efeito da linguagem no corpo vivo da pessoa. A subjetivação advém de uma trama de relações anteriores ao nascimento do sujeito. De acordo com Torezan e Aguiar (2011), o sujeito teorizado por Lacan, se constitui na relação com o Outro por meio da linguagem.

Um conceito da psicanálise que auxilia a compreensão do que acontece ao sujeito de nossa contemporaneidade é o desejo. Torezan e Aguiar (2011) apresenta a formulação de Freud em que o desejo se caracteriza por um impulso para a realização de uma primeira satisfação que não pode ser mais alcançada. Por isso a referência à um objeto perdido que será então representado na ordem do simbólico de maneira sempre imaginária. Desta forma o desejo pode ser realizado, mas nunca satisfeito, o que o coloca a sua raiz na falta, pois “ela é o que continua presente em referência ao objeto perdido e, decididamente, dá ao desejo o esta-

tuto de inconsciente e, portanto, estrangeiro ao eu” (Torezan, Aguiar; 2011, p.539). Como o desejo é inconsciente, e o sujeito tratado pela psicanálise é o sujeito do inconsciente, logo, este sujeito é o sujeito de desejo, um sujeito desejante.

O desejo, marcado pela falta, estará no cerne do engajamento ou compulsão do sujeito para o uso das mídias digitais e tecnologias. Como vimos anteriormente com as contribuições de Navarro (2013), nos jogos digitais vigora a ideia de oferecer ao homem a possibilidade de ser no mundo virtual o que ele não pode ser no mundo real, o que pode ser entendido como uma possibilidade, mesmo que ilusória, de completude.

Freud (1914) em seu texto intitulado Introdução ao Narcisismo, procura descrever no conceito de Eu ideal, ou Ego ideal, a relação do investimento libidinal com o funcionamento psíquico e sua formação na infância. O Eu ideal seria uma imagem do Eu experienciado na infância, onde os pais colocam a criança em posição de perfeito, idealizando para o filho aquilo que sempre quiseram ser, e a criança vive como o centro do mundo, com todo o carinho e atenção sendo voltada a ela, com base em sua própria experiência. A criança se sente autossuficiente, imagina que todo o prazer experienciado advém dela, e só mais tarde começará a perceber o mundo ao seu redor, desconstruindo esta representação narcísica.

A instância que regulará a satisfação narcísica a partir do Eu ideal, que foi vivido na infância, e agora se torna um ideal de Eu, será a consciência moral, regulando o processo de se comparar com o Eu primário (Freud, 1914). Podemos compreender que este Eu ideal nunca será alcançado, assim como o desejo nunca será satisfeito completamente.

Ao retomarmos para as ofertas dos jogos digitais, assim como outras tecnologias gamificadas, vemos que a ilusão de se alcançar este Eu ideal no mundo virtual pode ser um fator que nos auxilie a compreender o forte engajamento dos usuários. As mídias que possibilitam a criação destes avatares, proporcionam a projeção deste Eu perfeito que não pode ser alcançado para o mundo virtual.

Esta busca pela satisfação, pela realização completa do desejo, será trabalhada, mas de modos distintos, tanto por Torezan e Aguiar, quanto por Buchianeri (2012). No trabalho realizado por Torezan e Aguiar (2011), estas consequências e características contemporâneas advindas das tecnologias e demais modos de vida que acabam por adoecer o sujeito, produzindo sintomas característicos de nosso tempo, serão compreendidas dentro da noção de estado-limite. De acordo com os autores, tal conceito corresponderia a uma leitura para alguns fenômenos clínicos atuais, como o pânico, a bulimia, a anorexia, as adicções, a melancolização, os fenômenos psicossomáticos, o ato de se cortar e a cleptomania, vislumbrando um funcionamento próximo tanto do perverso quanto do psicótico (Torezan; Aguiar, 2011).

As manifestações do estado limite, de acordo com tais autores, serão

Marcas da aparição do campo pulsional, que, diferentemente do sintoma neurótico, definido pelo retorno das inscrições pulsionais recalçadas, não se encontra efetivamente simbolizado. Frente à insuportável angústia de ser tomado na posição de objeto que completa o Outro, o sujeito aparece através do fenômeno, num ato de recusa e repugnância ao desejo do Outro, ao mesmo tempo em que se confirma existente através da posição de alienação que lhe é tão conhecida. (TOREZAN; AGUIAR, 2011, p. 544).

Essa não-efetivação da simbolização, ou falha, aparece como tais fenômenos para Toresan e Aguiar (2011), por princípio de uma posição materna pouco marcada pela castração simbólica, resultando em investimentos sobre a criança de demandas pulsionais não eficazes. Tal observação vai de encontro com o trabalho de Buchianeri (2012) que vai desenvolver o conceito de tédio na pós-modernidade como sintoma de um afrouxamento nos traumas fundantes, resultando em um empobrecimento das defesas psíquicas. Estas defesas seriam sobrecarregadas posteriormente pelas tecnologias, com a massividade de informações e conteúdos que o sujeito necessita processar em pouco tempo. A rapidez dos acontecimentos e constante demanda da modernidade resultaria em uma nova forma de defesa pelo psiquismo, causando uma desaceleração cognitiva do sujeito perante esta demanda, despotencializando-o, surgindo como sintoma o tédio. Ambos os autores apontam uma falha em experiências fundantes no período da infância, que irá resultar em um enfraquecimento das defesas psíquicas e da capacidade simbólica do sujeito, abrindo portas para os sintomas atuais descritos, resultados das exigências da vida pós-moderna.

Elizabeth Roudinesco (1999), em seu trabalho intitulado *Por que a Psicanálise?* irá apontar o movimento do sujeito contemporâneo em uma busca desesperada para vencer o vazio de seu desejo através do consumismo, resultando em um sujeito adoecido psiquicamente, deprimido. Pela falta de tempo e a demanda dos dias atuais pela velocidade, este sujeito procura a cura para seu sofrimento em todos os tipos de soluções rápidas e alternativas e psicofármacos, abandonando o pensamento crítico e a reflexão sobre a origem de sua infelicidade (ROUDINESCO, 1999). A autora trabalhará esta depressão presente nos dias atuais como um conceito próximo ao apresentado pelos demais autores até o momento, afirmando que “a depressão não é uma neurose nem uma psicose nem uma melancolia, mas uma entidade nova, que remete a um “estado” pensado em termos de “fadiga”, “déficit” ou “enfraquecimento da personalidade” (ROUDINESCO, 1999, p. 05).

Todos os autores concordarão que tais sintomas serão frutos de uma demanda social de velocidade produzida pelo sistema capitalista, onde a tecnologia, aliada ao consumismo,

provocará constantes mudanças sociais, causando um esgotamento nervoso e um empobrecimento simbólico do sujeito.

IMPACTOS ASSOCIADOS À GAMIFICAÇÃO

Vimos até o presente momento como a interação do homem com o ambiente tecnológico constitui a subjetividade moderna, onde os games aparecem como ferramentas importantes para compreender estas novas formas de subjetivação. Porém, como a gamificação não se constitui como um jogo, mas como o uso da linguagem produzida para os jogos digitais em outros contextos da vida cotidiana, é necessário analisar quais os aspectos destas mudanças produzidas pelos jogos irão se expandir para a gamificação, e quais serão as demais características que poderão ser associadas ao fenômeno.

O ambiente virtual, as redes de relacionamento digitais, os fóruns e demais espaços, quando utilizam da gamificação como uma ferramenta de linguagem para acessar este indivíduo contemporâneo, irá romper as barreiras tanto do jogo digital, quanto do conceito de jogo propriamente dito. Irá criar uma mescla entre o virtual e a vida real, generalizando as características marcantes dos games para as demais áreas da vida. Navarro (2013) ao sintetizar a análise das diferenças dos jogos para as mídias gamificadas resume em quatro características primordiais, que de modo geral estão ligadas ao caráter de indefinição de um objetivo maior e a possibilidade de ser utilizada a qualquer momento e em qualquer espaço. O jogar não é mais uma mera distração e o indivíduo é colocado a operar como se estivesse a jogar à todo momento, quer seja na escola, no trabalho, nos momentos de ócio e demais usos da rede, estimulado pela possibilidade de sanar sua necessidade de satisfação e felicidade constantes.

Ao pensarmos o homem contemporâneo, apresentando-o na metáfora trabalhada anteriormente de ciborgue, podemos estender o entendimento deste processo aos jogos digitais. Mendes (2001) compreende esta metáfora essencial para entendermos os jogos digitais como uma “tecnologia política do corpo”, tomando por princípio o uso dos jogos como aparato de simulação de ambientes militares, para fins de treinamento, e os demais interesses econômicos provenientes da produção dos games. Jogos que eram usados para treinar taticamente soldados, depois de um certo tempo acabam se tornando obsoletos, sendo aproveitados para o estímulo e recrutamento de indivíduos para as forças armadas, ou somente comercializados para obter um retorno do investimento inicial. Tavares, citado por Bruni (2008), ao analisar tal processo dirá que

Durante o ato do jogar, pode-se então observar que o jogador apresenta um desejo consciente de se ciborguizar, de se tornar uno com o sistema. Ele quer usufruir de tudo que o sistema pode lhe oferecer: superpoderes, supervisão, vida infinita, exploração de mundos e labirintos sem fim. [...] Dessa maneira, sistemas e observadores resultam então unificados, durante uma simiose entre jogador-ciberespaço-avator, compartilhando uma consciência única, auto-referente, mesmo em um ambiente eletrônico, em um amálgama de habilidades, vontade e entrosamento: simbiose ciborgue entre ser humano e numérico. (BRUNI apud TAVARES, 2008, p. 08).

Tal simbiose descrita tem como origem o desejo de ser quem realmente se é, analisado por McGonigal anteriormente, e pode ser extrapolado para o contexto da gamificação. A possibilidade da criação de um perfil em uma rede ou aplicativo, sem que necessariamente as informações descritas no perfil sejam verdadeiras, dão ao sujeito a oportunidade de se “auto-criar” nos modelos de sua idealização do Eu, gerando uma falsa sensação de completude. Este fenômeno é descrito por Lopes (2015) ao estudar a gamificação presente na rede social Facebook, onde os usuários, ao postarem algo em sua linha do tempo, são incentivados a serem autores de sua própria história, narradores de seu cotidiano, com uma premiação implícita a cada postagem relevante. A produção de um eu ideal nas redes se dará pela produção e construção de sua imagem social, com fotos e informações indicando a vida “feliz e perfeita” do indivíduo.

Mendes (2001) irá apontar como os jogos digitais podem funcionar como um instrumento de controle dos corpos. Quando nos jogos digitais se alcança uma próxima fase, esta traz um desafio específico que deve ser vencido, tendo uma dupla função. A primeira de localizar quem joga em relação às habilidades necessárias, exercendo um papel ambíguo de classificar/hierarquizar e castigar/recompensar. A segunda função seria de criar um processo de competição, no qual os jogadores possam se comparar e assimilar de forma eficiente as habilidades requeridas. A passagem de fases, de tal forma, continuará sempre a exercer seu poder, pois é necessário que o corpo cada vez mais domine a máquina para que o jogador possa continuar o jogo, já que o game não propõe outra alternativa (MENDES, 2001). Na relação do corpo com a máquina, do indivíduo com o jogo digital, ao mesmo tempo que se procura dominar a máquina, o sujeito também é dominado por ela. Tal fato é exposto por ERA (2012) no projeto gamificado realizado em pontos de ônibus de San Francisco, EUA, chamado Yahoo! Bus Stop Derby, que consistia em telas sensíveis instaladas nos pontos de ônibus para que, as pessoas ao esperarem o ônibus, pudessem se divertir. O sujeito, ao jogar no ponto de ônibus, não daria conta da ineficiência do serviço de transporte, se distraíndo e levando-o a se abster das falhas nos serviços de direito dele.

As constantes mudanças tecnológicas, como já apresentadas, unidas ao caráter compulsivo das mídias gamificadas e a velocidade de informações bombardeadas a cada instante, podem, inclusive, modificar alguns constructos cerebrais como apontado por Sibilia (2012). A autora aponta que os universitários atualmente passam, em média, 5 mil horas de sua vida universitária lendo, porém, mais de 10 mil horas jogando games, sem contar as 20 mil horas assistindo à TV. Há uma hipótese sendo estudada por neuropsicólogos de que, por estarem expostos a uma maior quantidade de informações e estímulos visuais e auditivos, pode ocorrer uma diminuição na habilidade de linguagem escrita do ser humano e uma ampliação das habilidades visuais. Toda a velocidade dos estímulos ao qual o indivíduo é exposto faz que o percepto não tenha tempo necessário de gerar um movimento de assimilação da consciência (SIBILIA, 2012).

A aceleração das informações e a desaceleração do sujeito, analisados por Buchianeri (2012) são condições atuais que compõe a existência humana e um importante item para se compreender o sujeito atual. Podemos fazer uma ligação da aceleração presente no mundo digital com o aspecto de indefinição de um objetivo maior presente nas mídias gamificadas, o que levaria à compulsão por ver tudo, retomando a ideia de completude. Em uma linha do tempo de uma rede social, se apresenta para o usuário as diversas atualizações de seus amigos e páginas escolhidas como relevantes, e na ânsia de se atualizar de tudo que acontece, o usuário se prende à rolagem da linha, entrando em um ciclo infinito de leitura rápida de tudo que se está à mostra, não dando conta de processar a quantidade de informações. De acordo com Matos, citado por Buchianeri (2012), enquanto mais informações se tem, maior seria o tempo necessário para transformá-las em compreensão e experiência. Para o autor “a remoção ou abrandamento de barreiras e filtros para a passagem das superestimulações do mundo geram atitudes de recepção, baixa resistência e assentimento passivo, necessárias para os propósitos da sociedade imediatista e consumista” (BUCHIANERI; 2012, p. 66). Encontra-se outro aspecto de dominação dos corpos, que coloca o indivíduo a mercê do consumo estimulado a todo tempo nas propagandas e informações consumidas.

A sensação de recompensa imediata também se configura como um item que irá promover essa adesão desenfreada às mídias gamificadas. Lopes (2015), ao analisar os elementos da gamificação implícitos na rede social Facebook, classificou três importantes sistemas de pontuação:

- A curtida, que é mensurada quantitativamente e avalia quantos indivíduos gostaram do conteúdo postado pelo usuário;

- O comentário, em que diferentes usuários podem interagir com o criador da postagem e deixar suas impressões sobre a mesma, podendo ser curtidos caso suas impressões sejam relevantes;
- E o compartilhamento, em que os usuários podem compartilhar a postagem de um indivíduo em sua própria linha do tempo, visando ampliar o alcance do conteúdo que o usuário achou relevante e mostrá-lo ao seu círculo de interação (LOPES; 2015, p.11).

Tais elementos segundo a autora seriam análogos à pontos ou medalhas, a qual o usuário busca conquistar com suas postagens e interações, o motivando a continuar usando a rede. O elemento implícito presente, importante para se compreender os movimentos nas redes sociais, seria a popularidade ou status social, que seria considerado maior pelo indivíduo de acordo com a quantidade de recursos que este possui (LOPES, 2015). O status social percebido pelo usuário daria forças então para a noção anterior de completude, onde o sujeito sente como confirmado o seu Eu virtual, ou avatar. Tal motivação tem tamanha força de engajamento que, nos dias atuais, há redes sociais gamificadas no próprio meio acadêmico, incentivando a produção de conteúdo científico e a competição. Podemos citar a rede social Researchgate como exemplo de uma rede social gamificada. A rede foi criada na Alemanha, sendo chamada comumente de “Facebook para cientistas”, e tem o intuito de unir cientistas e pesquisadores, recompensando a interação e compartilhamento de conteúdo com pontos no perfil do usuário (KINTISCH, 2014). Seria um meio de acessar e falar a mesma língua desta geração que nasceu imersa nos jogos digitais.

Como exposto de forma concisa por ERA (2012), o sentimento por traz da gamificação é o de “se mostrar” e de “se gabar”. A inveja se mostra como peça fundamental deste motor junto com o voyeurismo, onde a motivação se encontra no desejo do que o outro tem. O autor aponta que um dos perigos presentes na gamificação seria o sistema de recompensas, que troca uma recompensa real por um valor simbólico como incentivo, utilizando dessas recompensas de modo exacerbado, o que pode gerar uma dessensibilização do prazer de receber um incentivo. Entretanto, se retira-se os estímulos, perde-se completamente a motivação (ERA, 2012). Pode ser este fator que impulsionou o uso da gamificação em contextos fora dos games, atrelado ao rápido engajamento quando tais elementos se encontravam presentes, mas é necessário se questionar até onde este caminho irá nos levar, e quais as consequências destas ferramentas no futuro.

O que pode ser analisado, dentre as características presentes no homem pós-moderno exacerbados pela gamificação seria o comprometimento de funções cognitivas devido a rela-

ção da massividade de conteúdo e o pouco tempo disposto para assimilá-los. Buchianeri (2012) aponta que

A contração do espaço e a aceleração do tempo, na atualidade, promovem fissuras importantes na constituição do sujeito, levando-o ao encapsulamento narcísico e ao embotamento afetivo, sendo que qualquer situação que venha a promover uma possibilidade de rompimento dessa bolha egossintônica poderá mobilizar defesas mais primitivas. Sob esse viés, a presença do “outro” passa a ser, a princípio, ameaçadora e, posteriormente, entediante [...]. (BUCHIANERI, 2012, p. 40).

Vemos, por fim, como a relação do homem contemporâneo com a tecnologia se constitui de maneira paradoxal. As mesmas tecnologias criadas pelo homem para suprir suas necessidades, para o potencializar, acabam despotencializando-o. O homem busca a fusão com a máquina, na esperança de uma completude, mas por fim acaba tornando-se vazio e obsoleto. A gamificação virá então, ao mesmo tempo, suprir as demandas de redes como a da educação, na tentativa de acessar a nova geração e conversar na mesma linguagem, e suprir a demanda do capital, influenciando, controlando e utilizando dos indivíduos para seus fins.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de não ser considerado uma tecnologia que mudou drasticamente a forma do ser humano se relacionar com o mundo, como o relógio e o automóvel por exemplo, não podemos negar que os jogos digitais modificaram a forma como o homem relaciona com o real e o virtual, na medida em que o sujeito faz uso de seus recursos. Os jogos digitais proporcionaram tanto modificações importantes na forma de se jogar, de se divertir, quanto possibilitou o surgimento de diversas tecnologias que vem modificando toda a sociedade, bem como a maneira que o homem se relaciona com o tecnológico. O caráter lúdico presente nos jogos digitais pode ter dificultado a compreensão por parte de alguns estudiosos como algo “sério”, pois o jogar remete ao brincar e a cultura tenta abolir este aspecto da vida adulta, mas não passou despercebido por aqueles que viram uma forma de lucrar com esta tecnologia. Assim como toda tecnologia, ela evoluiu, se concretizando como uma das formas mais presentes e rentáveis de mídia do nosso tempo.

Vimos que o sucesso recorrente dos games se dá por proporcionar ao usuário viver experiências que não poderiam serem vividas no mundo real, dando a ideia ilusória de completude do sujeito, confundida com realização de felicidade, quando na verdade proporciona apenas satisfação de alguns impulsos. O jogo digital permite a criação de micromundos onde

o indivíduo se desliga da realidade. Em alguns momentos a experiência é fidedigna com a realidade, como um simulacro, ou apenas distorcida e fantasiosa.

A narrativa sofre mudanças significativas com o surgimento dos jogos digitais, não só na forma de contar, mas de vivenciar a história. O sujeito agora não apenas assiste a história, de modo passivo, mas participa, interage, se torna protagonista da história. Apesar disto, esta vivência é limitada, com uma narrativa fixa e linear, e comandos pré-determinados pelo desenvolvedor, exigindo do usuário que, além de tentar dominar e aperfeiçoar seus movimentos, na tentativa de dominar a máquina, que ele se aliene de sua imaginação e desejos projetados na história narrada para vivenciar a fantasia de outro. Isto acaba condicionando uma parcela da população a viver fantasias que não são delas, que estão prontas, acabadas, definidas por uma sequência de códigos de programação. Embora pense que está no controle do jogo, o sujeito está sendo controlado por ele. Ao usuário resta apenas pegar o seu controle e seguir.

Podemos perceber como a gamificação, como aparato tecnológico proveniente da sociedade pós-moderna, se configura como uma espécie de linguagem, como um conjunto de esquemas que auxiliam o acesso ao indivíduo contemporâneo, quer seja criança, jovem ou adulto. Compreender a gamificação e suas implicações na subjetividade nos auxilia na compreensão do sujeito imerso na tecnologia e virtualidade da internet. A narrativa agora não é aquela determinada e participativa dos jogos, é a própria vida do indivíduo, ou a vida que ele idealiza ter e não lhe é possível no mundo real. O sujeito pós-moderno, ao usufruir de redes sociais, aplicativos e produtos gamificados, fragiliza a sua identidade, não conseguindo fazer uma separação do real e do virtual. A tecnologia proporciona isso, e o sujeito se vê em um processo de alienação constante, promovido pela massiva quantidade de informações e pequenos estímulos colocados como recompensas para que ele continue ali, consumindo.

A gamificação parece apagar, dentre todas as características que constituem o jogo conceituado por Huizinga, um aspecto primordial para o jogo, que seria o lúdico. Vemos a redução de alguns elementos do conceito de jogo na pós-modernidade com o advento dos jogos digitais, se generalizando para um conjunto de recompensas com a gamificação, de reforçadores para um comportamento que serve aos interesses do capital. O sujeito não deve escolher que hora jogar, deve apenas consumir, como se estivesse a jogar, pois ao fazer isso está produzindo, gerando lucro, estará trabalhando, estudando, sendo estudado, a qualquer momento do dia. Não demorou para perceberem que os jovens e crianças dos primórdios da era dos games cresceram, se tornaram adultos, com esquemas cognitivos aprimorados para compreenderem e darem conta da quantidade de estímulos presentes em um jogo digital.

Retirar o lúdico fez com que empresários levassem a sério as propostas da gamificação, e ainda assim possibilitar o engajamento do usuário ao consumir uma mídia gamificada. Deixar o desafio fez com que o indivíduo contemporâneo “entrasse no jogo” do capital, competindo a todo momento com seus pares em busca de recompensas, de reconhecimento, de status, de satisfação. Não é à toa a crescente onda de polarização nos dias atuais, já que boa parte da população cresceu disputando com o player 2, enfrentando e derrotando monstros e vilões, vivenciando as simulações dos cenários de guerras e confrontos armados. Tal fator não é determinante, mas vivenciar todas estas experiências, sem a elaboração da imaginação, com a concretude da imagem à sua frente, de alguma maneira vai ensinar ao indivíduo como operar no mundo real, tendo suas devidas consequências. O discurso meritocrático ganha força a cada dia, e se reproduz na fala daqueles que percebem a vida com uma linearidade, com fases a serem vencidas, e a cada recompensa vem implícito a ideia de que foi merecido por sua competência e refinamento de suas habilidades. Todos buscam incessantemente o primeiro lugar, pois desde cedo aprenderam a buscar isto nos jogos.

A velocidade e imediatividade dos dias atuais dentro de todas as esferas da vida, inclusive nos meios digitais chama a nossa atenção. A urgência da satisfação e do prazer aliado à satisfação provocada pelas mídias gamificadas se configura em uma forma de controle dos corpos. O homem contemporâneo encontra na gamificação cargas de dopaminas similares à que um dia já obtivera a cada fase vencida, em cada movimento certo em um game, a cada golpe especial dado no inimigo. Mesmo não sendo suficientes, gerando tédio, ainda sim são cargas melhores do que nenhuma, o que motiva o usuário à busca incessante por esta sensação de prazer. Uma sociedade que vive em busca do prazer momentâneo e imediato, dessensibilizado e fadado a buscar sempre a impossível completude ou saciedade.

Seu uso, assim como toda tecnologia, pode ter seus aspectos tanto benéficos quanto maléficos, mas infelizmente o que vemos é uma exacerbação do uso de mídias gamificadas, mostrando seu alto grau de engajamento e motivação, mesmo gerando tédio em seus usuários. Futuramente, teremos um amplo uso deste recurso, maior do que já está presente hoje, o que nos faz refletir sobre as consequências desta tecnologia no psiquismo, já que não há um uso consciente, tanto por parte dos desenvolvedores de aplicativos, indústrias e mídias, quanto por parte de seus usuários. A mudança do paradigma presente no jogo, da imaginação para o da manipulação de uma imagem pré-estabelecida, poderá ter consequências preocupantes, enfraquecendo no sujeito o uso de seus recursos cognitivos, acomodando-o para um imaginar pré-estabelecido, o assujeitando neste processo.

Como psicólogos, precisamos estar atentos a estes acontecimentos, à forma como o discurso da gamificação vem tomando força e demandando outras repostas gamificadas para problemas de nosso cotidiano. A gamificação precisa ser estudada com maior profundidade, pois apesar de tentarmos identificar os impactos desta tecnologia na subjetividade, é complexo a forma como esta influencia sobre os corpos e o psiquismo. Corremos o risco de gamificar demais esferas da vida, e não é possível prever com clareza as consequências de tal. Já há aplicativos gamificados que engajam usuários a cuidar do corpo, fazer exercícios físicos, se alimentar bem, e não há de demorar que apareça os que pretendem cuidar da saúde psíquica, nos isolando cada vez mais do contato humano e concretizando talvez uma metáfora antiga, mas que ganha força a cada dia: tornar o humano uma máquina.

Apesar deste estudo abordar algumas contribuições da psicanálise para a compreensão do fenômeno da gamificação, focamos em apresentar os possíveis impactos desta tecnologia na subjetividade. Vemos no decorrer do trabalho a necessidade de aprofundar o estudo no tema, onde poderiam ser exploradas os conceitos de fantasia, imaginação e alucinação e como eles se configuram no ciberespaço atualmente. Há também de se investigar com maior profundidade os mecanismos sublimatórios que podem estar presentes tanto nos jogos digitais, quanto em outras mídias no ciberespaço.

REFERÊNCIAS

BRUNI, Paolo. Como os videogames formam ciborgues?. **IV Seminário Jogos Eletrônicos, Educação e Comunicação, Salvador-BA**, 2008. Disponível em: <<http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/seminario4/trab/pb.pdf>>. Acesso em: 08 de ago. 2017.

BUCHIANERI, Luís Guilherme Coelho. **Adolescência, velocidade e tédio**. São Paulo. Editora Cultura Acadêmica. 2012.

ERA. Algumas considerações sobre Gamification. **ERA. Ética e realidade atual**. 2012. Disponível em: <<http://era.org.br/2012/06/algumas-consideracoes-sobre-gamification/>>. Acesso em: 16 de abr. 2017.

FREUD, Sigmund. Introdução ao narcisismo: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916). **Obras Completas vol. XII**. Companhia das letras, 2010.

KINTISCH, Eli. Is ResearchGate Facebook for science? **SCIENCEMAG**. Agosto, 2014. Disponível em: <<http://www.sciencemag.org/careers/2014/08/researchgate-facebook-science>>. Acesso em: 11 de mai. 2017.

LOPES, Isabel Pereira. O jogo da vida: A gamificação por trás do Facebook.

COMUNICON- Congresso Internacional Comunicação e Consumo. 2015. Disponível em: < <http://docplayer.com.br/23396993-O-jogo-da-vida-a-gamificacao-por-tras-do-facebook-1.html>>. Acesso em: 09 de abril. 2017.

MENDES, Cláudio Lúcio. Controla-me que te governo: os jogos eletrônicos como forma de subjetivação. **Educação & Realidade**, v. 26, n. 1, p. 126-139, 2001. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/41319>> Acesso em 14 de nov. 2017.

NAVARRO, Gabrielle. Gamificação: a transformação do conceito do termo jogo no contexto da pós-modernidade. **Biblioteca Latino-Americana de Cultura e Comunicação**, v. 1, n. 1, p. 1-26, 2013. Disponível em: <<http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/578-1589-1-PB.pdf>> Acesso em: 08 de mar. 2017.

NOVAK, Jeannie. **Desenvolvimento de Games; tradução da 2ª edição norte-americana.** Cengage Learning, São Paulo, 2010.

ROUDINESCO, Elizabeth. **Por que a Psicanálise?** Rio de Janeiro: Ed. Zahar. 2000.

SIBILIA, Paula. **Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão.** Rio de Janeiro. Contraponto. 2012.

TOREZAN, Zeila C. Facci; AGUIAR, Fernando. O sujeito da psicanálise: particularidades na contemporaneidade. **Mal-estar e Subjetividade**, XI(2), 2011, p. 525-554. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/271/27121578004/>> Acesso em: nov. 2017.

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Maurício; MEDINA, Bruno; TANAKA, Samara. **Gamification, Inc: como reinventar empresas a partir de jogos** 1. Ed. – Rio de Janeiro: MJV Press, 2013.