

**GAMIFICAÇÃO COMO INSTRUMENTO LÚDICO NEOLIBERAL:  
Elementos hegemônicos e processos de resistência**

Márcia Mineiro<sup>1</sup>  
Lúcia Gracia Ferreira<sup>2</sup>

**Resumo:** O artigo objetivou discutir gamificação à luz da ludicidade e do neoliberalismo. Abordagem metodológica qualitativa, exploratória, com pesquisa bibliográfica sistemática de obras de Byung-Chul Han analisada em três categorias temáticas. Discutiu-se a lógica gamificada, seus reflexos na manutenção da hegemonia, reprodução de ideologias dominantes e o que subjaz ao engajamento trazido pelos jogos que tem mantido pessoas afastadas da autotelia presente na arte, na poesia, na ludicidade etc. Caracterizaram-se paradigmas e concepções de ludicidade que aportam diferentes formas de compreendê-la, desde a subjetividade ao utilitarismo o qual é enaltecido pelo neoliberalismo. Inferiu-se que gamificação não enseja emancipação, crítica ou reflexão, mas sim, transborda dominação, exploração, adaptação e submissão.

**Palavras-chave:** Gamificação. Ludicidade. Neoliberalismo.

**GAMIFICATION AS A NEOLIBERAL LUDIC INSTRUMENT:  
Hegemonic elements and resistance processes**

**Abstract:** The article aimed to discuss gamification based on ludicity and neoliberalism. Qualitative methodological approach, exploratory, with systematic bibliographic research upon Byun-Chul Han's opus analysed in three thematic categories. It discussed gamified logic, its reflexes in the maintenance of hegemony, reproduction of dominant ideologies and what underlies the engagement brought by games that kept people away from the autothelia present in art, poetry, ludicity etc. Paradigms and conceptions were categorized to support different ways of understanding ludicity, from subjectivity to utilitarianism, which is acclaimed by neoliberalism. It was inferred that gamification does not lead to emancipation, criticism, or reflection, but rather domination, exploitation, adaptation, and submission.

**Keywords:** Gamification. Ludicity. Neoliberalism.

**GAMIFICACIÓN COMO INSTRUMENTO LÚDICO NEOLIBERAL:  
Elementos hegemónicos y procesos de resistencia**

**Resumen:** El artículo objetivó discutir gamificación a la luz de la ludicidad y neoliberalismo. Abordaje metodológico cualitativo y exploratorio, con investigación bibliográfica sistemática de obras de Byung-Chul Han analizada en tres categorías temáticas. Se discutió la lógica gamificada, sus reflejos en el mantenimiento de la hegemonía, reproducción de ideologías dominantes y lo que subyace al

<sup>1</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-doutorado pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professora da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), na graduação e no Programa de Pós-Graduação em Educação. Líder do Grupo de Estudos e Pesquisa Interdisciplinar e Crítico (GEPIC). E-mail de contato: marcia@uesb.edu.br

<sup>2</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Pós-doutorado pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Professora da UFBA e da UESB, Itapetinga e do Programa de Pós-Graduação em Educação da UFBA e da UESB. Líder do Grupo de Pesquisa e Estudos Pedagógicos (GPEP/CNPq/UESB). E-mail de contato: lucia.trindade@uesb.edu.br

compromiso aportado por los juegos que mantiene las personas alejadas de la autotelía presente en el arte, poesía, ludicidad etc. Se caracterizaron paradigmas y concepciones de ludicidad que aportan diferentes formas de comprender la ludicidad, desde la subjetividad hacia el utilitarismo, lo cual es alabado por el neoliberalismo. Se infirió que gamificación no conduce a emancipación, crítica o reflexión, sino que desborda dominación, explotación, adaptación y sumisión.

**Palavras-clave:** Gamificación. Ludicidad. Neoliberalismo.

### Introdução

Este artigo não se propõe a ensinar/debater como se *gamifica* uma atividade, não tem intenção de revisar a fundo conceitos ligados à gamificação, pois que já existem muitos materiais com esse fito, muito menos se pretende defender ingênua e deslumbradamente o emprego da gamificação descolada de uma reflexão socioeconômico-lúdica. Aliás, é justamente esse o objetivo geral: discutir a gamificação à luz da ludicidade e do neoliberalismo.

A criação de processos de resistências às políticas e práticas hegemônicas perpassa pela compreensão do que compõe a ideologia, os propósitos, os invisibilizados e os invisíveis, as ações e “ferramentas” (aqui o enfoque recai sobre a gamificação) que concretizam as opressões. O ideário, ou a ética, neoliberal se comporta globalmente, não se restringindo ao mundo corporativo, transporta para as escolas, igrejas, famílias e quaisquer espaços sociais propugnando a fusão do sucesso na vida profissional e na vida pessoal, mesclando vida privada e profissional. (As redes sociais colaboram para isso e o *home office* pandêmico terminou por exacerbar essa prática). O discurso gerencial, propugna um “eu ideal” que concreta a ideologia neoliberal em um “eu empresarial”, minando subjetividades em prol do utilitarismo para estabelecer definitivamente um envolvimento completo, um “engajamento total”.

Para Pierre Dardot e Christian Laval (2016) a exigência se dissemina para que os indivíduos se tornem a alma e o corpo da sua atividade profissional, a partir de saberes que só se efetivam e são valorizados quando postos em ciclo no “mercado”, aliás “todos os saberes que não trazem lucro são considerados inúteis” (Ordine, 2016, p. 7).

É ainda Nuccio Ordine (2016, p. 12) quem adverte que “somente o saber pode ainda desafiar as leis do mercado”, posto que o conhecimento pode ser partilhado sem empobrecer ninguém, ao contrário, justamente pode enriquecer quem oferta e quem acolhe. Entristece ver indivíduos em uma corrida desenfreada em busca de milagrosos ganhos rápidos, enquanto a imensidão da natureza não lhes desperta interesse algum. Ao manter o foco na produtividade,

no lucro, nos números dos *rankings*, no consumismo, na agilidade e na ubiquidade, muitas vezes, deixa-se de apreciar os pequenos gestos cotidianos e de perceber a riqueza que existe na vida. Aparta-se da arte, da subjetividade, da poesia, da estética e perde-se a grandeza que pode ser encontrada nas coisas mais simples, por isso “se não se compreende a utilidade do inútil e a inutilidade do útil, não se compreende a arte” (Ionesco, s.d. apud Ordine, 2016, p. 13).

Cada vez mais, carece-se valorizar os elementos da vida que têm motivo de existir em si mesmo, os elementos autotélicos, ou nas palavras do poeta Paulo Leminski (1986, p. 58) faz falta o inutensílio: “O amor. A amizade. [...] A poesia. A rebeldia. [...] Estas coisas não precisam de justificação nem de justificativas. Todos sabemos que elas são a própria finalidade da vida”. Trazem em si a autotelia, não precisam de objetivos e finalidades que justifiquem sua existência. Infelizmente, o que mais se escuta é: “para que isso serve? Qual é a finalidade? O que se ganha com isso?”. Essa é a lógica mercadológica que impera no mundo, na sociedade do cansaço (Han, 2017).

Justamente por ter ciência disso, os operadores do “mercado” usam de diversos “subterfúgios para a dominação” com o rótulo de “motivação” (programas de recompensas, “ambiente ludificado”, “ambiente *gamificado*” e mais um arsenal de nomes criativos típicos dos *coaches*). A lógica para o ambiente educacional e para os consumidores vem se mantendo a mesma: “para tentar motivar as pessoas a realizarem uma tarefa enfadonha (como exercícios repetitivos para a fixação de um conteúdo), ou desempenhar um determinado comportamento (como fidelizar-se à marca)” (Pimentel; Carvalho, 2022, p. 193). Ou ainda para forçar o indivíduo a perseguir um ideal inalcançável, impulsionar garantias de formação continuada (“perpétua”) para o futuro que nunca chega e que é delineado em bases inatingíveis.

Essa é a tônica da discussão neste artigo que é mostra parcial da pesquisa de pós-doutorado realizada por uma autora e supervisionada pela outra. Metodologicamente teve abordagem qualitativa, com paradigma crítico, para procedimento de Pesquisa Bibliográfica, apoiada em fichamento e *check list* digital sistemático e com interpretação dos dados pela análise de conteúdo temática.

Após o percurso metodológico, abordam-se a *gamificação*, ludicidade e neoliberalismo em seções separadas, sem a intenção de concluir a discussão, e termina-se com considerações finais.

## Percurso Metodológico

Assume-se a abordagem paradigmática qualitativa, amparada pela criticidade (Mineiro; Silva; Ferreira, 2022). Com cunho exploratório, empreendeu-se pesquisa bibliográfica (desobrigada a passar pelo comitê de ética), cujo *corpus* é composto por 753 citações – extraídas sistematicamente por *check list* digital (Mineiro; Ferreira; Silva, 2022) de palavras criado com base nas Concepções de Ludicidade de (Mineiro, 2021) – de 15 obras de Byung-Chul Han, em português e espanhol – com temas centrais ligados à Globalização, Digitalização, Neoliberalismo, Sociedade e Dimensões Autotélicas – publicadas entre 2015 e 2023. Também foi feito fichamento de citação, resumo e crítico analógicos e digitais (Mineiro; Ferreira; Silva, 2022) *software* livre Zotero dessas obras e de outros autores para apoiar a análise.

A análise de conteúdo temática, com categorias *a posteriori*, foi realizada com apoio dos *softwares* livres Blumind, AntConc e QualCoder (Curtain, 2023). Nele as citações foram clivadas (resultando em 1.536 trechos) e codificadas (43 códigos) para posterior categorização. Este artigo aborda a análise de: 118 citações, 179 trechos e 3 códigos (Gamificação, Reflexos da Ludicidade e Elementos de Psicopoder), pertencentes a 2 diferentes categorias: Concepções (2 subcategorias: Utilitarista e Subjetiva) e Dimensões (1 subcategoria: Neoliberal).

## Gamificação: desvelando conceitos

O conceito de gamificação aponta que se trata da utilização da lógica dos jogos e técnicas de design de jogos em contextos que não são jogos. O universo do jogo é usado como meio (ferramenta) em outros universos. Assim, uma tarefa *gamificada* não é um jogo. Este é uma ação humana autotélica “sob o pano de fundo do universo imaginário [...] atividade voluntária, sujeita a regras, que se desenvolve dentro de uma relação espacial e temporal definida, e que promove a evasão momentânea da realidade” (Retondar, 2007, p. 10 e 37).

Já a *gamificação* possui amplitude maior e mais inquietante, pois funciona não só como uma transposição dos elementos de jogo a uma atividade educativa ou empresarial, mas também “trata-se de um fenômeno cultural global, potencializado pelos jogos digitais, mas não restrito a eles, pois os jogos têm em suas raízes profundas em nosso contexto histórico e social” (Pimentel; Carvalho, 2022, p. 196) e cultural (Huizinga, 1971).



(auto)explorador).

Dessarte, usa-se a mecânica dos jogos para alcançar resultados (geralmente ligados ao lucro e à produtividade) e mudar comportamentos (adestrar e moldar pessoas para não questionar/refletir e atender ingenuamente a algum interesse). É essa a acepção do termo gamificação: “conjunto de estratégias utilizadas por gurus de marketing, consultores e designers [... para] promover vendas e fidelizar consumidores utilizando mecanismos advindos do universo dos jogos [...] usada no competitivo ambiente de negócios” (Poltroniere, 2018, p. 83) e no ambiente educacional. Em suma, é “a implementação de estratégias de jogos e programas de fidelidade para cativar usuários<sup>3</sup>” (Zichermann; Linder, 2013 apud Poltroniere, 2018).

Jogo, nessa perspectiva é um sistema em que os jogadores estão empenhados em desafios definidos por regras, interatividade, *feedback* que resultam em produtos quantificáveis e suscitam reações emocionais. Nesse contexto, jogos com objetivo de aprendizagem são chamados de “jogos sérios” (termo esdrúxulo, pois todo jogo é sério para seus participantes, dispõe de regras e objetivos). Por esses motivos, se o intuito é dizer que o fito da seriedade é a aprendizagem e ela é objetivo da educação, defende-se a terminologia de “jogo educativo” para aqueles jogos cujo alvo tenham relação com a aprendizagem.

Cabendo, ainda a ressalva de que a “didatização” dos jogos para ensinar assuntos, que não guardem relação com a vivência dos indivíduos pode ser tão autoritária e manipuladora quanto o criticado ensino tradicional e tecnicista hegemônico, porque transformam professores e alunos em executores de projetos externos autoritários, tornam o ensino diretivo, memorista e o aluno passivo; “tudo isto em um jogo que “engana” o aluno, ensinando, sem que ele “nem note”, conteúdos sem sentido” (Fortuna, 2000, p. 6, grifo no original) descolados da realidade socioeconômica dos envolvidos. Isso pode se remeter perfeitamente à gamificação, não?!

Esta, por sua vez, traz princípios dos jogos, por vezes eletrônicos, para o ensino, o que não seria problema dependendo do paradigma e da concepção lastreadora de ludicidade (Mineiro, 2021; Mineiro; Ferreira, 2024) que sustenta e permeia esse “jogo eletrônico com fins educativos”. Então, qual é o problema? É que a “gamificação” busca o “engajamento” (auto exploração e envolvimento), em vez de buscar a “dialogicidade”. Erigindo-se em fortes aspectos behavioristas

---

<sup>3</sup> Pequena-grande observação sobre a palavra usuário: remete a alguém que usa algo (ou alguém?) e em face da sociedade contemporânea após o uso descarta o usado. Geralmente, ligada àquela pessoa que usa entorpecentes. “Cativar o usuário” suscita prender o dependente... Apenas uma digressão subjacente.

(com reforço positivo – em formato de pontos, medalhas etc. e reforço negativo tirando pontos e chamando a atenção do usuário ao menor sinal de desvio do padrão), diretivos e condutivos, para além da anestesia e alheamento do entretenimento e da diversão acrítica.

A propósito, "engajar" vem do francês "*engager*" cujo significado original remete ao ato de penhorar um bem em troca de empréstimo e está relacionado ao termo "*gage*" (caixa de penhores). A pessoa que penhorava o bem ficava "presa" por vontade própria, dedicando-se a pagar o empréstimo e os juros para recuperar o bem. Ao longo do tempo, a palavra passou a ser usada figurativamente, referindo-se ao envolvimento e dedicação voluntária. No entanto, esse envolvimento "voluntário", muitas vezes, é resultado da "necessidade" e é incentivado pelas instituições dominantes, pois permite maior exploração e atribuição de culpa à pessoa, em caso de problemas, que se vê presa em uma "caixa de penhor", acreditando estar exercendo sua liberdade de escolha. Logo, o engajamento é incentivado por instâncias hegemônicas como forma disfarçada de exploração e controle, utilizando recompensas que interferem na psique humana.

Ou seja, "para gerar mais produtividade o capitalismo da emoção também se apropria do jogo [...] ele "*gamifica*" o mundo, o trabalho e a vida o jogo emocionaliza e até dramatiza o trabalho criando assim mais motivação" (Han, 2023a, p. 69, grifo no original). A pesquisa mostrou que, para Han, alguns dos "fins" da gamificação são produtividade e motivação.

Há muitas teorias relacionadas à motivação (Schwartz, 2014). Depreende-se que por conveniência de aumento de produtividade e rendimento, os operadores do mercado de trabalho se utilizam delas e são capazes de diversos patrocínios e malabarismos conceituais, suscitando confusão entre os termos estimulação (algo externo, proposital e intencional) e motivação (algo interno e inerente), criando até a figura da "motivação extrínseca" e "motivação intrínseca" (Luz, 2018). Assim, consegue-se sutilmente transferir responsabilidades pela linguagem, pois o natural é que o indivíduo seja "naturalmente" motivado, e caso as estratégias de estimulação (chamadas inadvertidamente(!) de "motivação") não funcionem, o problema (a culpa) recai sobre o indivíduo que não possui o que deveria possuir: uma inabalável força de vontade que o anima a resignar-se, a não se deixar aniquilar em meio a qualquer situação de exploração, de humilhação, de sujeição e ainda "vestir a camisa" do lugar.

Segundo Han (2017) as pessoas estão expostas a tantos estímulos que atrair e manter sua atenção é muito difícil. Isto é fruto da overdose de informações, novidades e estímulos, em

especial, aqueles de fonte digital, como os jogos de computador. Esse conjunto gera “uma atenção ampla, mas rasa” (Han, 2017, p. 32).

Não se fala em resistência, mas sim em resiliência. Por isso usam o jogo (a gamificação) para quebrar resistências, facilitando a aceitação das regras do mercado, por estar sendo habituado a aceitar as regras das gamificações empresariais. Em outras palavras o neoliberalismo se apossa dos elementos lúdicos, precipuamente, dos elementos do jogo, em especial das “regras”, para que se estabeleça a relação de familiaridade na aceitação, cumprimento delas voluntariamente, sem resistência e da forma mais “engajada” possível – para tanto, os elementos de prazer precisam ser avivados – bem como, é preciso recompensar essa “livre-submissão”.

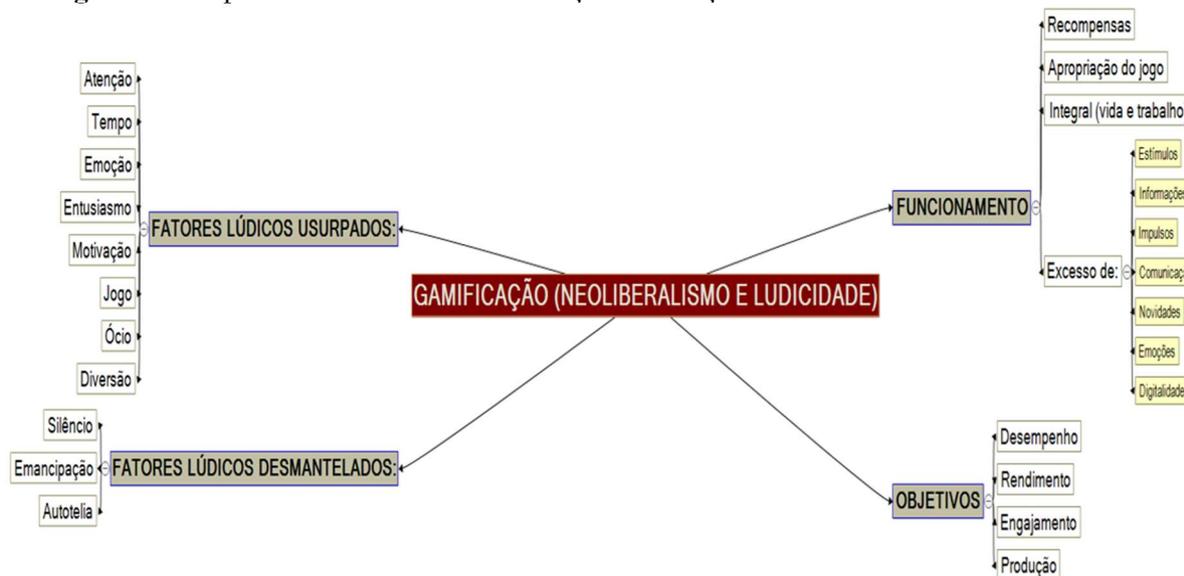
A gamificação é ferramenta neoliberal nas empresas, um “meio de produção” (Han, 2023a, p. 77) e na grande maioria dos ambientes educacionais. A Figura 2 representa o que foi obtido nos dados analisados relativos à interrelação entre gamificação, ludicidade e neoliberalismo.

Depreendeu-se que:

- I) Os objetivos da gamificação, independentemente do local de aplicação, são otimização de desempenho, produção, rendimento (lucro ou notas) e engajamento (auto exploração e envolvimento);
- II) O funcionamento da gamificação implica em recompensas para incentivar (“indenizar”) a pessoa para se engajar na atividade/demanda que imita um jogo, em especial no que se refere à submissão das regras, submissão essa que seja integral, a vida laboral e pessoal estão à serviço daquela meta que se processa em meio a uma série de excessos: estímulos, informações, impulsos, comunicação, novidades, emoções e “digitalidades<sup>4</sup>”;

<sup>4</sup> Termo propositalmente generalizante para englobar tecnologia, universo digital, virtual, computacional etc. tudo que estiver relacionado a isso, já que a proposta digital vigente e impulsionada pelo neoliberalismo é totalizadora.

**Figura 2** – Mapa de ideias sobre a Gamificação e a relação entre Neoliberalismo e Ludicidade



**Fonte:** Dados da pesquisa, elaboração própria no *software* Blumind.

- III) A ludicidade é usurpada na gamificação neoliberal em seus aspectos eutrapélicos (diversão, motivação, entusiasmo, emoção) cognitivos (atenção), temporais (tempo lúdico ou ócio, a ideia é fazer parecer que o trabalho é uma diversão, então já é “ócio” não precisa mais ter um tempo a parte para isso! Sem contar que tudo deve ser feito em pouquíssimo tempo, acelerado!); e
- IV) por último, alguns fatores lúdicos precisam ser desmantelados, pois são opostos à proposta neoliberal, os quais persistindo invalidam todo mecanismo: a autotelia (não ter finalidade anula o objetivo de rendimento, por exemplo), a emancipação (não estar no meio do turbilhão de excessos daria condições à pessoa refletir, compreender o que está acontecendo e oferecer resistência à hegemonia. “A gamificação como meio de produção destrói o potencial emancipatório do jogo” (Han, 2023a, p. 77) e o silêncio (faz parte da estratégia de tumulto de pensamento, cansaço<sup>5</sup> e não amadurecimento/profundidade reflexiva, logo não pode haver silêncio ele deve ser desmantelado). “As atividades de um agricultor, dependentes

<sup>5</sup>Faz parte das estratégias de grupos de negociação com sequestradores colocar barulhos ininterruptamente para esgotá-los mentalmente, cansando-os em busca de sua rendição.

do amadurecimento lento e do crescimento silencioso, escapam à gamificação” (Han, 2023a, p. 73).

A lógica *gamificada* fomenta uma rede e uma indústria consumista voltada ao produtivismo, ao engajamento em causas dominantes e individualistas, à “motivação” para se deixar explorar e moldar para a manutenção da hegemonia e à reprodução de ideologias dominantes. Por isso, recebe tanto marketing, tanta defesa, tantos trabalhos lisonjeiros e quem mostra seu lado escamoteado é tido, no mínimo, como ultrapassado ou desatualizado.

Como demonstram Mariano Pimentel e Felipe Carvalho (2022) a palavra inglesa “*gamification*” rapidamente se tornou popular (“modismo praticamente instantâneo”), muito procurada e debatida em trabalhos acadêmicos a partir de 2010, tendo o artigo seminal de Sebastian Deterding *et al* (2011 apud Pimentel; Carvalho, 2022) alcançando mais de oito mil citações em meados do ano de 2021. Vale lembrar-se de que o novo nem sempre é bom! A tudo deve-se analisar e guardar cautela, há prós e contras em tudo, por esse motivo não há que se demonizar, nem endeusar nada, muito menos a gamificação. É preciso enxergá-la em seus aspectos positivos e negativos, para que não se enverede pelo caminho *gamificado* com ingenuidades típicas de quem não se aprofunda em um assunto ou de quem reproduz discursos sem refletir.

*Gamificar* é palavra fácil no contexto educativo e corporativo, seja com fins comerciais ou pedagógicos o que se depreende é que é apenas uma ferramenta, das mais contemporâneas, adequada aos propósitos neoliberais de engajamento, recompensa behaviorista, produtividade, alheamento, aceitabilidade, positividade, auto esforço, autocobrança, de capacitação e desenvolvimento de habilidades (nunca se fala em desenvolvimento de reflexão crítica! Apenas capacidades e habilidades, processos muito mais “mecânicos” do que “cognitivos”). A linguagem empregada denota que é o indivíduo que “deve” se adaptar, se moldar, se deixar treinar, “adestrar” para atender aos interesses supra. Não se propõe a municiar a pessoa para romper com os produtos, serviços ou processos que o coisifiquem e o explorem.

Ou seja, a gamificação *per si* não enseja “emancipação”, não aporta elementos de crítica, muito menos de reflexão, mas sim, transborda elementos de dominação, de exploração, de adaptação e de submissão.

Promover a gamificação é propiciar complexas e bem-sucedidas estratégias de modelagem behavioristas de comportamentos, memorização, tecnicismo e produtividade. A

terminologia de referência enuncia também “o mercado da gamificação”. É uma lógica mercadológica e de consumo que alcança supostas cifras estratosféricas estimadas em: US\$ 100 milhões em 2011, US\$ 421,3 milhões em 2013, US\$ 2,8 bilhões em 2016 e US\$ 5,502 bilhões em 2018 (Fava, 2018). Grandes montantes despertam grandes interesses!

O fato é que a gamificação não se restringe a ações voltadas para a aprendizagem como poderiam *ingenuamente* supor aqueles que estudam a ludicidade e identificam a diminuição dos estudos e pesquisas nessa área temática em detrimento de uma ascensão meteórica dos estudos, pesquisas, livros, palestras etc. na área da *gamificação* (Fava, 2018). Enquanto alguns continuam deslumbrados com a gamificação ou mesmo estão prontos a disfarçá-la com outras nomenclaturas<sup>6</sup> (aqui acende-se um sinal de alerta para a ludicidade – de modo que ela não seja elemento estruturante desse engodo), outros, a exemplo de Jesse Schell (2010 apud Fava, 2018), já perceberam os danos da gamificação que ignora a realidade cotidiana, deslumbra-se em fantasias e alertam que a integração de tecnologia dos jogos com a vida das pessoas pode levar a um fenômeno que ele chamou de *Gamepocalypse*, reduzindo a experiência de jogo à um mero transcurso de estímulo-resposta, à “promoção de experiência lúdica como via de transformação de comportamentos e hábitos humanos” (Fava, 2018, p. 63).

Experiência lúdica, atividade lúdica, lúdico, ludicidade... palavras repetidas à exaustão, muitas vezes se esvaziam de significado levando a conceitos e concepções lacunares, reducionistas e simplórias.

### **A ludicidade sem ingenuidades**

Com ou sem controle metodológico, uma mínima enquete empírica em busca de respostas para a pergunta: “o que é ludicidade?” encontraria uma variedade ampla de respostas díspares. Foi o que observou (Mineiro, 2021) sobre suas pesquisas em ludicidade junto a discentes universitários categorizando recorrências nas simbologias e vocábulos que permitiram levantar concepções que canalizam paradigmas e desaguam nas tendências de mediações didáticas dos docentes universitários. Os “conceitos”, ou melhor, as “concepções” (ideia prévia, mais simples e imediata que o conceito) que encontrou trazem subjacentes

---

<sup>6</sup> “*productivity games, surveillance entertainment, funware, playful design, behavioral games, game layer, applied gaming*” (Fava, 2018, p. 56).

diferentes leituras de mundo, interesses econômico-sociais e locais de fala. Os quais revelam velados paradigmas sobre a ludicidade e o lúdico, levando a inferir que o emprego frequente e popular dessas palavras acaba por esvaziá-las de sentido.

A ludicidade “é um estado de ânimo, um estado de espírito que expressa um sentimento de entrega, de inteireza, de vivência plena, e diz respeito à realidade interna do indivíduo” (d’Ávila; Leal, 2012, p. 200). Luckesi que desde a década de 90 constrói um vasto referencial teórico-científico sobre a ludicidade, em sua coletânea sintetiza dizendo que ludicidade “é um estado interno de cada pessoa, que pode advir, de modo socialmente responsável das mais simples às mais complexas atividades e experiências humanas” (Luckesi, 2022, p. 23), em suma a ludicidade é o fruto da conexão entre autotelia, eutrapelia, ataraxia, cognição e (inter)relação experiencial consigo, com os outros e com o mundo. A ludicidade é o prazer de sentir-se inteiro (razão e emoção), encorajado, equilibrado, eutrapélico, autocentrado, leve, pleno, contente, entusiasmado, sereno, em brilho interior, em silente diálogo subjetivo.

Por essa subjetividade, aquilo que para um indivíduo é gerador de plenitude, prazer e contentamento para outro pode ser fonte de insegurança, tédio ou raiva, daí que nada “é” lúdico, apenas “pode vir a ser” lúdico. Há sempre um caráter de “potencialidade” no lúdico. Deste ponto de vista, falar em aula, atividades ou qualquer coisa lúdica é impreciso, para não dizer equivocado do ponto de vista conceitual. Numa mesma vivência – uma atividade qualquer, num lugar qualquer – duas pessoas podem sentir-se de maneira distinta: enquanto um deleita-se e sente-se em fluxo positivo de emoções outro entristece-se, experimentando uma espécie de fluxo negativo de emoções e passa a desejar o fim daquele momento. A atividade para um foi lúdica e para o outro não. As atividades são, portanto, potencialmente lúdicas (Mineiro, 2021). Distintas também são as concepções dos indivíduos sobre a ludicidade, as quais revelam diferentes formas de enxergar o mundo (paradigmas).

O *Paradigma do Lúdico Real* contrapõe-se ao *Paradigma do Lúdico Total*; aquele adota um olhar relativo que respeita subjetividades, embasa mediações lúdicas pela média lúdica dos participantes, pondera potencialidades equilibrando, na plenitude do possível, o fluxo positivo de emoções com as negatividades inerentes e inevitáveis da vida, pereniza-se por ser linguagem estrutural em seus contextos. Esse adota um olhar hedonista de inexorabilidade do prazer e da diversão a todo custo e em máximo nível, baseando a mediação lúdica pela totalidade dos

participantes, na mesma intensidade e em momentos estanques (Mineiro, 2021; Mineiro; Ferreira, 2024).

O Paradigma do Lúdico Total é aquele cujo pressuposto é trazer a ludicidade para 100% do ambiente – seja ele áulico ou não – como um recurso extra contra o cansaço, assume como tarefa ser/estar e proporcionar o lúdico em tudo. Já o Paradigma do Lúdico Real é aquele cujo pressuposto é compreender que há elementos alegradores (elementos positivos) e entristecedores (elementos negativos) na vida, no ambiente – seja ele áulico ou não – mas que o “saldo” entre eles precisa ser positivo, assume como tarefa maximizar o lúdico na justa medida do possível praticável, sabendo que a ludicidade não atingirá a todos, mas sim à maioria ou a média dos indivíduos, sem a pretensão de atingir o auge do hedonismo, aceitando o que não se pode mudar, trabalhando para modificar o que é possível e buscando em seu arcabouço de saberes sensíveis a “sabedoria lúdica” de distinguir entre o que pode/deve-se ser modificado do que não pode.

Pelo Paradigma do Lúdico Total não há espaço para a autotelia da ludicidade! Ele exige que tudo tenha uma aplicação, um motivo, nesse caso, a ludicidade só ganha respaldo se é “aplicada” para servir de “adestramento”, padronização, prisão(engajamento) e/ou de entorpecimento (diversão hedonista). Em maior ou menor grau os dois paradigmas convivem e subsistem alicerçando as concepções de ludicidade. As “linhas divisórias” que os separam e as concepções são meramente didáticas, pois na prática acabam se entrecruzando, posto que a realidade é complexa e multivariada.

A Concepção Utilitarista da ludicidade é caracterizada por entender que ela está a serviço de um intuito maior (seja ele didático, de modelagem empresarial, de engajamento, de fomento direto ou indireto ao lucro/produzitividade), ou seja, trata-se da ideia de uma exploração velada de características lúdicas para benefício de *outros objetivos*. Entende que a ludicidade precisa ter um objetivo/motivo (o oposto de ser autotélica!), é recurso, uma “ferramenta”<sup>7</sup>, um meio para atingir algum objetivo externo e se apresenta, basicamente, sob a forma de dois vieses:

- 1) *Didático* – ludicidade como ferramenta atender um objetivo didático (geralmente a aprendizagem (“memorização”) de um tópico) em que se escamoteia (ou não)

<sup>7</sup> O termo aqui está empregado de forma pejorativa e com aspas para indicar ironia.

atitudes diretivas e comportamentalistas: por trás da descontração há intenção de moldar, adestrar, padronizar, manter realidades inalteradas, contando para isso com a vontade própria do indivíduo (“engajamento”), com o mínimo de esforço e o máximo de diversão (a “aprendizagem seria rápida e mágica”!). Estimula-se a competição, agitação, euforia (artificialmente criadas – mas, muitas vezes vividas “com verdade” por parte do discente) “recebem” os conteúdos “passados” e os incorporam mnemonicamente sem atitude de criticidade (afinal, nem há tempo para isso). Os modismos atuais, como a “gamificação” e as “metodologias ativas”<sup>8</sup> exemplificam claramente a Concepção Utilitarista com viés didático;

II) *Mercadológico* - nele o objetivo da ludicidade é facilitar processos de modelagem empresarial, no sentido de que gestores/funcionários/colaboradores rendam mais, se “capacitem”<sup>9</sup> e aprendam processos, ações e comportamentos que “alavanquem” vendas/serviços, tragam eficiência e lucratividade. Ou ainda, proporcionam “ferramentas” para recrutamento e seleção de futuros funcionários que apresentem comportamentos e atitudes compatíveis com as metas/perfil da empresa. Subjazem fortemente ideias competitivas e da psicologia behaviorista-organizacional – sob múltiplos disfarces<sup>10</sup>, alguns manifestados sob a forma de “dinâmicas de grupo” e “atividades lúdicas”. Nas quais “todos” sentirão prazer e, uma vez, “felizes” – nem que seja artificialmente, afinal a positividade é uma demanda atual (Han, 2017) – estarão anestesiados para críticas, devendo “vencer” o cansaço ou qualquer coisa negativa, em prol da produtividade e do alto rendimento individual. Daí, depreende-se a inserção dessa concepção no Paradigma do Lúdico Total.

A *Concepção Subjetiva* é caracterizada pela ideia de que a ludicidade é ontológica (nasce com o indivíduo) (Huizinga, 1971), relacional (d’Ávila, 2016), autotélica (tem razão de

<sup>8</sup> Diferente epistemologicamente das metodologias participativas e colaborativas.

<sup>9</sup> Esse termo revela que o indivíduo antes era “incapaz”. O discurso subjacente é que fragilizar o indivíduo, fazendo-o crer que é dependente de determinados “cursos de capacitação” que nada mais fazem do que “doutrinar” indivíduos.

<sup>10</sup> Caráter cruel disfarçado, pois usam-se pressupostos lúdicos para promover segregações entre as pessoas fazendo com que todo o processo seletivo pareça uma “divertida brincadeira” e passe despercebida a insensibilidade do mercado excludente.

ser em si mesma) (Fortuna, 2000; Holzapfel, 2003), subjetivo-potencial (varia de pessoa para pessoa, não é inexorável que todos se sintam lúdicos da mesma forma simultaneamente, na mesma intensidade) e interna (é sentimento e emoção íntima) (Luckesi, 2022), um fluxo positivo de emoções (Csikszentmihalyi, 1999) que fomenta a evasão da realidade e do tempo (o indivíduo perde a noção do tempo e do local em que se encontra por sentir-se plenamente envolvido (Retondar, 2007) – aporta uma espécie de alheamento relativo, com uma alteração da percepção sensorial), sem hedonismo, desvelando inteireza (cognitiva e afetiva), singularidade, bem estar individual que podem chegar a contagiar coletivamente, dentro da lógica cooperativa. Identifica toda uma cultura lúdica de construção histórico-social (Huizinga, 1971), bem como, podem chegar a exprimir materialmente o fluxo interno de emoções positivas em variadas manifestações (jogos, músicas, brincadeira, festa etc). Sua natureza (ontologia) é ser autotélica, não precisar ter objetivo, ter fim em si mesma! Está no continente dos saberes que não geram lucro e são tidos como “inúteis” pela sociedade neoliberal contemporânea, tais como a arte, a poesia, esses que são vitais para desenvolver ideias de liberdade real, democracia, emancipação, respeito e bem comum (Ordine, 2016).

Em termos educacionais, depreendeu-se pela Mediação Didática Lúdica (Mineiro, 2021) a possibilidade de uma dimensão “Didática”. Nela a linguagem lúdica é estruturante em todo o processo pedagógico e emerge a partir de suas manifestações mais comuns no ambiente educativo – as mais adequadamente chamadas “Atividades Potencialmente Lúdico-Pedagógicas<sup>11</sup> (APLP)” (Mineiro, 2021) (sob a forma de jogos educativos, dinâmicas, vivências, metáforas lúdicas, etc.) – como auxiliares/facilitadores intermediários de mediações – pedagógicas, didáticas e cognitivas – e aprendizagens. Não há contradição autotélica, pois, o objetivo de aprendizagem é da didática, não é da ludicidade. No âmbito educativo subjetivo a ludicidade é elemento constitutivo, estruturante e eixo subjacente, já no viés “educativo utilitarista” a ludicidade é um elemento “estrangeiro” para momentos pontuais, em que se quer dar “engajamento” e uma “nova roupagem” ao “transmissionismo” tradicional.

A *Concepção Infantil* é caracterizada pela difusão das ideias de que a ludicidade é sinônimo de brincadeira e jogo referindo-se ao universo infantil, ocioso, não-útil, fantasioso, colorido, não-sério e com finalidade em si mesmo (Fortuna, 2000; Huizinga, 1971; Luckesi,

<sup>11</sup> “Pedagógica” significa aqui que pertence a todo o processo educativo, não só as etapas didáticas e/ou cognitivas.

2022; Retondar, 2007). Volta a ludicidade para crianças e diz respeito ao seu desenvolvimento, é reconhecida e legitimada socialmente como relativa à infância com naturalidade; ou ainda traz subjacente o pressuposto de que a ludicidade é inerente ao mundo infantil tendo o condão de infantilizar quem com ela se envolva; e

E a Concepção Divertida é caracterizada pela ideia de que a ludicidade tem como fim proporcionar prazer, evasão da realidade e do tempo, descompromissadamente, garantindo alegria, euforia e diversão hedonisticamente. Identifica a ludicidade como prazer, fuga, lazer, bem ao gosto de quem quer fruir a vida ao máximo sem responsabilizações, apenas para entreter-se (ou “ter-se-entre”<sup>12</sup> por vontade própria) ao máximo pelo maior tempo possível, instala repulsa ao rotineiro, tedioso, monótono, e por isso, uma contínua busca por inovação, tal busca no fundo reflete um vício nas substâncias de prazer (dopamina, endorfina, adrenalina etc.) que a excitação da novidade aporta. A ludicidade é, pois, nesta concepção, também sinônimo de novidade e diversão, fomento ao descanso, refazimento, de modo que o indivíduo relaxe das tensões e fadigas e consiga render mais socialmente, é reflexo do dito popular: “é preciso se divertir para aguentar a vida”. Vem ganhando proporções graças ao apelo virtual de “games” e outros artefatos cibernéticos, levantando e corroborando os estudos sobre “gamificação” e indústria do entretenimento.

Aliás, a ludicidade (pelas concepções Infantil e Divertida) tem sido usurpada utilitariamente pela indústria do entretenimento (videojogos, cinema, esportes etc.) com finalidade ulterior de movimentação financeira (um ciclo vicioso e perigoso que os estudos sobre ludicidade ainda não estão dando conta) é o que a pesquisa desvelou ao mostrar os reflexos da ludicidade no indivíduo e como o neoliberalismo vem atuando sobre eles. Tanto na ontologia autotélica, quanto nas quatro grandes facetas da ludicidade (eutrapelia, ataraxia, cognição e relação) o utilitarismo neoliberal tenta, se não usurpar/subverter/desmantelar, pelo menos arregimentar por ter interesse em usar em favor da produtividade e do consumo (*vide Figura 3*).

Justamente o entretenimento que atua cognitivamente através de imagens e histórias podendo fomentar esclarecimento e resistência ativa, segundo Han (2018), estabiliza a vida em

<sup>12</sup> não só no sentido de distração, mas principalmente no sentido de aprisionamento, pois entreter está ligado com ter entre, ter dentro, mantido dentro, mantido entre, ou aprisionado... São os mais diversos tipos de aprisionamentos.



Paradigma do Lúdico Real expresso na concepção subjetiva da ludicidade pode se configurar como uma reação ao capital, pelo potencial emancipador, pela inteireza e criticidade que proporciona, pela integração da razão e emoção, englobando os seres humanos (crianças, adultos e idosos) tem, portanto, um potencial libertário coletivo da subjugação neoliberal.

### **O neoliberalismo sustenta a gamificação que é uma de suas ferramentas**

O neoliberalismo é o modelo socioeconômico-político do tempo atual que consiste em “um conjunto de políticas e processos que permitem há um número relativamente pequeno de interesses particulares controlar a maior parte possível da vida social com o objetivo de maximizar seus benefícios individuais” (Chomsky, 1999, p. 3). Um agrupamento complexo, por vezes incoerente, de práticas que são estruturadas em torno do fantasioso “mercado” com repercussão em quase todos os aspectos da vida (relações materiais e sociais), na mercantilização de discursos e ações, tudo se converte num grande negócio para o acúmulo de capital e a produção do lucro (Ball, 2022), mas levando em conta um ardiloso elemento, segundo Han (2023a): a liberdade! O sujeito do desempenho (Han, 2017) – a pessoa que introjeta e persegue o ideário neoliberal – está enredada na psicopolítica, pois acredita-se livre, isento de coações.

O psicopoder é um mecanismo de dominação neoliberal e a Psicopolítica é o conjunto desses mecanismos conjunturalmente (Han, 2023b). O prefixo "Psi" indica que essa dominação é feita na mente, interna e subjetivamente – embora venha de fora para dentro, é um fenômeno que se processa internamente, não se visualiza, nem se identifica com facilidade. Eis um argumento forte para o neoliberalismo arregimentar a ludicidade: É que ela é interna e subjetiva, como a psicopolítica também é.

O objetivo ulterior da Psicopolítica é o aumento da produção /rendimento/ desempenho e o consumo. Mas possui também objetivos intermediários ligados à geração de vulnerabilidades, tais como o embotamento da consciência, da cognição, a agudização do individualismo, do hedonismo, a desestabilização emocional, psicológica e cognitiva, a insegurança emocional, o engajamento, a distração, o desvio e a fragmentação da atenção, a diversão constante, o encurtamento da durabilidade (das relações, dos produtos, dos acessos), a transparência... Estando vulnerável em algum ponto, o indivíduo está desguarnecido e,

portanto, sujeito a manipulações e coações. Reuniu-se na pesquisa alguns desses Psicopoderes, organizados em 4 agrupamentos (*vide Figura 4*).

**Figura 4** – Psicopolítica: os psicopoderes



**Fonte:** Dados da pesquisa, elaboração própria com o *software* Blumind.

Os vários psicopoderes da Psicopolítica extraídos das obras investigadas foram agrupados em: I) *Cognição* – aqueles que visam desmantelar a cognição dos indivíduos mexendo na clareza do pensamento. Provocam a falta referências às quais o indivíduo possa se “agarrar”, se estabilizar e raciocinar sobre o que está acontecendo e como deve agir (*e.g.*: Excesso de informações, impulsos, barulho e estímulos); II) *Psique(ego)* – aqueles que distorcem o ego e as autorreferências, (auto)estima, emoções, identidade, acentuam paixões, iras, positividade (“gratiliz”), sentimentalismo, sensacionalismo, exibicionismo, hedonismo, egoísmo, individualismo... Levam a pessoa a fazer qualquer coisa pela atenção, validação ou em palavras atuais: pelo “like” (*e.g.*: superexposição de positividade nas redes); III) “*Relação*” aqueles que distorcem as relações com as pessoas e coisas, desmaterializando o mundo, não criando vínculos, mudando o jeito de perceber a liberdade, a posse/acesso e o valor de coisas e pessoas. Alteram a concretude da vida – virtualizando e digitalizando tudo – sem nenhuma barreira (*e.g.*: a hiperdisponibilidade ubíqua por dispositivos móveis); IV) *Cognitivo-Psico-Relacional* – aqueles psicopoderes mais deletérios, pois reúnem de uma só vez a ação dos três primeiros agrupamentos. Simultaneamente interferem na cognição, na psique (ego) e nas relações (*e.g.*: a *gamificação* do trabalho e da escola submetendo relações à exploração de desempenho enquanto se está “jogando”).

A *gamificação* como prática de negócios[...] aplicada para manipular e explorar pessoas[...] é uma técnica de gerenciamento para modificar o comportamento por meio de um sistema simplista de recompensa para beneficiar interesses comerciais de curto prazo e estritamente econômicos: pontos, medalhas, *ranking* de classificação, níveis e assim por diante” (Klabbers, 2018, p. 231 apud Pimentel; Carvalho, 2022, p. 191).

Isso também vale para o ambiente escolar, para além de usar os elementos bonificadores típicos dos jogos (medalhas, pontos, *podium* etc.) diversos outros (*feedback* imediato, aleatoriedade, desafios, competitividade, bloqueio, missões etc.) também podem ser empregados para conseguir prender a pessoa e mantê-la por vontade própria executando as tarefas requisitadas pelo organizador do caminho *gamificado*. Entretanto, “pontos-prêmios-medalhas, justamente os elementos mais comumente utilizados na *gamificação* podem estragar o prazer *autotélico* que a pessoa sente em realizar uma atividade” (Pimentel; Carvalho, 2022, p. 198, grifo nosso).

Esse elemento autotélico é o núcleo das relações entre ludicidade, *gamificação* e neoliberalismo. Pois, o *modus operandi* e o fulcro da cooptação neoliberal é reontologizar – mudar a natureza/ a ontologia – dos elementos da vida, em especial subvertendo aqueles com potencial emancipador, com potencial de resistência e transformação a partir de premissas iniciais verdadeiras, que se esvaziam de sentido pela massificação, seguidas de premissas que desnaturam as essências desses elementos, mas que passam despercebidas em meio à massificação e ao proposital tumulto informativo-cognitivo-socio-digital contemporâneo.

Divulgando positividade, empenho próprio, liberdade de ser e escolher, no fundo, o que se quer no mundo corporativo é rendimento, produtividade, desempenho e consumo. De igual forma procura-se ranquear, classificar e excluir alunos pelo seu “rendimento” – notas, com o discurso de que é preciso desenvolver as “competências e habilidades” que o mercado “exige”. É estratégia neoliberal buscar dispositivos e formas que façam o indivíduo sentir-se livre, mas voluntariamente preso/engajado, sob constante autocobrança e transparência que permita controle digital (Han, 2022, 2023a), nem que para isso ele precise mudar a natureza das coisas, como vem fazendo com a ludicidade, cuja essência é não ter objetivos e é reontologizada para ter “serventia” ao aumento da produtividade, do rendimento (financeiro e notas) e desempenho.

Parece que quanto mais apartada de sua natureza, mais incensada e difundida passa a ser a iniciativa, a exemplo da ludicidade sob manifestação da *gamificação*. Há um silenciamento nas vozes que alertam e ofertam ideias e ações contra hegemônicas. Com base na pesquisa empreendida, defende-se, então, um percurso que promova uma formação humana integral, autoconsciente, emancipadora que não despreza nem aliena a subjetividade e as relações humanas, que reconecta o silêncio, a contemplação, os rituais socioculturais genuínos,

todos estabilizadores da vida – externa e interna – dos indivíduos (Han, 2020, 2023a, 2023b)

Enquanto a ludicidade fomenta a integralidade, união entre razão e emoção, cognição e afeição. O neoliberalismo, como leciona Han (2023a) propõe a desconexão voltando tudo para a emoção de modo a manipular a psique humana. Enfatiza-se a emoção, ansiedade o orgulho (o ego) para vender ver produzir e lucrar. Infe-re-se, pois que a *gamificação* não enseja emancipação, crítica ou reflexão, mas sim, transborda dominação, exploração, adaptação e submissão.

### Considerações finais

Com o objetivo de discutir a *gamificação* à luz da ludicidade e do neoliberalismo, tendo empregado abordagem metodológica qualitativa, exploratória, com pesquisa bibliográfica sistemática em 15 obras de Byung-Chul Han, analisada em três categorias temáticas, foi possível discutir a lógica *gamificada*, seus reflexos na manutenção da hegemonia, reprodução de ideologias dominantes e o que subjaz ao engajamento trazido pelos jogos que têm mantido pessoas afastadas da autotelia presente na arte, na poesia, na ludicidade etc.

Foram apontadas diferentes formas de compreender a ludicidade, da subjetividade ao utilitarismo, enaltecido pelo neoliberalismo, passando pelo prisma infantil e da diversão. Aduziu-se ainda paradigmas que enraízam essas concepções de ludicidade: o Paradigma do Lúdico Total e da Ludicidade Real. Analisou-se que há a possibilidade real de uma educação benfazeja, crítica e emancipadora pela promoção autotélica, salutar, subjetiva de um fluxo positivo de emoções que aporta inteireza (cognitiva e afetiva), centramento, ataraxia, prazer e eutrapelia, consciente de um papel ético, cidadão e coletivo.

Entretanto, o que a pesquisa sustentou é que se vive a mais nítida concepção utilitarista da ludicidade concretizada pelas vias da *gamificação*, seja em empresas ou instituições de ensino. Empresas que desejam estimular e padronizar o fazer de seus funcionários e instituições de ensino almejam alunos mais engajados e com alto rendimento nos exames, em ambos os casos as atividades *gamificadas* são recursos que disfarçam instrução programada, tecnicista, voltados para a aprendizagem/memorização e o treinamento corporativo/ “capacitação” (modelagem de comportamentos para a exploração).

Pelo que foi debatido, ousa-se dizer que a Ludicidade tem sido “usada” para sustentar a

*Gamificação*, que é um psicopoder, segundo o autor investigado. Trata-se de uma ferramenta de dominação neoliberal. Assim, urge retomar – pela via do conhecimento – a concepção subjetiva da ludicidade no intuito de frear atitudes que malversem suas manifestações que tanto podem colaborar justamente com a reversão da lógica hedonista do lucro em prol da emancipação social.

## Referências

BALL, Stephen J. **Educação global S.A.** : novas redes políticas e o imaginário neoliberal. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2022.

CHOMSKY, Noam. **O lucro ou as pessoas?:** Neoliberalismo e ordem global. 1. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 1999.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Descoberta Do Fluxo. A Psicologia do envolvimento com a vida cotidiana.** 1. ed. São Paulo: Rocco, 1999.

CURTAIN, Colin. **QualCoder.** versão 2.9. Australia: [s. n.], 2023. Disponível em: <https://github.com/ccbogel/QualCoder/wiki>. Acesso em: 25 dez. 2023.

D'ÁVILA, Cristina. Razão e sensibilidade na docência universitária. **Em Aberto**, Brasília, v. 29, n. 97, 2016. Disponível em: <http://rbep.inep.gov.br/ojs3/index.php/emaberto/article/view/3173>. Acesso em: 25 ago. 2023.

D'ÁVILA, Cristina; LEAL, Luiz Antônio Batista. Docência universitária e metáfora lúdica mediada pelas tecnologias digitais. **Revista Teias**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 30, p. 197–207, 2012.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A Nova Razão do Mundo:** Ensaio Sobre a Sociedade Neoliberal. 1. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016. (Coleção Estado de Sítio).

FAVA, Fabricio. A emergência da gamificação na cultura do jogo. *In*: SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabricio (org.). **Gamificação em Debate.** 1. ed. São Paulo: Blucher, 2018. p. 51–66.

FORTUNA, Tânia R. Sala de aula é lugar de brincar?. *In*: ZEN, Maria Isabel H. Dalla; XAVIER, Maria Luisa M. (org.). **Planejamento em destaque:** análises menos convencionais. 2. ed. Porto Alegre: Editora Mediação, 2000. p. 147–164.

HAN, Byung-Chul. **Buen entretenimiento:** una desconstrucción de la historia occidental de la Pasión. tradução: Alberto Ciria. 1. ed. Edición digital: Herder Editorial, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Do desaparecimento dos rituais**. tradução: Alberto Ciria. 1. ed. Edição digital: Herder Editorial, 2020.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia**: Digitalização e a crise da democracia. tradução: Gabriel Salvi Philipson. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2022.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica**: O neoliberalismo e as novas técnicas de poder. tradução: Maurício Liesen. 10. ed. Belo Horizonte: Editora Âyiné, 2023a.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. tradução: Enio Paulo Giachini. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2017.

HAN, Byung-Chul. **Vida contemplativa**: Elogio de la inactividad. tradução: Miguel Alberti. 1. ed. Edición digital: Taurus, 2023b.

HOLZAPFEL, Cristobal. **Crítica de la razón lúdica**. 1. ed. Madrid: Trotta Editorial S A, 2003.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. 1. ed. Rio de Janeiro: Perspectiva, 1971.

LEMINSKI, Paulo. **Ensaio e Anseios Críticos**. 1. ed. Curitiba: Criar, 1986.

LUCKESI, Cipriano. **Ludicidade e atividades lúdicas na prática educativa**: compreensões conceituais de proposições. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2022.

LUZ, Alan R. Gamificação, motivação e a essência do jogo. *In*: SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabricio (org.). **Gamificação em Debate**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2018. p. 39–50.

MINEIRO, Márcia. **O essencial é invisível aos olhos: a concepção dos estudantes sobre a mediação didática lúdica na educação superior**. 2021. 447 f. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/33486>. Acesso em: 25 ago. 2023.

MINEIRO, Márcia; FERREIRA, Lucia Gracia. **Ludicidade e Neoliberalismo**: compreendendo interrelações pela perspectiva de B. C. Han. 1. ed. Campinas: Pontes, 2024.

MINEIRO, Márcia; FERREIRA, Lúcia Gracia; SILVA, Mara A. Alves da. Suportes investigativos e mineração digital: sistematizando riquezas que vêm dos dados. **Revista de Estudos em Educação e Diversidade - REED**, Vitória da Conquista, v. 3, n. 9, p. 1–22, 2022.

MINEIRO, Márcia; SILVA, Mara A. Alves da; FERREIRA, Lúcia Gracia. Pesquisa Qualitativa e Quantitativa: imbricação de múltiplos e complexos fatores das abordagens investigativas. **Momento - Diálogos em Educação**, Rio Grande, v. 31, n. 03, p. 201–218, 2022.

ORDINE, Nuccio. **A utilidade do inútil**: Um manifesto. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

PIMENTEL, Mariano; CARVALHO, Felipe. Gamificação promove o engajamento nas situações de aprendizagem?. *In*: D'ÁVILA, Cristina; CANDIA, Cilene Nascimento; ZEN, Giovana Cristina (org.). **A Lira do brincar**: a ludicidade da educação infantil à educação universitária. 1. ed. Curitiba: Editora CRV, 2022. p. 185–217.

POLTRONIERE, Fabrício. Apontamentos sobre novos rumos estéticos para sociedades gamificadas. *In*: SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabricio (org.). **Gamificação em Debate**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2018. p. 83–93.

RETONDAR, Jeferson. **Teoria do jogo**: A dimensão lúdica da existência humana. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

Submissão em: 25/01/2024

Aceito em: 26/03/2025

Citações e referências  
Conforme normas da:



ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE NORMAS  
TÉCNICAS