

# O TRABALHO INTELECTUAL E OS JOGOS CRIATIVOS NA PERSPECTIVA DE VILÉM FLUSSER

## *INTELLECTUAL WORK AND CREATIVE GAMES FROM VILÉM FLUSSER'S PERSPECTIVE*

Elisa Peres Maranhão<sup>1</sup>  
Rodolfo Rorato Londero<sup>2</sup>  
Valquíria Michela John<sup>3</sup>

### Resumo

Este artigo se propõe a discutir a aplicação do jogo, em sua lógica e linguagem, no ambiente de trabalho pautado por atividades de cunho intelectual. A discussão se fundamenta na perspectiva ontológica do tema apresentada por Vilém Flusser. O objetivo é analisar a potência dos jogos tanto para manter as estruturas simbólicas hegemônicas, quanto para criar novos sentidos e modelos que possibilitem uma produção intelectual mais significativa e responsável. Ao articular os conceitos de Flusser, busca-se mostrar como a estrutura do jogo e a lógica dos meios de produção podem resultar em comportamentos mecânicos, mas também como o aspecto lúdico contribui para o processo criativo, na medida em que ele interrompe a tendência à automatização dos processos cotidianos.

**Palavras-chave:** Jogos. Meios de produção. Processo criativo. Trabalho intelectual.

### Abstract

This paper proposes to discuss the application of the game, in its logic and language, in the work environment guided by intellectual activities. The discussion is based on the ontological perspective of the issue presented by Vilém Flusser. The objective is to analyze the power of the games both to maintain the hegemonic

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Email: [elisamaranh@gmail.com](mailto:elisamaranh@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1121-3055>.

<sup>2</sup> Doutor em Estudos Literários pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Email: [rodolfoondero@hotmail.com](mailto:rodolfoondero@hotmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4358-2114>.

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Email: [vmichela@gmail.com](mailto:vmichela@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3463-6528>.

symbolic structures, as well as to create new meanings and models that enable a more meaningful and responsible intellectual production. By articulating Flusser's concepts, we seek to show how the structure of the game and the logic of the means of production can result in mechanical behaviors, but also how the playful aspect contributes to the creative process, as it interrupts the tendency to automation of everyday processes.

**Key words:** Games. Means of production. Creative process. Intellectual work.

## 1 INTRODUÇÃO

Uns, o ócio  
 Outros, o ofício  
 Difícil,  
 passar ao largo  
 d'um vício?  
 Uns, o risco  
 Outros, o compromisso  
 Possível,  
 não cobiçar petiscos?  
 (VARGAS, 2003, p. 114)

O poema acima de Marcelo Vargas, “Homo Faber/Homo Ludens” (2003), sintetiza de forma profunda algumas inquietações e discussões que este artigo pretende fomentar sobre o trabalho intelectual e criativo. Os conceitos de trabalho, “ócio” e “ofício” são alguns dos primeiros pontos que Flusser (2014) vai questionar ao apresentar o cenário do trabalho na era pós-industrial. O autor observa que os novos desafios e condições de trabalho atuais colocam os trabalhadores e as trabalhadoras não mais na ordem de quem faz, ou transforma seu ambiente com as mãos, sendo assim *homo faber*, mas sim de quem joga com as circunstâncias e estruturas simbólicas, por isso *homo ludens*, ou jogadores. Na posição de jogadores, atuamos por meio de botões de escolher e decidir, programando aparelhos que orientam a visão de mundo das pessoas, em um jogo que pode tanto buscar a manutenção da visão hegemônica atual, quanto propor novas formas de jogar e existir no mundo.

Este artigo tem como objetivo discutir a potência do jogo tanto, para manter as estruturas simbólicas hegemônicas que sustentam o modelo capitalista do trabalho, quanto para criar novos modelos de trabalho que consideram a subjetividade dentro dos processos de elaboração de sua obra, possibilitando assim uma produção intelectual mais significativa e consciente de seus desdobramentos.

A discussão é fundamentada no conceito de jogo de Vilém Flusser

apresentado ao longo de sua obra (1967; 1998; 2002; 2008; 2014), articulando esses conceitos com os de obras que tratam do mesmo tema, como as de Huzinga (2014), Han (2014) e Freud (1969).

Flusser (2014) apresenta o jogo em uma perspectiva ontológica, em que jogar é agir no mundo, de modo consciente e engajado, com as estruturas simbólicas que estão em operação. Para ele, ao se engajar com o aparelho de forma criativa e consciente, o jogador se difere do funcionário, daquele que age a partir dessas estruturas como um brinquedo, sem consciência de como ela opera e atravessa sua existência (FLUSSER, 2002). Gustavo Bernardo (2002) faz uma síntese do *homo ludens* sob a ótica de Flusser e contribui para o entendimento dessa relação jogador-aparelho em uma perspectiva libertária: “O novo homem é um *Homo Ludens*, sim, mas consciente de que joga e de que com ele jogam; um homem que vê o jogo que os outros jogam e faz ver o jogo que ele mesmo joga” (BERNARDO, 2002, p. 52).

O raciocínio de Flusser (2014) sobre a criatividade parte dos conceitos de Abraham Moles de criatividade original e criatividade variável. A criatividade original é resultado da percepção do artista que, por seu olhar *sui generis*, oferece novas concepções para o mundo a partir de sua subjetividade, por isso gera ruídos<sup>4</sup> às informações já incorporadas pelas estruturas simbólicas. Já a criatividade variável é a capacidade de fazer cruzamentos inusitados dentro de uma estrutura simbólica. Esse processo de ressignificação da criatividade variável gera novas competências interpretativas que podem ser compartilhadas entre todos que se orientam por essas estruturas.

É possível observar que ambas as formas de criatividade ainda vigoram, contudo, para Flusser (2014), a criatividade variável é a responsável pela expressão criativa contemporânea. Usando a linguagem do autor, essa forma de criatividade possibilita o jogo contra os aparelhos, ou seja, contra as estruturas simbólicas que orientam nosso olhar sobre o mundo – a cultura, a mídia, os sistemas de gestão das empresas, entre outros sistemas – e programam nossa visão e atuação nos espaços que ocupamos.

A criatividade variável tenciona o funcionamento desses programas – o *modus operandi* dessas estruturas simbólicas –, criando novas programações, novas formas de operar, que permitem novas possibilidades de jogar/atuar e ampliam o universo do jogo com o aparelho. Em outras palavras, a criatividade variável joga com a realidade, buscando imaginar e construir outros mundos

---

<sup>4</sup>Flusser (2014) considera que os ruídos também são informação. Partindo da lógica da cibernética, o autor observa que os ruídos são uma das muitas possibilidades que um sistema de comunicação pode oferecer, eles só são considerados um erro porque não era o desdobramento esperado pelo emissor.

possíveis a partir da estrutura vigente.

Para Flusser (2014), os aparelhos são criados e alimentados pelos próprios homens; sua origem parte muitas vezes de necessidades básicas de se alimentar, se proteger e dar sentido para a existência, mas se perdem, na maior parte das vezes, na busca por poder e dominação. Essas estruturas são potencializadas pela sinergia das ações coletivas de jogadores e funcionários, assim como pela capacidade que desenvolvem de automatizar seu funcionamento.

O resultado do todo é sempre maior que a soma das partes, por isso a ideia dos aparelhos pode ser entendida como uma vidão imanente dos sistemas. Entretanto, Flusser (2008; 2014) deixa bastante claro em sua obra que ele vê os aparelhos como uma construção política e ideológica, que pode ser tencionada através dos jogos de construção de sentido.

O autor faz profundas reflexões sobre como essas estruturas estão enraizadas em nossa cultura e como elas orientam o sentido da existência tanto no plano coletivo, quanto no individual (FLUSSER, 1998; 2014). Para ele, não há como abandonar tudo e começar de novo, é preciso transformar o que se tem, nos modos do pensamento antropofágico, ampliando as possibilidades de jogar por meio da criatividade variável. Para isso, é preciso lançar sobre as estruturas uma nova imaginação da realidade, para que sejam possíveis novas projeções de ser e estar nesse mundo.

O conceito de jogo é articulado com a discussão sobre o trabalho na era pós-industrial em sua obra *Comunicologia* (2014). O autor considera que a matéria-prima do trabalho no século XXI será a informação, e usa o exemplo da tecnologia para ilustrar seu raciocínio, explicando que poucos trabalharão com o *hardware*, ou seja, com o aspecto material da produção; a grande maioria das pessoas trabalhará com o *software*, a camada da informação que orienta o consumo e as experiências das pessoas: “[...] a maioria das pessoas já é gente do software, gente que planeja programas de turismo e organiza festas esportivas e bobagens similares. Mas ainda com um pouco de farinha” (FLUSSER, 2014, p. 187). E no mundo da informação, as competências profissionais são medidas pela capacidade criativa das pessoas e seu poder de tensionar as estruturas simbólicas: “Passa pela minha mente que, no futuro, todo o trabalho será feito assim, em um tipo de delírio criativo. Este é um aspecto da minha utopia” (FLUSSER, 2014, p. 192).

Observando sujeitos que evidenciam sua consciência em relação aos aparelhos, Flusser (1967) observa que alguns profissionais assumem uma postura de jogadores, buscando criar novos jogos que renovem o sentido das estruturas hegemônicas, e que outros jogam buscando ressignificar o jogo, ampliá-lo, criando

novas formas de jogar, que sejam capazes de acolher novas formas de existir dentro dessas estruturas, tencionando assim suas bases e suas formas de operar:

Quando se joga, sempre se faz uma intervenção. Quando se joga, põe-se algo em jogo. É justamente isso o que as pessoas não querem. Não são quaisquer interesses escusos, eminências pardas, grandes capitalistas, comunistas e maçons que têm culpa de as coisas estarem interligadas como estão. As pessoas querem isso. Querem televisão. Existe a inércia da felicidade que impede uma nova ligação. Porém por toda parte começa-se a puxar fios. Por toda parte, percebe-se que uma rede está na iminência de se formar (FLUSSER, 2014, p. 274).

É na energia da criatividade e do jogo que o autor enxerga as possibilidades de transformação da realidade, entendendo que a mobilização não está mais restrita a grandes grupos e instituições, mas na ação em rede e no compartilhamento de um sentido próprio para suas ações.

## **2 A POTÊNCIA DO JOGO NA MANUTENÇÃO DAS ESTRUTURAS SIMBÓLICAS HEGEMÔNICAS**

Flusser (2014) observa que os jogos podem aceitar ou não a inserção de novos elementos e regras. Essa possibilidade depende do quanto determinado jogo suporta essas inserções sem destruir ou modificar sua estrutura totalmente. Jogos que suportam mudanças são considerados abertos, como é o caso dos jogos da linguagem, e os que não aceitam são jogos fechados, como é o caso do xadrez:

Quando jogo um jogo fechado, como o xadrez, tento esgotar as competências do jogo tanto quanto possível. A literatura enxadrística consiste em explicações de partidas já esgotadas para que as pessoas não as joguem novamente. Essa é uma parte esgotada da competência enxadrística. Se sou um enxadrista civilizado, sei que seria um absurdo tentar ampliar a competência do jogo de xadrez. Ao contrário, quando jogo com a língua alemã, minha intenção não é esgotar a competência. Se alguém escreve tentando escrever o melhor alemão possível, esse alguém é um cretino, pois o sentido do jogo de linguagem está em ampliar a competência do idioma. O sentido desse jogo é enriquecer e multiplicar a competência. Quando se presume certos erros é possível perceber se eles ocorrem por incompetência ou por desejo de ampliar a competência (FLUSSER, 2014, p. 261).

Partindo do exemplo acima, entende-se que, em uma perspectiva de jogo fechado, o jogador usa sua criatividade para fazer a manutenção e revitalizar modelos e estruturas já consolidados. Um bom jogador de xadrez conhece as jogadas, sabe quando utilizá-las e quando não, pode surpreender seu adversário com sua perspicácia, mas não amplia as possibilidades do jogo. Os resultados são previamente definidos, portanto, os meios para jogar também já devem estar

disponíveis. Já na perspectiva do jogo aberto, o jogador usa sua criatividade para fazer novos cruzamentos dentro das estruturas, modificando e ampliando as possibilidades de jogar, o que é evidente nos jogos de linguagem, em que novas palavras são inseridas por meio do cruzamento entre elas, com outras línguas e diante da necessidade de expressão que a língua tal qual está estruturada não dá suporte. Há jogos que são claramente abertos ou fechados, mas em muitos casos essa análise é delicada, pois as estruturas simbólicas são dinâmicas e podem sofrer constantes transformações. O desafio do autor é exatamente perceber o que torna ou pode tornar um jogo aberto ou fechado, analisando as contradições presentes em suas estruturas.

Flusser (1967) se utiliza de jogos convencionais como o xadrez para explicar jogos abstratos, chamando-os de “metajogos”. A partir da observação de jogos como os de tabuleiro, cartas, jogos que usam o corpo – e hoje em dia poderíamos acrescentar os jogos de RPG e videogame –, é possível entender as lógicas e as dinâmicas que regem jogos mais complexos, como jogos de poder, jogos de negócio, de relacionamentos, entre outros.

Em seu livro *Homo Ludens*, escrito em 1938, o historiador Johan Huizinga oferece uma análise sobre o papel dos jogos e seu aspecto lúdico na cultura. O autor parte da observação de que os jogos precedem a própria cultura e que não são exclusivos dos seres humanos. Entretanto, mesmo não sendo um fenômeno de natureza exclusivamente cultural e humana, o jogo se insere na cultura de forma significativa e adquire função social desde seus primórdios:

Se verificarmos que o jogo se baseia na manipulação de certas imagens, numa certa ‘imaginação’ da realidade (ou seja, a transformação desta em imagens), nossa preocupação fundamental será, então, captar o valor e o significado dessas imagens e dessa ‘imaginação’. Observaremos a ação destas no próprio jogo, procurando assim compreendê-lo como fator cultural da vida (HUIZINGA, 2014, p. 7).

Mesmo não obedecendo a nenhum código específico, o jogo é capaz de conferir sentido à ação. Huizinga (2014) observa que, mesmo entre os animais, o jogo é mais que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico, pois ele tem sempre uma função significativa: “No jogo existe alguma coisa ‘em jogo’ que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa” (HUIZINGA, 2014, p.3). Essa capacidade do jogo de conferir significado tem sido observada e amplamente utilizada pelas estruturas que sustentam o modelo socioeconômico do capitalismo atualmente.

O autor Mazza Eguizábal (2011) analisa que, ao esvaziar a cultura de sua materialidade ao longo do último século, o capitalismo vem buscando encontrar

formas de simular experiências significativas no processo de produção cada vez mais abstrato. Esse movimento é perceptível quando se observa o crescimento dos investimentos em projetos de *gameificação* nas empresas, a exemplo de grandes corporações, como Google e Facebook, e de operações menores, como as empresas de tecnologia do Vale do Silício, que vêm inspirando empreendedores em todo o mundo.

Analisando sua expressão no atual estágio do capitalismo, Han (2014) afirma que o jogo é usado pelo mercado como forma de aumentar a produtividade e, em alguns casos, até como meio de produção, orientando a forma como ocorrem as dinâmicas do trabalho. No mesmo sentido, já no início do século XX, Huizinga (2014) observava que algumas funções dos jogos – criar percepção de espaço mesmo que esse espaço não possua dimensão física; diminuir a percepção das tensões; criar um sentimento de equipe; manter as pessoas sob um sistema de regras; etc. – auxiliam na dinâmica da produção do sistema econômico e nas estratégias de negócio.

O jogo acontece sempre dentro de um espaço, seja ele físico ou imaginário. O espaço do jogo tem um aspecto sagrado, é um espaço de suspensão da vida comum. Por isso os ambientes de trabalho “ludificados” são muito comuns hoje em empresas que atuam no ramo da tecnologia, como Google e Facebook, assim como em grandes agências de publicidade. São locais com áreas de “descompressão”, com videogames, mesa de sinuca, espaço para fazer exercício, entre muitos outros itens lúdicos. O propósito de construir uma visão do trabalho como um jogo é criar uma percepção de tempo e espaço própria, que segue a lógica do jogo da empresa, e não dos padrões de carga horária tradicionais. Sobre o espaço do jogo, Huizinga (2014) comenta:

A arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o campo de tênis, o tribunal etc., têm todos a forma e a função de terrenos de jogo, isto é, lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras. Todos eles são mundos temporários dentro do mundo habitual, dedicados à prática de uma atividade especial (HUIZINGA, 2014, p. 13).

É possível observar que a prática do jogo como meio de produção tem trazido os resultados esperados para essas empresas, pois elas estão há anos no topo de rankings como o da consultoria global *Great Place to Work*, que avalia as melhores empresas para se trabalhar em cada país. Entretanto, é importante observar que tanto esses rankings, quanto essas empresas, são mantidos por jogadores que atuam para manter a estrutura que confere sentido ao modelo capitalista, baseado na lógica da exploração e da mais-valia.

Há uma série de abusos nesses espaços, denunciados por ex-funcionários, como mostra a reportagem publicada no portal de tecnologia Tecmundo (2015), que analisou um debate de antigos funcionários da Google sobre as políticas abusivas da empresa. A forma como a cultura da empresa vê o tempo e o espaço do funcionário é uma das principais queixas, segundo a reportagem:

Uma das maiores queixas entre os internautas é o excesso de trabalho. “Eu nunca conheci ninguém na Google que tivesse tempo livre nos fins de semana ou nas férias”, afirma um usuário anônimo. O internauta diz ainda que não era raro ver colegas chorando na mesa, ficando doentes pela falta de descanso ou até mesmo se divorciando após incontáveis brigas familiares ocasionadas pela ausência em sua própria casa (TECMUNDO, 2015).

Han (2014) analisa que o jogo tem uma temporalidade particular, que é pautada pelas gratificações e vivências imediatas. Projetos que exigem tempo de maturação não se desenvolvem no ritmo do jogo, como ele comenta: “A duração e a lentidão não são compatíveis com a temporalidade do jogo” (HAN, 2014, p. 42). Assim, os jogos nesses espaços são uma forma de aumentar o ritmo da produção intelectual sem aumentar a tensão ocasionada pela pesada carga de pressão por resultados dessas empresas. A tensão faz parte da lógica do jogo e, dentro desse contexto, não é vista como algo ruim. Huizinga (2014) analisa: “Tensão significa incerteza, acaso. Há um esforço para levar o jogo ao desenlace, o jogador quer que alguma coisa ‘vá’ ou ‘saia’, pretende ‘ganhar’ à custa de seu próprio esforço” (HUIZINGA, 2014, p. 14). A tensão é um elemento inevitável no jogo e, por essa característica já ser assimilada pelos jogadores, acaba se sobrepondo e ocultando as tensões próprias do trabalho cada vez mais acelerado das empresas.

O ambiente do jogo é orientado para a obediência às regras, principalmente no caso de jogos fechados que só oferecem um destino final para o jogo. Para Huizinga (2014), o jogo cria ordem de forma orgânica: “Introduz na confusão da vida e na imperfeição do mundo uma perfeição temporária e limitada, exige uma ordem suprema e absoluta: a menor desobediência a esta ‘estraga o jogo’” (HUIZINGA, 2014, p. 13). Por conta disso, as regras são seu pilar central, elas estão no oposto da tensão que explora os limites do jogo: se as regras são quebradas, rompidas, o jogo acaba.

A figura do “desmancha-prazeres”, de quem descumpra as regras, é geralmente uma figura que traz repulsa aos jogadores competentes, fazendo com que eles se autorregulem. A repulsa por quem não se enquadra tanto nas regras tácitas da cultura da empresa, quanto nas regras oficiais do ambiente, é maior do que pelas pessoas que não estão comprometidas com o jogo. Huizinga (2014) comenta que isso se deve ao fato de que, além de ameaçar o jogo, caso o

“desmancha-prazeres” for expulso ou sair, ele coloca em evidência a fragilidade da estrutura e enfraquece a ilusão construída:

É curioso notar como os jogadores são muito mais indulgentes para com o batoteiro do que com o desmancha-prazeres; o que se deve ao fato de este último abalar o próprio mundo do jogo. Retirando-se do jogo, denuncia o caráter relativo e frágil desse mundo no qual, temporariamente, se havia encerrado com os outros. Priva o jogo da ilusão – palavra cheia de sentido que significa literalmente “em jogo” (de *inlusio*, *illudere* ou *inludere*). Torna-se, portanto, necessário expulsá-lo, pois ele ameaça a existência da comunidade dos jogadores (HUIZINGA, 2014, p. 14).

O jogo ajuda a criar o espírito de equipe, de comunidade, como se observa nos clubes, associações e outras sociedades lúdicas. Essa é uma característica do jogo importante para a gestão atual, pois, com a racionalização dos processos em série, é cada vez mais difícil dar sentido para o trabalho, desenvolver o sentimento de pertencimento nas equipes. Um sintoma disso ocorre quando, nos processos de construção de marca, é a equipe de marketing que define qual é o propósito da empresa, e não seus fundadores. É preciso então que se construa uma imagem dessa equipe, para que ela possa se reconhecer. O jogo ajuda a fortalecer e fixar essa imagem:

As comunidades de jogadores geralmente tendem a tornar-se permanentes, mesmo depois de acabado o jogo. É claro que nem todos os jogos de bola de gude, ou de *bridge*, levam à fundação de um clube. Mas a sensação de estar “separadamente juntos”, numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração de cada jogo (HUIZINGA, 2014, p. 15).

Ao observar a forma como as estruturas simbólicas da gestão capitalista se utilizam do jogo, o que se percebe é o aproveitamento de suas estruturas primárias de operação, ao invés do seu aspecto lúdico. Trata-se da transformação do jogo em meio de produção, como comenta Han: “A ludificação como meio de produção destrói o potencial emancipador do jogo. O jogo possibilita um uso totalmente distinto das coisas que as liberta da teologia e teleologia do capital” (HAN, 2014, p. 44). No mesmo sentido, Huizinga (2014) observa que o aspecto lúdico é comprometido quando se transforma os negócios em jogos e os jogos em negócios.

Para que o aspecto lúdico do jogo esteja presente, é preciso, segundo Huizinga (2014), que haja liberdade, que o jogo seja espontâneo e voluntário, não induzido e programado, como acontece nas estratégias de *gameificação*. É fundamental que os participantes estejam conscientes do jogo que jogam e que

possam mostrar seu jogo no processo, algo que nem sempre acontece no ambiente corporativo. Nesses ambientes as pessoas são levadas a jogar um jogo cujas regras e dimensões elas não têm consciência.

Um exemplo da utilização do jogo como meio de produção nos espaços das agências de publicidade é o caso de “A geladeira movida a *timesheet*”, realizado em 2012, na agência CASA, pertencente ao grupo JWT. O caso foi publicado em um reconhecido blog da área – *Brainstorm9* – pelo publicitário Cristiano Dias, e também em uma reportagem realizada pela revista *Época Negócios* (SALGADO, 2012). Dias (2012) conta que a equipe recebeu da diretoria da agência o desafio de fazer uma campanha interna para reforçar a necessidade de preencher corretamente o *timesheet*<sup>5</sup>, que é obrigatório, mas não queriam que isso fosse visto de forma negativa. A equipe então pensou em como tornar aquilo mais “divertido” usando o recurso da *gamificação*.

Em linhas gerais, a mecânica da ação funcionou da seguinte forma: eles colocaram uma geladeira cheia de bebidas no espaço de trabalho da equipe, que tinha a porta eletrônica conectada ao aplicativo de *timesheet* do escritório. Quando o indicador de *timesheet* chegava em 100%, a geladeira era destrancada automaticamente e todos da agência podiam beber à vontade. A campanha alcançou o resultado esperado: em entrevista à revista *Época Negócios* (SALGADO, 2012), Ricardo John, vice-presidente de criação da agência JWT na época, informou que, na primeira semana, 100% das pessoas preencheram as planilhas com seus *timesheets*, enquanto anteriormente a porcentagem oscilava entre 50% e 60%. Em uma postagem para o site *Brainstorm9*, Cristiano Dias relata:

Junto com o pessoal da CASA (que estava desenvolvendo o novo software de *timesheet* do Grupo JWT e também criando soluções divertidas para a plataforma) partimos para montar uma geladeira com um cadeado conectado ao banco de dados de horas. A geladeira usa um microcontrolador de tecnologia nacional [...] para falar com o servidor. Colado nela temos um tablet Android Positivo (nosso cliente) onde todo mundo pode ver o percentual geral. Para não ter que usar o wifi corporativo ainda colocamos um roteador dentro do gabinete. Coloquei no Slideshare as fotos da geladeira sendo hackeada. Toda sexta-feira de noite, no bar da Mário Amaral e do Campus Curitiba a geladeira verifica se está todo mundo em dia com o carnê do Baú. O resto é bebedeira e alegria. De repente preencher aquele treco chato virou algo divertido e assunto nos papos dos corredores e do almoço. Criamos algo útil e geramos uma conversa entre nossos consumidores, mesmo que os consumidores sejam os nossos colegas de trabalho. Com tantos incentivos e pescotapas dos colegas chegados numa cerveja gratuita já bebemos por conta da chefia por 2 semanas (DIAS, 2012).

O caso foi ainda divulgado em formato de vídeo no canal de *YouTube*

---

<sup>5</sup> Termo utilizado para definir um sistema onde o funcionário registra o tempo gasto com cada atividade realizada em seu trabalho diariamente. O sistema é usado para fazer o controle de horas trabalhadas em projetos dentro de uma empresa, facilitando assim a gestão do tempo da equipe.

da JWT, com uma narrativa visual que expressa descontração, divertimento e constrói uma ideia de um espaço agregador, como pode ser observado nos frames retirados do vídeo abaixo.

**Figura 1** – Frames do vídeo *Quem preencher o timesheet ganha cerveja de graça (e refri também)* – sequência da mecânica da ação



Fonte: Wunderman Thompson Brasil (2012)

O vídeo revela as estruturas simbólicas mantidas através da linguagem do jogo. A ideia de que a geladeira abre sozinha ignora todo o trabalho feito pelos funcionários para alcançar o benefício esperado. Também confere à ação um caráter mágico, pois é preciso manter a agência funcionando para que ela possa oferecer toda sua “generosidade” de forma “espontânea”. Aqui o sentido do trabalho é deslocado, a realização dos projetos transforma-se em jogo. O vídeo segue evidenciando o clima promovido pela ação, como em uma propaganda de cerveja.

**Figura 2** - Frames do vídeo *Quem preencher o timesheet ganha cerveja de graça*

(e refri também) – sequência da repercussão da ação



Fonte: Wunderman Thompson Brasil (2012)

Outra frase que revela a lógica do jogo instituído pela agência é “todo mundo bebe de graça”. Novamente a ideia de que a agência está dando o benefício sem nenhum custo. Nem ao menos é construída a ideia de esforço e recompensa. Assim como em jogos de videogame, preencher o *timesheet* é como achar uma “chave” que abre portas para outro “mundo” dentro da agência, “mundo” esse que poderia ser vivido fora da agência se os horários de trabalho respeitassem a carga horária de 44 horas de trabalho semanais contratadas. As inúmeras horas extras passam a ser vistas sob uma roupagem divertida, mas vazia de sentido profissional e pessoal. Ações como esta podem levar ao enfraquecimento da reflexão sobre o trabalho. A linguagem do jogo aqui está a serviço da manutenção da lógica da produtividade, automatizando os processos e distanciando o profissional dos resultados do seu trabalho efetivamente.

Os processos criativos são complexos, não há como atribuir o mesmo peso e a mesma medida de avaliação de competência para todos. As métricas sobre o processo criativo invariavelmente escapam às previsões das tabelas de horas da agência. Para que a equipe consiga cumprir seus desafios frente às exigências do mercado, é preciso que haja um exercício constante de maturidade e diálogo sobre o trabalho realizado. Entretanto, não é isso que o jogo proposto na ação

fomenta. Na mecânica apresentada, não está claro para os publicitários o que se perde e o que se ganha com a ação, o que está em jogo. Eles são tratados como brinquedos dentro da estrutura do negócio. Quem está jogando realmente são os donos das agências e seus clientes, eles usam a linguagem do jogo para alcançar seus resultados e metas de faturamento.

O jogo traz saídas interessantes para o mercado, que sofre um esgotamento do sentido do trabalho nos moldes do capitalismo de consumo. Eles estão presentes estruturando novos sentidos para os sistemas de gestão em declínio. Dentro da dinâmica proposta pelo jogo, não há tempo nem espaço para reflexão, assim, a recompensa sobre o trabalho se distancia cada vez mais dos projetos de carreira e se limita a sustentar uma imagem idealizada do que é ser um profissional moderno.

Para compreender a potência do jogo no trabalho intelectual, é preciso observar que a criatividade variável não está nas estruturas de jogo externas às pessoas, como no exemplo acima, mas na forma de lidar com os desafios do trabalho, de organizar o repertório pessoal frente à avalanche de informações que compõe o mosaico do conhecimento do profissional criativo, e também no cruzamento entre os universos que vivencia na forma de jogos.

As mecânicas de *gameficação*, quando elaboradas como meios de produção, não contribuem realmente para um fazer mais consciente e criativo. O que deve ser resgatado para o desenvolvimento da criatividade é o olhar lúdico, a forma lúdica de jogar com sua visão ética e estética, bem como uma dinâmica antropofágica entre o universo de referências do mercado e o universo do repertório particular do profissional.

### 3 A POTÊNCIA DO LÚDICO PARA CRIAÇÃO DE NOVAS REALIDADES

O poder do jogo criativo, na visão de Flusser (2014), está na sua capacidade de transformação através do cruzamento de competências de áreas distintas: “Criatividade é aquela atividade graças à qual a soma das informações existentes em uma situação aumenta. Isso caracteriza o ser humano. O ser humano esforça-se para aumentar informações, contrariando a tendência da entropia” (FLUSSER, 2014, p. 269). Nas dimensões em que ocorrem na vida cotidiana e nos ambientes de trabalho, os jogos funcionam, em sua maioria, como meios de engajamento do jogador com as estruturas que aparelham os espaços aos quais ele pertence. Porém, o *homo ludens*, na perspectiva de Flusser (2002), também pode assumir uma postura de resistência.

Desconstruir os modelos fechados e automatizados é um dos desafios do profissional que exerce um trabalho intelectual. Para evitar entrar no automatismo

dos *softwares* que apoiam o trabalho cotidiano, é preciso ter consciência do jogo em que se insere. Só assim é possível pensar em uma postura de jogador libertário, o que joga contra o aparelho, que é capaz de programar sua própria vida ou sua própria carreira. A reflexão é um ponto fundamental desse jogador, é preciso pensar “para quê?” e “por quê?”, antes de “como?”. É preciso “olhar para o próprio olhar” (BERNARDO, 2002, p. 61). Jogar “contra” os aparelhos é a forma como o homem pode se distinguir deles: “liberdade é jogar contra o aparelho” (FLUSSER, 2002, p. 75). A forma como o homem pode jogar contra o aparelho é através da reflexão e da criatividade, buscando por meio dela ampliar as possibilidades do jogo.

A criatividade que orienta o trabalho do jogador libertário está ancorada no aspecto lúdico do processo criativo em uma dinâmica que busca o jogo aberto. Ao mesmo tempo em que o jogo criativo provoca uma suspensão da realidade, ele também possibilita uma elaboração dessa realidade sob um ponto de vista mais livre, não comprometido previamente com regras e resultados específicos.

O termo lúdico está muito associado com a ideia do brincar. Em sua etimologia a palavra brincar deriva do termo brinco, que no latim está associada à palavra *vinculum*, *laço* (NACENTES, 1955, p. 119). Portanto, pensar o *homo ludens* sob a perspectiva do brincar é também pensar um indivíduo que cria vínculo com o sua obra. O psicanalista Sigmund Freud analisa o aspecto lúdico no processo criativo de escritores no início do século XX e aborda o elemento lúdico dando ênfase para o ato de brincar, no texto “Escritores Criativos e Devaneios”, de 1908. O autor inicia sua reflexão com a indagação: qual pessoa não gostaria de saber de onde vem a inspiração e a criatividade dos escritores geniais, que conseguem despertar sentimentos e sensações que muitas vezes nem sabíamos que éramos capazes de sentir? Ele ainda alerta que essa é uma curiosidade que se tem, mesmo com a consciência de que saber como funciona não nos tornará aptos a escrever romances como eles.

O autor analisa que na infância a criança brinca usando brinquedos ou o próprio corpo, criando um vínculo entre o mundo material e a fantasia. Trata-se de uma prática que envolve comprometimento e seriedade:

A antítese de brincar não é o que é sério, mas o que é real. Apesar de toda a emoção com que a criança catexiza seu mundo de brinquedo, ela o distingue perfeitamente da realidade, e gosta de ligar seus objetos e situações imaginados às coisas visíveis e tangíveis do mundo real. Essa conexão é tudo o que diferencia o ‘brincar’ infantil do ‘fantasiar’ (FREUD, 1969, p. 135).

Freud (1969) analisa que o espírito lúdico da criança perde a dimensão da

materialidade na transição para a vida adulta e, ao se tornar totalmente abstrato, passa a ser entendido como mero devaneio. Por conta disso, a criança não vê problema em ser vista brincando, esse problema se inicia na vida adulta em que, tanto o ato de brincar, quanto a fantasia passam a ser mal vistos e reprimidos.

O autor observa que o escritor criativo mantém o aspecto lúdico em seu processo e, por isso, é capaz de dar materialidade para suas fantasias criando histórias. Dessa forma, o escritor criativo “cria um mundo de fantasia que ele leva a sério, isto é, no qual investe uma grande quantidade de emoção, enquanto mantém uma separação nítida entre o mesmo e a realidade” (FREUD, 1969, p. 136). O domínio da linguagem auxilia o criativo nesse processo – Freud (1969) observa que a linguagem preservou essa relação entre o brincar infantil e a criação poética, sendo, portanto, uma boa “ponte” entre esses dois universos.

Assim, Freud (1969) considera que essa capacidade de “brincar sério”, ou de manter um trânsito saudável entre fantasia e realidade, torna a vida mais leve na medida em que aliviam as tensões de conter as fantasias, o que pode trazer sofrimento se não houver alguma forma de sublimação. Para o autor, não só os criativos profissionais podem encontrar essa saída, mas todas as pessoas que despertam para a possibilidade de resgatar o aspecto lúdico em seu cotidiano:

Quando a criança cresce e para de brincar, após esforçar-se por algumas décadas para encarar as realidades da vida com a devida seriedade, pode colocar-se certo dia numa situação mental em que mais uma vez desaparece essa oposição entre o brincar e a realidade. Como adulto, pode refletir sobre a intensa seriedade com que realizava seus jogos na infância, equiparando suas ocupações do presente, aparentemente tão sérias, aos seus jogos de criança, pode livrar-se da pesada carga imposta pela vida e conquistar o intenso prazer proporcionado pelo humor (FREUD, 1969, p. 136).

Sob a mesma perspectiva de Freud (1969), o sociólogo Mills (2009) considera a composição musical como um bom exemplo do aspecto lúdico no trabalho intelectual. Para o autor, é por ser livre das regras externas, livre de um resultado específico, que é possível para o compositor brincar com a linguagem oral e musical, em um processo espontâneo que começa e termina no corpo do compositor, na busca por superar a angústia inerente ao processo criativo: “O artesão ou artista se expressa ao mesmo tempo e no mesmo ato em que cria valor. Seu trabalho é um poema em ação. Trabalha e se diverte no mesmo ato” (MILLS, 2009, p. 62).

Articulando os conceitos de Flusser com os de Freud (1969) e Mills (2009), compreende-se que os jogos capazes de auxiliar em um projeto existencial e uma carreira autogerida são os jogos que acontecem no interior do jogador,

nos vínculos que ele estabelece com as estruturas simbólicas que cercam sua atividade profissional. O jogo se dá no exercício criativo de imaginar realidades que não estão postas, formas de operar que ainda não estão engendradas nessas estruturas. E evolui diante da possibilidade de tencionar os aparelhos por meio de suas contradições, criando fissuras que permitem inserir novas formas de jogar e existir no jogo, mantendo seu escopo o mais aberto possível. Por fim, Flusser postula: “O jogo é a realidade, não os elementos e as regras, mas o jogar. A liberdade não é aquilo que se quer ou o que se faz, mas a responsabilidade” (FLUSSER, 2014, p. 324).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como nos provoca o poema de Vargas, “Possível, não cobiçar petiscos?” (VARGAS, 2003, p. 114), Flusser nos alerta em sua obra que, em meio ao cenário histórico, cultural e econômico contemporâneo, para se ter autonomia sobre seu projeto de carreira – que tenha como norte um projeto existencial –, é preciso estar atento à qual jogo se está jogando e quem joga com quem. Para além dos jogos de negócios, é preciso pensar o que alimenta, dá energia para o fazer criativo, o que tira o trabalho de seu automatismo, de seus vícios, entendendo o jogo que acontece no interior do jogador.

Ações como a da “geladeira de *timesheet*” são sedutoras por sua conveniência e pelo prazer de petiscar projetos prontos e identidades prontas, que não exige de nós grandes esforços de elaboração e não oferece resistência. O jogo criativo exige reflexão constante, capacidade de criar laços e imaginar outras realidades possíveis e, ainda, em encontrar energia para produzi-las. O jogo do *homo ludens* de Flusser é pensado e vivido pelo próprio jogador, que se distancia da ideia de jogo como meio de produção e se aproxima da busca por novas formas de ver o mundo, as relações de trabalho e de consumo.

#### REFERÊNCIAS

BERNARDO, Gustavo. *A dúvida de Flusser: filosofia e literatura*. São Paulo: Globo, 2002.

DIAS, Cristiano. *Estudo de caso: a geladeira movida a timesheet*. 2012. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/29370/estudo-de-caso-a-geladeira-movida-a-timesheet/>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém. *Jogos*. 1967. Disponível em: <<https://www.cisc.org.br/portal/index.php/pt/biblioteca/viewdownload/15-flusser-vilem/46-jogos.html>> . Acesso em: 13 mar. 2020.

FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

FLUSSER, Vilém. Para além das máquinas. In: BERNARDO, Gustavo (Org.). *Literatura e Sistemas Culturais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998. p. 9-18.

FLUSSER, Vilém. *Comunicologia: reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

FREUD, Sigmund. Escritores criativos e devaneios. *Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud*, v. 9. Rio de Janeiro: Imago, 1969. p. 135-141.

HAN, Byung-Chul. *Psicopolítica*. Barcelona: Herder, 2014.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2014.

MAZZA EGUIZÁBAL, Raul. *El estado del malestar: capitalismo tecnológico y poder sentimental*. Barcelona: Ediciones Península, 2011.

MILLS, Charles Wright. *Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

NACENTES, Antenor. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1955.

SALGADO, Raquel. *Quer abrir a geladeira? Preencha a time sheet*. 2012. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Empresa/noticia/2012/04/quer-abrir-geladeira-preencha-time-sheet.html>> . Acesso em: 13 mar. 2020.

TECMUNDO. *Ex-funcionários comentam sobre o lado ruim de trabalhar na Google*. 2015. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/google/87523-ex-funcionarios-comentam-lado-ruim-trabalhar-google.htm>> . Acesso em: 13 mar. 2020.

WUNDERMAN THOMPSON BRASIL. *Quem preencher o timesheet ganha cerveja de graça (e refri também)*. 2012. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=3\\_apO58NoA0](https://www.youtube.com/watch?v=3_apO58NoA0)> . Acesso em: 13 mar. 2020.