INTERFACE TECNOLÓGICA

TECNOLOGIA EM INFORMÁTICA
Interface Tecnológica · v. 23, n. 1, 2026 · p. 97–105
ISSN on-line 2447-0864 · ISSN impresso 1807-3980
https://doi.org/10.31510/infa.v23i1.2453

GAMIFICAÇÃO E CONTROLE SOCIAL: a lógica dos jogos aplicada à vida real

Gamification and social control: the logic of videogames applied to real life

Ana Luiza Quintana Pinto[1], **Thais Cristina Casagrande**[2]

AUTORIA

[1] **Ana Luiza Quintana Pinto**
Fatec Taquaritinga – SP – Brasil
analuizaq53@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0000-3940-1950

[2] **Thais Cristina Casagrande**
Fatec Taquaritinga – SP – Brasil
thais.casagrande@fatectq.edu.br
ORCID: https://orcid.org/0009-0009-8369-7336

HISTÓRICO

Recebido	27/04/2026
Aceito	04/06/2026
Publicado	30/06/2026

COMO CITAR

PINTO, A. L. Q.; CASAGRANDE, T. C. Gamificação e controle social: a lógica dos jogos aplicada à vida real. **Interface Tecnológica**, Taquaritinga, v. 23, n. 1, p. 97-105, 2026. DOI: 10.31510/infa.v23i1.2453.

LICENÇA

Artigo de acesso aberto distribuído sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

cc BY 4.0

RESUMO

A gamificação tem se consolidado como uma estratégia amplamente utilizada em ambientes digitais, promovendo engajamento por meio da incorporação de elementos típicos dos jogos em contextos não lúdicos. Além de seu potencial motivacional, essa prática levanta questões relevantes acerca de seu papel na regulação e no controle do comportamento social. Este artigo tem como objetivo analisar a gamificação como instrumento de controle social, investigando de que forma a lógica dos jogos, aplicada à vida real, influencia condutas e impacta a autonomia dos indivíduos. A metodologia adotada é qualitativa, de caráter teórico-reflexivo e bibliográfico, fundamentada em autores como Foucault (1987), Han (2015), Debord (1997) e Zuboff (2019), além da análise de interface das plataformas Duolingo, TikTok, Waze e Instagram. A reflexão desenvolvida sugere que a gamificação pode ser compreendida como um dispositivo sociotécnico que transforma ações em métricas e recompensas, incentivando a repetição de comportamentos e a internalização de normas de forma sutil e contínua. Observa-se também, a partir das discussões teóricas examinadas, que a coleta e o uso de dados tendem a intensificar a vigilância e o controle comportamental, contribuindo para a consolidação de uma cultura orientada pelo desempenho. Conclui-se que, embora a gamificação favoreça o engajamento e a motivação, também pode reforçar dinâmicas de controle social difuso, exigindo uma aplicação ética, crítica e consciente no desenvolvimento de sistemas tecnológicos.

Palavras-chave: Gamificação. Controle social. Vigilância digital. Comportamento social.

ABSTRACT

Gamification has become a widely used strategy in digital environments, promoting engagement through the incorporation of typical game elements into non-game contexts. In addition to its motivational potential, this practice raises relevant questions about its role in the regulation and control of social behavior. This article aims to analyze gamification as an instrument of social control, investigating how game logic, when applied to real life, influences behavior and impacts individual autonomy. The methodology adopted is qualitative, with a theoretical-reflective and bibliographic approach, based on authors such as Foucault (1987), Han (2015), Debord (1997), and Zuboff (2019), combined with an interface analysis of the Duolingo, TikTok, Waze, and Instagram platforms. The reflection developed suggests that gamification can be understood as a sociotechnical device that transforms actions into metrics and rewards, encouraging the repetition of behaviors and the internalization of norms in a subtle and continuous manner. It is also observed, based on the theoretical discussions examined, that data collection and use tend to intensify surveillance and behavioral control, contributing to the consolidation of a performance-oriented culture. It is concluded that, although gamification promotes engagement and motivation, it may also reinforce dynamics

of diffuse social control, requiring an ethical, critical, and conscious application in the development of technological systems.

Keywords: Gamification. Social control. Digital surveillance. Social behavior.

1 INTRODUÇÃO

A presença das tecnologias digitais na vida cotidiana tem transformado profundamente as interações sociais, o aprendizado e o consumo. Destaca-se o avanço da gamificação, aplicação de elementos e dinâmicas de jogos em ambientes não lúdicos (NAVARRO, 2013), como estratégia para engajar usuários e aumentar a motivação em áreas como educação, saúde e marketing. Contudo, para além de seus benefícios aparentes, essa prática levanta questionamentos éticos e sociais, como um possível instrumento de controle e direcionamento sutil de comportamentos.

Segundo Huizinga (1980), os jogos historicamente promovem a aproximação social e o fortalecimento de laços coletivos. No entanto, a gamificação vai além do entretenimento: também pode atuar como um mecanismo de influência comportamental. Nesse sentido, torna-se necessário compreendê-la não apenas como ferramenta de engajamento, mas como um possível instrumento de controle social que incentiva ou desestimula ações por estímulos cuidadosamente projetados.

Essa noção assume contornos sofisticados na era digital, podendo influenciar condutas de forma contínua e imperceptível, permitindo personalizar experiências e reforçar padrões de comportamento desejados pelas organizações desenvolvedoras. De modo geral, a sociedade contemporânea encontra-se imersa em uma cultura digital permeada pela lógica neoliberal que, conforme aponta Han (2015), transforma o indivíduo em um projeto de desempenho e otimização constante, intensificando a produção, o consumo e a competição. Assim, a gamificação pode ser compreendida como um fenômeno social e cultural que impacta a subjetividade, as relações e a experiência humana (DETERDING et al., 2011).

Diante disso, questiona-se: de que maneira a gamificação atua como mecanismo de controle social a partir das dinâmicas de engajamento e métricas de desempenho em plataformas cotidianas? O objetivo deste trabalho é analisar a relação entre gamificação e controle social, investigando como a lógica dos jogos impacta a autonomia individual e regula condutas, discutindo os limites entre engajamento e manipulação. Para tanto, adota-se uma pesquisa qualitativa exploratória, de abordagem teórico-reflexiva e bibliográfica, associada à análise de interface das plataformas Duolingo, TikTok, Waze e Instagram. O estudo se fundamenta no levantamento da literatura clássica e contemporânea sobre poder e vigilância para, dialeticamente, analisar os recursos de gamificação e os mecanismos de regulação comportamental presentes nos ambientes virtuais selecionados.

Parte-se da hipótese de que a gamificação, ao utilizar mecanismos de recompensa, monitoramento e feedback contínuo, contribui para a internalização de normas e para o fortalecimento de formas sutis e difusas de controle social. Por fim, este estudo se justifica pela relevância crítica na área de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, instigando profissionais que concebem e implementam soluções tecnológicas a estruturarem sistemas mais transparentes, conscientes e alinhados aos princípios éticos da sociedade.

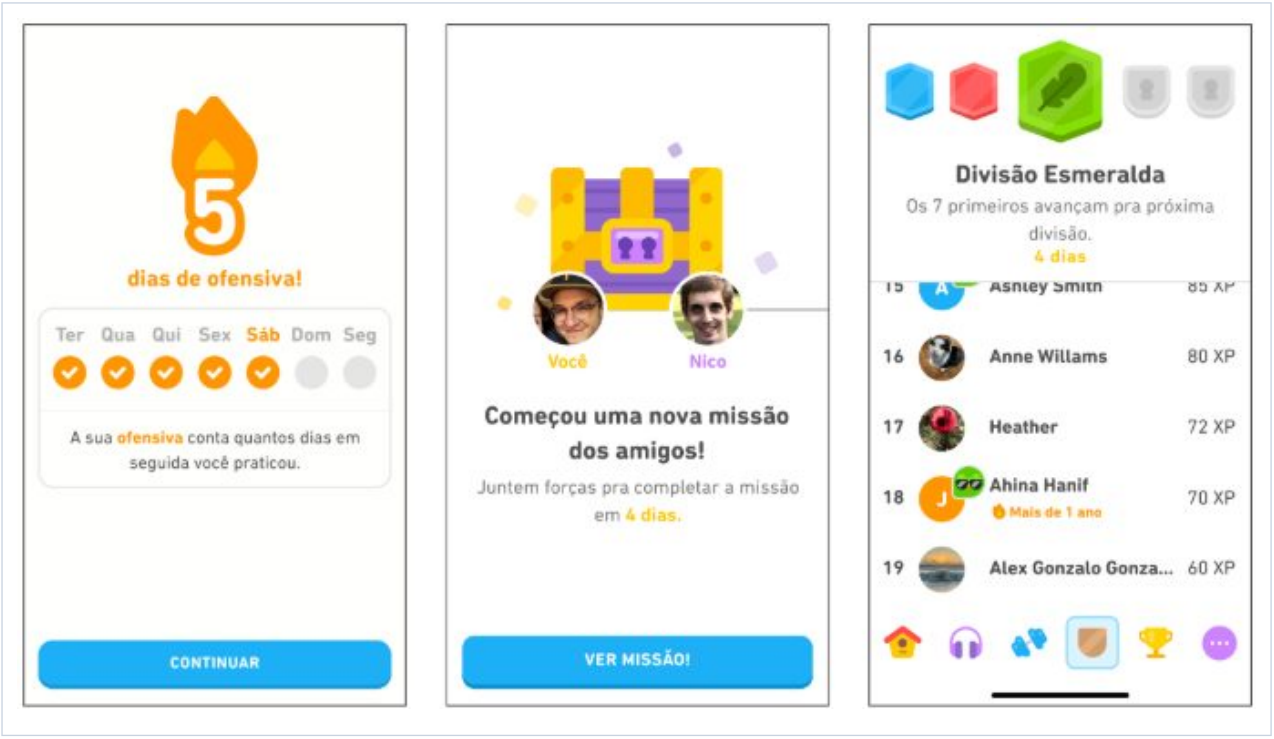
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A literatura contemporânea evidencia que a gamificação ultrapassa a dimensão do entretenimento, inserindo-se em estruturas de poder e controle social. Segundo Deterding et al. (2011), ela consiste na utilização de elementos de design de jogos em contextos não lúdicos para influenciar comportamentos. Porém, estudos críticos apontam que essa influência pode assumir características normativas e disciplinadoras, especialmente quando associada a sistemas digitais que monitoram e direcionam ações dos usuários (WHITSON, 2015; SCHRAPE, 2014).

2.1 Fundamentos da gamificação

Os mecanismos da gamificação operam estimulando o sistema de recompensa do indivíduo para incentivar a repetição de ações. Seus principais elementos são pontuações, medalhas (badges), rankings, desafios, metas e feedback imediato, os quais atuam como fortes estímulos motivacionais (DETERDING et al., 2011). Plataformas digitais utilizam essa estrutura para criar ciclos contínuos de engajamento, transformando tarefas rotineiras em experiências guiadas por reforços comportamentais psicológicos. Aplicativos como o Duolingo exemplificam essa lógica ao oferecer recompensas diárias e manter sequências de uso, criando um ciclo contínuo de engajamento e reforço comportamental.

Figura 1 – Interface do Duolingo com sistema de pontuação diária



Fonte: Blog Duolingo (2023).

2.2 Vigilância, biopolítica e o sujeito do desempenho na era digital

Na sociedade contemporânea, os conceitos tradicionais de regulação social ganham novos contornos por meio da tecnologia. Sob a perspectiva foucaultiana, pontuação, rankings e recompensas podem ser interpretados como extensões do poder disciplinar. Foucault (1987, p. 166) afirma que "a vigilância é permanente em seus efeitos, mesmo se é descontínua em sua ação", evidenciando que o controle se mantém mesmo sem presença constante de um agente observador. Nesse

sentido, sistemas gamificados funcionam como formas contemporâneas de panoptismo digital, nos quais os indivíduos ajustam seu comportamento em função da possibilidade de estarem sendo observados.

Essa dinâmica é potencializada pelo "capitalismo de vigilância" (ZUBOFF, 2019), modelo no qual dados comportamentais são coletados e processados por algoritmos preditivos para modificar condutas futuras. A gamificação atua nesse ecossistema promovendo uma "sedução para o controle" (CHAPMAN; CHUA; FIEDLER, 2021). Ela torna o monitoramento atraente e palatável por meio de gratificações simbólicas, configurando o que Whitson (2015) conceitua como governança comportamental e Schrape (2014) define como biopolítica aplicada às massas digitais.

Por fim, esse cenário converge para a "sociedade do desempenho" (HAN, 2015). Nesse modelo, o controle deixa de ser repressivo e passa a ser internalizado: o próprio sujeito se autoexplora e busca a otimização de suas métricas em um ciclo infinito de validação. Essa busca por performance quantificável promove a espetacularização e a mercantilização da vida social (DEBORD, 1997), convertendo as relações humanas em indicadores de desempenho e padronizando condutas cotidianas. Esse fenômeno de autovigilância e busca por status numérico é materializado, por exemplo, nos sistemas de aplicativos de navegação, onde o deslocamento do usuário é convertido em métrica competitiva.

Figura 2 – Sistema de ranking do Waze



Fonte: Waze (2025).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza exploratória e caráter teórico-reflexivo. A escolha por esse tipo de abordagem justifica-se pela necessi-

dade de compreender, de forma interpretativa, as relações entre gamificação, controle social e comportamento na sociedade digital contemporânea. Trata-se, ainda, de uma pesquisa bibliográfica, uma vez que se fundamenta na análise de produções acadêmicas já existentes, como livros, artigos científicos, teses e dissertações.

O levantamento bibliográfico foi realizado por meio de buscas no Google Scholar e no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, abrangendo a literatura publicada majoritariamente entre 2011 e 2025, além de obras clássicas sobre tecnologia, poder, vigilância e sociedade, utilizou-se a combinação dos descritores: 'Gamificação', 'Controle social' e 'Comportamento Social'. Como critérios de inclusão, selecionaram-se: I) livros e artigos científicos; II) produções escritas em língua portuguesa; e III) textos cujo escopo central relacionasse elementos de design de jogos a dinâmicas de regulação comportamental. Foram excluídos relatórios comerciais, artigos duplicados, monografias de graduação ou abordagens que tratassem da gamificação exclusivamente sob a ótica da eficácia pedagógica ou do aprendizado técnico organizacional. A busca inicial retornou 26 publicações; após a triagem de títulos e resumos, 22 estudos foram pré-selecionados, resultando em um corpus final de 20 obras efetivamente analisadas.

Além disso, foram selecionadas para observação direta quatro plataformas digitais amplamente utilizadas no cotidiano: Duolingo, TikTok, Waze e Instagram. O procedimento de análise consistiu no mapeamento documental e de interface dessas plataformas, realizado entre fevereiro e abril de 2026, utilizando como fontes os manuais e blogs oficiais dos desenvolvedores em conjunto com a navegação exploratória por suas interfaces de usuário.

Os critérios para a escolha e análise de cada ambiente basearam-se na presença explícita de componentes de design de jogos voltados à modificação comportamental. Especificamente, observaram-se as seguintes funcionalidades: I) sistemas de pontuação e manutenção de sequências de uso (streaks no Duolingo); II) métricas quantitativas de performance social (curtidas, visualizações e seguidores no Instagram e TikTok); e III) dinâmicas de competição coletiva e leaderboards (rankings de classificação no Waze).

Para o tratamento de todo o material coletado, desde o corpus bibliográfico aos registros de observação das interfaces, adotou-se a Análise de Conteúdo de caráter qualitativo, operacionalizada em três etapas sistemáticas:

1. Pré-análise: Realizou-se a leitura flutuante do referencial teórico e o agrupamento dos dados extraídos dos manuais e da navegação exploratória das plataformas, estabelecendo o plano de codificação.

2. Exploração do material: Tomando o tema como unidade de análise, as informações foram segmentadas e organizadas em três grades categoriais definidas posteriormente:

- Quantificação da experiência e vigilância digital
- Internalização do controle e governança comportamental
- Cultura do desempenho e autoexploração

3. Tratamento dos resultados e interpretação: As unidades de registro categorizadas foram submetidas à inferência crítica, confrontando de forma dialética as funcionalidades práticas observadas com as matrizes conceituais da fundamentação teórica.

Dessa forma, os procedimentos metodológicos adotados viabilizam uma compreensão ampla e aprofundada do objeto de estudo, articulando fundamentos teóricos às análises das dinâmi-

cas e recursos de interfaces das plataformas digitais selecionadas para alcançar os objetivos propostos na pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise realizada sugere que a gamificação atua como uma ferramenta eficaz de engajamento, ao tornar atividades mais atrativas por pontuação, recompensas e desafios. Contudo, a reflexão teórica indica que esse engajamento não ocorre de forma neutra, estando associado à indução de comportamentos específicos. Nesse sentido, o estudo dialoga com a perspectiva de Deterding et al. (2011), ao sugerir que a gamificação pode influenciar as ações dos usuários, ultrapassando sua função meramente motivacional.

Ao relacionar os aspectos teóricos com as práticas observadas em plataformas digitais utilizadas, torna-se possível compreender de forma mais concreta como esses mecanismos operam na sociedade contemporânea.

4.1 Quantificação da experiência e vigilância digital

Os resultados indicam que determinados sistemas gamificados tendem a promover a transformação das ações em dados mensuráveis, estabelecendo métricas de desempenho que incentivam competição e comparação constante. No Instagram, número de curtidas, comentários, compartilhamentos e seguidores podem funcionar como indicadores de desempenho social, uma vez que diversas plataformas de mídias sociais estruturam a interatividade a partir de sua quantificação sistemática (VAN DIJCK, 2013). Essa lógica de curtidas e engajamento serve como isca para a extração daquilo que Zuboff (2019) define como "excedente comportamental": cada clique e reação modula o perfil psicográfico do usuário, transformando interações afetivas em dados preditivos.

De forma semelhante, o TikTok utiliza visualizações, tempo de retenção e compartilhamentos para mensurar o desempenho dos conteúdos. O processo de curadoria algorítmica emprega técnicas de auditoria e modelagem preditiva que personalizam a experiência com base no rastreamento de seus dados comportamentais. Esse sistema seleciona conteúdos específicos direcionados a maximizar o tempo de tela e o engajamento individual dentro do fluxo de recomendações (BANDY; DIAKOPOULOS, 2021).

Essa quantificação e conversão da experiência em dados mensuráveis também se manifesta no ambiente de mobilidade urbana do Waze. Durante a observação de sua interface, constatou-se que o ato de dirigir é transformado em uma dinâmica competitiva por pontos acumulados ao relatar incidentes (como trânsito ou acidentes) e pela evolução de avatares (do status de "Wazer Bebê" a níveis superiores). Essa dinâmica exemplifica o "capitalismo de vigilância" de Zuboff (2019): a plataforma utiliza a promessa lúdica de pontuação e leaderboards (rankings) para incentivar o usuário a fornecer voluntária e gratuitamente dados da geolocalização em tempo real. O comportamento do motorista é modificado e capturado pelo algoritmo preditivo da plataforma, que transforma a navegação cotidiana em um ativo comportamental valioso, camuflado sob a estética de cooperação gamificada.

Em conjunto, esses achados reforçam as premissas teóricas de Zuboff (2019), ao evidenciarem que dados cotidianos são utilizados para prever e modificar ações futuras. Além disso, há convergência com as perspectivas de Cohen (2014), demonstrando que a participação ativa e voluntária dos usuários nas dinâmicas de jogo alimenta e sustenta sistemas contínuos de monitoramento, controle e extração de valor nos ambientes digitais.

4.2 Internalização do controle e governança comportamental

Outro achado relevante refere-se à internalização das normas, na qual os indivíduos regulam seu próprio comportamento voluntariamente. Observa-se que, tanto no Instagram quanto no TikTok, os usuários adaptam suas ações com base nas métricas de desempenho, buscando maior visibilidade e reconhecimento social.

Esse processo evidencia a presença de mecanismos de poder disciplinar, conforme proposto por Foucault (1987), sendo possível compreender essas plataformas como panoptismo digital. Ainda que não haja um agente observador visível, a possibilidade constante de avaliação faz com que os indivíduos ajustem suas condutas de forma contínua.

Nesse contexto, a gamificação atua como uma forma de governança comportamental, conforme discutido por Whitson (2015), ao induzir condutas por meio de recompensas simbólicas e feedback contínuo. O usuário, ao buscar melhores resultados, passa a agir de acordo com as regras implícitas da plataforma, reforçando padrões desejados.

Essa dinâmica atinge seu ápice na interface do Duolingo, especificamente através dos mecanismos de manutenção de sequências de uso (streaks) e das notificações insistentes do mascote "Duo". A plataforma pune simbolicamente a quebra da sequência diária, gerando no usuário um sentimento de perda ou falha. Para evitar a frustração de interromper os dias consecutivos de ofensiva, o indivíduo internaliza a norma do aplicativo e ajusta sua rotina cronológica. O controle, portanto, deixa de ser uma imposição externa e passa a ser gerenciado pelo próprio sujeito, que se autogoverna para manter ativa a métrica estipulada, demonstrando como as dinâmicas de jogo tornam palatável a captura do tempo pessoal.

4.3 Cultura do desempenho e autoexploração

Os resultados também sugerem que a gamificação pode contribuir para a construção de uma cultura orientada por desempenho, na qual o valor do indivíduo aparece associado a métricas quantitativas. No Instagram, por exemplo, a relevância social é frequentemente medida pelo número de seguidores e pelo engajamento obtido, enquanto no TikTok o sucesso está vinculado à viralização dos conteúdos.

Esse cenário valida empiricamente a análise de Byung-Chul Han (2015) sobre a "sociedade do desempenho". Conforme sinaliza o autor, os indivíduos tendem a se tornar agentes de sua própria exploração, buscando otimizar sua performance em um ciclo contínuo de produção e validação. Nas quatro plataformas observadas, esse controle é exercido de maneira positiva e sedutora, eliminando o caráter puramente repressivo do poder tradicional. Enquanto no Instagram e no TikTok o sujeito busca métricas de visibilidade para alcançar validação algorítmica, no Duolingo e no Waze foca na competição contra si mesmo, buscando a otimização de suas próprias pontuações de proficiência ou metas de trânsito. Aqui, a tese de Han (2015) se materializa de forma contundente: o usuário livre se coage a render. O aprendizado de um idioma (Duolingo) e o deslocamento urbano (Waze) perdem o caráter de lazer ou ócio e passam a exigir uma postura hiperativa e produtiva.

O usuário torna-se, simultaneamente, o vigia e o vigiado em um fluxo infinito de produtividade digital. A gamificação atua, portanto, como o lubrificante dessa engrenagem: ao converter o desempenho em um jogo estimulante, ela mascara o esgotamento sob a ilusão de conquista pessoal e autonomia.

Além disso, observa-se a presença da lógica da espetacularização da vida social teorizada por Debord (1997), na qual as relações humanas passam a ser mediadas por representações e indicadores numéricos. Ao transformar a própria vida, a privacidade e o deslocamento urbano em conteúdo e performance, a experiência humana é convertida em mercadoria, reforçando a exposição contínua e a dependência de validação externa.

Por fim, os resultados indicam que a gamificação apresenta efeitos ambíguos: ao mesmo tempo em que tende a promover engajamento, visibilidade e interação, também manifesta o potencial de reforçar desigualdades, intensificar a pressão psicológica por desempenho e limitar a autonomia real dos indivíduos. Dessa forma, a análise não apenas se alinha às matrizes teóricas abordadas, mas oferece subsídios críticos para compreender como esses processos de regulação sutil se materializam e se consolidam nas práticas cotidianas mediadas por plataformas digitais.

5 CONCLUSÃO

A gamificação, embora amplamente utilizada como estratégia de engajamento, revela-se um fenômeno complexo que ultrapassa sua função inicial. Este estudo teve como objetivo analisar de que maneira essa dinâmica atua como mecanismo de controle social na sociedade digital contemporânea, meta alcançada por meio de uma abordagem qualitativa, de caráter teórico-reflexivo e bibliográfico. Os resultados permitiram responder ao problema de pesquisa ao evidenciarem que os sistemas gamificados podem operar como dispositivos de controle, estimulando determinados comportamentos por meio de gratificações, monitoramento contínuo e métricas de produtividade que promovem a internalização de normas de forma sutil.

A análise demonstrou que tais estruturas incentivam condutas alinhadas a interesses específicos, frequentemente de natureza corporativa ou institucional, articulando-se diretamente à lógica da vigilância digital, na qual dados são coletados para prever e direcionar ações. Dessa forma, o estudo confere sustentação à hipótese de que a gamificação pode contribuir para o fortalecimento de formas difusas de controle, estimulando a autorregulação dos indivíduos. Como consequência, observa-se o favorecimento de uma cultura orientada pelo desempenho e pela quantificação das experiências cotidianas, contexto no qual os sujeitos tendem a exercer um papel ativo na própria regulação, buscando otimizar sua performance em alinhamento às transformações sociais discutidas por Foucault e Han.

Apesar desses riscos, a gamificação não deve ser compreendida exclusivamente sob uma perspectiva negativa, dado que seus benefícios em termos de motivação e aprendizado são amplamente reconhecidos. O principal desafio consiste em equilibrar sua aplicação, salvaguardando valores fundamentais como autonomia, privacidade e liberdade individual, responsabilidade que convoca os profissionais de tecnologia a projetarem sistemas mais conscientes e éticos.

Por fim, cumpre notar que o caráter estritamente teórico e bibliográfico deste artigo limita a generalização imediata dos achados para cenários práticos diversos. Diante disso, recomenda-se que investigações futuras explorem empiricamente os impactos da gamificação em contextos delimitados, como na educação, na saúde e no trabalho. Conclui-se, portanto, que a transposição da lógica dos jogos para as esferas sociais configura uma poderosa ferramenta de influência, cuja expansão exige constante reflexão crítica e responsabilidade ética.

REFERÊNCIAS

ANDAYANI, Sri. The gamification of compliance: a critical analysis of ClassDojo and behavior apps as the modern educational panopticon. **International Journal of Education and Youth Development (IJEYD)**, Indonesia, v. 1, n. 3, p. 1-12, 2025. Disponível em: http://ijeyd.org/index.php/ijeyd/article/view/18. Acesso em: 23 abr. 2026.

BANDY, Jack; DIAKOPOULOS, Nicholas. Curating the "For You" feed: to what extent do algorithmic recommendations foster filter bubbles on TikTok? **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, v. 5, n. CSCW2, p. 1-28, 2021.

BLOG DUOLINGO. **O que é o Método Duolingo de ensino?** [*S. l.*]: Blog Duolingo, 2023. Disponível em: https://blog.duolingo.com/pt/o-metodo-duolingo/. Acesso em: 9 jun. 2026.

CHAPMAN, Christopher S.; CHUA, Wai Fong; FIEDLER, Tanja. Seduction as control: gamification at Foursquare. **Management Accounting Research**, v. 52, p. 1-16, 2021.

COHEN, Julie E. The surveillance-innovation complex: the irony of the participatory turn. *In*: GUYNN, A.; HESS, A. (org.). **Surveillance and society**. Georgetown: Georgetown University Press, 2014. p. 207-226.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. From game design elements to gamefulness: defining "gamification". *In*: INTERNATIONAL ACADEMIC MINDTREK CONFERENCE: ENVISIONING FUTURE MEDIA ENVIRONMENTS, 15., 2011. **Proceedings** [...]. New York: ACM, 2011. p. 9-15.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 1980.

INSTAGRAM. **An update on how Instagram works**. [*S. l.*]: Instagram Blog, 2023. Disponível em: https://about.instagram.com/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works. Acesso em: 10 jun. 2026.

NAVARRO, Guida. Gamificação: a transformação do conceito do termo jogo no contexto da pós-modernidade. **Biblioteca Latino-Americana de Cultura e Comunicação**, [*s. l.*], v. 1, n. 1, p. 1-26, 2013.

O'DONNELL, Casey. Getting played: gamification and the rise of algorithmic surveillance. **Surveillance & Society**, v. 12, n. 3, p. 349-356, 2014.

SCHRAPE, Niklas. Gamification and governmentality. *In*: FUCHS, Mathias; FIZEK, Sonia; RUFFINO, Paolo; SCHRAPE, Niklas (org.). **Rethinking gamification**. Lüneburg: meson press, 2014. p. 21-45.

TIKTOK. **How TikTok recommends videos #ForYou**. [*S. l.*]: TikTok Newsroom, 2020. Disponível em: https://newsroom.tiktok.com/how-tiktok-recommends-videos-for-you?lang=en. Acesso em: 10 jun. 2026.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. Oxford: Oxford University Press, 2013.

WAZE. **Ranking de classificação do Waze (leaderboard)**. [*S. l.*]: Waze, 2025. Disponível em: https://www.waze.com/discuss/t/ranking-de-classificacao-do-waze-leaderboard/365811. Acesso em: 9 jun. 2026.

WHITSON, Jennifer R. Foucault's Fitbit: governance and gamification. *In*: WALZ, S. P.; DETERDING, S. (org.). **The gameful world**: approaches, issues, applications. Cambridge: MIT Press, 2015. p. 321-352.

WOODCOCK, Jamie; JOHNSON, Mark R. Gamification: what it is, and how to fight it. **The Sociological Review**, v. 66, n. 3, p. 542-558, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

Os conceitos e as opiniões expressos neste artigo são de responsabilidade exclusiva de seus autores.