



Docência Gamificada: a plataformização do trabalho docente e a competitividade no contexto da Superprofⁱ

Gamified Teaching: the platformization of teaching work and competitiveness in the context of Superprof

Maura Jeisper Fernandes Vieira

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre/RS - Brasil

Dimitrius Gonçalves Machado

Universidade Luterana do Brasil (Ulbra)
Porto Alegre/RS - Brasil

Cristianne Maria Famer Rocha

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre/RS - Brasil

Resumo

Gamificação é uma estratégia que utiliza elementos de jogos para motivar e engajar pessoas. No trabalho docente, a *plataformização* – processo no qual a vida se desenvolve a partir de plataformas digitais - tem reconfigurado práticas educacionais em um contexto de crescente inserção de tecnologias digitais. Este artigo tem como objetivo analisar como a *gamificação* é utilizada na *Superprof* para destacar professores e intensificar a lógica de competição. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa em que foram examinados 39 perfis de professores(as) da região de Porto Alegre, considerando avaliações, status e estratégias discursivas. Os resultados indicam que a *gamificação* reforça a lógica de mercado, naturalizando a precarização do trabalho e ressalta importância de investigações críticas que problematizem suas implicações éticas e pedagógicas.

Palavras-chave: Gamificação; Plataformização; Trabalho Docente.

Abstract

Gamification is a strategy that employs game elements to motivate and engage individuals. In teaching work, platformization – the process through which life unfolds through digital platforms – has reshaped educational practices amidst a growing integration of digital technologies. This article aims to analyze how gamification is utilized on Superprof to highlight teachers and intensify the logic of competition. To this end, a qualitative research study was conducted, examining 39 teacher profiles in the Porto Alegre region, considering evaluations, status, and discursive strategies. The results indicate that gamification reinforces market logic, naturalizing the precariousness of work and underscores the importance of critical investigations that problematize its ethical and pedagogical implications.

Keywords: Gamification; Platformization; Teaching Work.

Introdução

A crescente integração de tecnologias digitais em múltiplas esferas da vida cotidiana tem transformado radicalmente as relações sociais, econômicas e profissionais. No campo da Educação, esse cenário é amplificado pela ascensão de plataformas digitais que reorganizam o trabalho docente em termos de lógica de mercado e competição, um processo amplamente associado à racionalidade neoliberal, a partir de Pierre Dardot e Christian Laval (2016). Entre essas plataformas, a *Superprof* se destaca como uma plataforma global que conecta professores e alunos, reconfigurando práticas educacionais e subjetividades profissionais por meio de recursos *gamificados*.

Sob essa perspectiva, a *gamificação*, entendida como a aplicação de elementos e mecânicas de jogos em contextos não relacionados a jogos (Deterding et al., 2011), emerge como um elemento central na dinâmica de diferenciação e competitividade entre professores(as) que buscam visibilidade e reconhecimento nas plataformas. Essa realidade suscita questões fundamentais sobre como a *gamificação* molda o trabalho docente e potencializa a precarização em contextos digitais.

Diante disso, este artigo busca analisar como a *gamificação* é utilizada na *Superprof* para destacar professores e intensificar a lógica de competição. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa sobre a *plataformização* do trabalho docente, embasada nos estudos foucaultianos de vertente pós-estruturalista e no conceito de racionalidade neoliberal (Dardot; Laval, 2016). Pretende-se, com estas análises, compreender alguns dos efeitos da *gamificação* no campo educacional, mas também abrir caminho para reflexões mais amplas sobre as disputados em torno dela e suas implicações para o trabalho e as práticas docentes.

Referencial Teórico

O crescimento constante da força da internet – sobretudo das mídias digitais – e do neoliberalismo, sustentado em uma economia de constante financeirização e *plataformização*, é uma marca das sociedades contemporâneas. Compreendemos o neoliberalismo não como forma econômica ou ideologia e, sim, como “um conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência” (Dardot; Laval, 2016, p. 17). Nesse sentido, o neoliberalismo – como um novo modo de governo, sustentado pelas leis do mercado – se

traduz em uma “lógica normativa generalizada, desde o Estado até o mais íntimo da subjetividade” (Dardot; Laval, 2016, p. 34).

Desse modo, o neoliberalismo passa a ser um modo de vida regido pelo mercado e produzido como uma empresa a partir da concorrência, da financeirização e da dívida, atravessando, cada dia mais, todos os âmbitos de nossas vidas, desde as relações mais pessoais até uma reorganização do Estado. Como aponta Wendy Brown (2019), o neoliberalismo também atua como

[...] um conjunto de políticas que privatizam a propriedade e serviços públicos, reduzem radicalmente o Estado social, amordaçam o trabalho, desregulam o capital e produzem um clima de impostos e tarifas amigáveis para investidores estrangeiros (p. 29).

E é nessa perspectiva que, nas últimas duas décadas no Brasil, há um processo de dissolução de diversas leis trabalhistas ligadas às condições de trabalho. Alguns pontos são centrais para olhar essa questão, como o aumento do desemprego, a diminuição da renda, a ampliação das possibilidades de terceirização e, portanto, o enfraquecimento do emprego assegurado pela antiga Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) (Brasil, 1943)ⁱⁱ. Estas condições foram – e seguem sendo - cruciais para a emergência de trabalhos mediados por plataformas digitais e trabalhadores atuando como empresários de si mesmo nessas plataformas. Assim, o sujeito é capturado e convencido pela discursividade neoliberal a ser um empreendedor que precisa fazer a autogestão do tempo e a se empenhar ao máximo possível, pois somente quem o faz, merece as benesses advindas (Sandel, 2020). Nesse empresariamento, ocorre também a precarização que

[...] não é só a perda do trabalho formal e dos salários, mas também o efeito de fragmentação e da pulverização das relações trabalhistas, o rompimento do vínculo entre trabalhador e território. Afinal, o(a) trabalhador cognitivo, não precisa estar ligado a um lugar; sua atividade pode ser distribuída ao longo de um território sem fisicalidade (Berardi, 2020, p.65).

Diante disso, compreendemos que há um movimento de constante precarização das condições de trabalho de um número cada vez maior de áreas e profissões. E é focando nesse aspecto que consideramos relevante diferenciar a relação entre precarização e *plataformização* do trabalho e a problematização que vem sendo feita em torno do processo de *uberização* do trabalho.

A *plataformização* do trabalho pode ser compreendida como a introjeção de plataformas digitais ligadas aos ecossistemas da internet e aplicativos nas formas contemporâneas de trabalho, processo esse que produz tanto outras formas de trabalho como também outras formas de extração de valor do trabalho (Grohmann, 2020). Já a *uberização* do trabalho é uma forma de organização e controle que, mediada por plataformas, produz modos de precarização (Abílio, 2020b). Assim, podemos dizer que todo trabalho *uberizado* é precário e *plataformizado*, mas nem todo trabalho *plataformizado* é precário.

Conforme apontado, as formas de trabalho vêm se transformando e sendo precarizadas em um contexto marcado pelo imperativo do empreendedorismo, no qual a *uberização* se configura como uma das expressões mais evidentes, especialmente no setor de serviços. No entanto, como destaca Ludmila Costhek Abílio (2020a), esse fenômeno apresenta um potencial universal, transcendente às especificidades desse setor. Durante nossa análise, emergiu um aspecto crucial que, conforme discute Rafael Grohmann (2020), torna-se cada vez mais relevante nos processos de *plataformização* do trabalho no neoliberalismo contemporâneo: a *gamificação*. Esse mecanismo utiliza elementos lúdicos para engajar os perfis, ao mesmo tempo em que busca otimizar a interação com os algoritmosⁱⁱⁱ das plataformas, promovendo maior visibilidade e competitividade. Nesse cenário, “a gestão algorítmica do trabalho emerge como elemento central da *plataformização*, articulando a *dataficação*^{iv} e a racionalidade neoliberal para sustentar modos de acumulação capitalista enquanto molda subjetividades profissionais” (Grohmann, 2020, p. 107).

Se em algum momento as tecnologias digitais foram concebidas como uma possibilidade de promover maior autonomia e uma reelaboração das relações de trabalho, é dentro da racionalidade neoliberal que essas possibilidades foram capturadas e reconfiguradas. Nesse contexto, as tecnologias passaram a operar como instrumentos alinhados à lógica de mercado, moldando práticas e subjetividades em consonância com a crença de que “as inovações tecnológicas não apenas resolveriam todos os problemas, mas, mais importante, a tendência de identificar todas as situações e estados possíveis como problemas que precisam ser resolvidos” (Schrape, 2014, p. 37). Assim, a promessa inicial de emancipação, através das tecnologias, foi substituída por uma instrumentalização que reforça relações de controle e subordinação.

Com o fortalecimento do neoliberalismo, a partir da década de 1970, emergiram estratégias voltadas para a produção de sujeitos mais governáveis, conforme analisa Grégoire Chamayou (2020). Esse movimento gerou uma pluralidade de dispositivos de governo e gestão, que buscam alinhar indivíduos às demandas do mercado e das instituições. Nesse cenário, tecnologias digitais deixaram de ser consideradas apenas como ferramentas neutras para se tornarem parte de um sistema mais amplo de controle e modulação comportamental.

É nesse cruzamento entre a racionalidade neoliberal e as estratégias de gestão que a *gamificação* se insere criticamente. Como apontado por Renata Couto de Oliveira (2021), a *gamificação* funciona como uma ferramenta de gestão, controle e subordinação do trabalho. Longe de ser apenas um recurso lúdico, ela opera como um instrumento que molda as práticas laborais, convertendo o engajamento em uma forma de gerenciamento que alinha os sujeitos às expectativas de desempenho, produtividade e competitividade, exigidas por esse modelo de sociedade.

De acordo com Jamie Woodcock e Mark Johnson (2023), a *gamificação* é um conceito que vem ganhando popularidade e, tradicionalmente, propõe a reestruturação de algo — neste caso, o trabalho — com base nos sistemas e métricas extraídas de jogos. Os autores destacam uma dupla problemática nesse processo, relacionada à naturalização das ações interpeladas pela *gamificação*: por um lado, há a normalização crescente da necessidade de *gamificar*, que populariza ainda mais a suposta obrigatoriedade de sua aplicação; por outro, ocorre a naturalização do próprio significado de jogo. Essa reflexão levanta uma questão central: se é possível, ou até necessário, reestruturar comportamentos a partir dos sistemas e métricas de jogos, de quais jogos estamos falando?

Esses incômodos nos incitam a desnaturalizar o que parece tão “natural”, pois, como diz Thomas Popkewitz (2008, p. 199), "quando se faz as ações dos indivíduos aparecerem como naturais, existe uma tendência a perder de vista a forma como agendas e categorias que definem oposições são historicamente formadas. Os sistemas de relevância são tomados como dados".

Inês Hennigen e Matheus Foletto (2023) afirmam que a *gamificação* faz uso de características, funcionalidades e mecânicas que são próprias de jogos para aumentar o engajamento^v e o desempenho. Mais uma vez: de que jogos estamos falando? Será que fazer uso do Xadrez, do Pega-pega ou da Mancala seria interessante para a *gamificação* do trabalho?

Docência Gamificada: a plataformação do trabalho docente e a competitividade no contexto da Superprof

Como apontam Hennigen e Foletto (2023), o que a *gamificação* vem buscando é inserir os sujeitos envolvidos no processo em uma experiência que funcione com uma jornada. Uma inserção em um mundo que crie nos usuários – trabalhadores e consumidores – uma satisfação e vontade de participar cada vez mais do “jogo”. Um jogo ou um mundo regido pelo mercado, em que os jogadores precisam investir – financeiramente e em si mesmo –, se endividar e produzir lucro de uma maneira que substitua as antigas formas de vigilância por formas cada vez mais lúdicas e imperceptíveis (Woodcock; Johson, 2023).

Assim, a *gamificação* surge como uma estratégia que vai além de um recurso lúdico para engajamento. Conforme argumentam Hennigen e Foletto (2023), “elementos de jogos são estrategicamente empregados para produzir sujeitos alinhados à lógica neoliberal, utilizando narrativas de empoderamento e diversão para naturalizar práticas de controle e precarização” (p. 198). Esse movimento demonstra como a *gamificação* transcende o mero aspecto técnico, configurando-se como uma ferramenta que organiza práticas e subjetividades em função de interesses mercadológicos, mantendo opacos os processos de vigilância e *algoritmização*, bem como a exploração assentada sob a discursividade da inovação.

Na *Superprof* – “uma plataforma que ajuda professores e alunos a se encontrarem” (Superprof, 2024) -, essa estratégia se manifesta de forma direta ao transformar a prática docente em um jogo competitivo. O ambiente virtual da plataforma estrutura-se em torno de ranqueamentos, avaliações e *feedbacks* que incentivam os professores a competirem entre si, para ganharem visibilidade e atraírem mais alunos. Esse processo, como observado por Oliveira (2021), “promove o engajamento ao transformar o trabalho em um jogo competitivo, utilizando recompensas como distintivos virtuais e ranqueamentos para intensificar a vigilância e a exploração no contexto das plataformas digitais” (p. 3). Nesse sentido, a *gamificação* opera como um mecanismo que simultaneamente engaja e submete, ao criar uma dinâmica de competição contínua que desloca o foco do trabalho docente para uma lógica de produtividade algorítmica.

Tal estrutura não apenas intensifica a precarização do trabalho, mas também reforça as hierarquias tecnológicas e sociais, posicionando os professores como empreendedores de si mesmos (Foucault, 2008), dependentes de seu desempenho *gamificado*, para alcançar reconhecimento e sustento. Assim, ao analisar o impacto da *gamificação* na *Superprof*, é

possível vislumbrar como práticas neoliberais são reproduzidas, fortalecendo as desigualdades e as dinâmicas de controle que estruturam o trabalho docente em plataformas digitais.

Metodologia

Firmar aliança com os estudos foucaultianos, em uma perspectiva pós-estruturalista, é, mais do que usar certos autores, modificar o olhar e as perguntas que se faz diante do objeto pesquisado. Assim, ao “tratar tanto os discursos que articulam o que pensam, dizem e fazem, como os acontecimentos históricos” (Foucault, 2000, p.348), buscamos também entender como são produzidos sujeitos docentes em plataformas cada vez mais *gamificadas*. Dito isto, reiteramos o objetivo deste artigo que é analisar como a *gamificação* é utilizada na *Superprof* para destacar professores e intensificar a lógica de competição.

A plataforma *Superprof* é global e, de acordo com o site oficial atualmente conta com 29 milhões de professores cadastrado (*Superprof*, 2024). Seus serviços educacionais estão divididos em cinco categorias: Reforço escolar, Idiomas, Música, Esportes e Artes e lazer. O *slogan* da empresa incentiva o aluno a encontrar um “professor perfeito”, bem como apresenta características de como esse professor deve ser, o que nos dá importantes pistas acerca das discursividades que atravessam e produzem sujeitos docentes por meio dessa plataforma. Portanto, a escolha dessa plataforma como objeto de pesquisa se deu tanto por sua abrangência global, no mercado de serviços educacionais e processo de *uberização* docente, quanto por considerar um potente *lócus* de subjetivação.

Diante dessa escolha, foi feita a seleção dos materiais a partir da localização dos professores no buscador da plataforma na região da cidade de Porto Alegre, devido à proximidade com a instituição que a pesquisa está vinculada e à familiaridade com a região. Foram encontrados 39 anúncios de professores e, em seguida, foram elaborados quadros com as seguintes informações: número; nome; local; número de estrelas na avaliação da plataforma; comentários avaliativos; preço por hora-aula; tempo de resposta; quantidade de alunos já atendidos; formação informada pelo docente; descrição das aulas e metodologias; matéria que o professor oferece; língua que poderá ser ministrada a aula; nível de ensino que pode ser contemplado; pacote de vendas, caso haja alguma possibilidade de promoção na compra de mais de uma hora-aula; opção de atendimento online ou não; se oferece uma primeira aula grátis; e, *link* com o anúncio dos professores selecionados.

Com esses dados e informações, foi organizada uma planilha, de modo a dar destaque às discursividades e compreender o funcionamento das estratégias utilizadas, o que levou à organização da análise em dois eixos: 1) *Superprof: o marketplace para “encontrar o professor perfeito”*, e 2) *A venture builder do professor neoliberal*. Foram escolhidas, então, as produções discursivas que tratam diretamente do processo de *gamificação* do trabalho *uberizado*. Os excertos selecionados - e as discursividades produzidas - foram analisados a partir do referencial teórico-metodológico já indicado.

Resultados e Discussões

O funcionamento da plataforma *Superprof* dispõe de uma série de recursos concorrenciais, como a construção de uma vitrine de perfis, em que os professores são qualificados pelo número de estrelas que recebem. Os docentes, assim, são *ranqueados*^{vi} – isto é, classificados e hierarquizados –, de acordo com o número de estrelas que possuem: de uma a cinco. Dos 39 perfis analisados, trinta possuíam uma estrela e nove contavam com cinco estrelas.

Uma primeira observação relevante é que os professores na plataforma são classificados com base em apenas duas opções de avaliação em relação ao número de estrelas. Como aponta Oliveira (2021, p. 2), “cabe à empresa-aplicativo [ou plataforma digital] definir as regras do jogo”, destacando que essas regras não apenas moldam as interações, mas também determinam como os participantes competem. Para Tom Slee (2017, p. 179), “os sistemas de reputação são a grande inovação da economia do compartilhamento”. No entanto, essa confiança construída sobre classificações e reputações está sob o controle direto dos algoritmos das empresas de tecnologia, que podem ser facilmente ajustados ou manipulados, desde que os usuários estejam dispostos a pagar o preço estipulado por essas plataformas. Assim, o sistema de avaliação, mais do que promover confiança genuína, torna-se um mecanismo estratégico que reforça a lógica mercadológica e subordinada ao controle corporativo.

A categorização por *status* é um modo de reputação elaborado há mais tempo do que a construção das plataformas digitais, que busca, de alguma forma, selecionar certos sujeitos, com uma categoria especial. Os hotéis e os restaurantes são bons exemplos de empresas que desenvolveram estratégias de divulgação de sua reputação a partir de estrelas. Os cartões de crédito costumam definir as categorias com rótulos como *elite*, *platinum*, *gold*, *black* etc.

Porém, em ambos os exemplos, há agências reguladoras e/ou regras explícitas, o que não ocorre nos ranqueamentos de plataformas digitais, como a *Superprof*. Outra comparação que pode ser feita à categorização e hierarquização utilizada na plataforma - e também à estética do uso de estrelas e condecorações - é com a forma como os militares evidenciam suas patentes e premiações. Ainda que possa parecer muito distante, é importante dizer que a lógica dos jogos, bem como de muitas das metáforas empresariais, frequentemente se utiliza da guerra e, portanto, de léxicos e símbolos militares.

Na *Superprof*, a quantidade de estrelas, combinado a outros elementos pouco transparentes para quem frequenta a plataforma, delimita um *status* dividido entre Novato, Recomendado, Super Professor e Embaixador. Todos os trabalhadores que se cadastram na plataforma são inseridos como Novatos, no entanto, é possível subir de categoria rapidamente. Uma das formas para a ascensão é o preenchimento de cadastro com detalhes – elemento importante para que a empresa tenha mais dados de seus usuários – e obter avaliações, mesmo que não tenham sido dadas por alunos.

Há nesse ponto uma importante contradição que prejudica a confiança em um dos pilares da lógica *gamificada* da plataforma. Aos aluno-clientes, é informado que “*todas as avaliações são coletadas por nós [Superprof] e são 100% confiáveis*” (Superprof, 2022). Todavia, para o docente, a informação é diferente: ao se cadastrar na plataforma, o professor é incentivado a solicitar para a sua rede pessoal (pais, amigos, parentes) avaliações sobre suas aulas. Nestes casos, as avaliações acabam por perder sua utilidade principal: a imparcialidade necessária para que os discentes possam escolher um professor adequado e bem avaliado. Afinal, como questiona Slee (2017, p. 186), “porque confiaríamos numa reputação que foi comprada?”

No processo de elaboração desta pesquisa, foi feito o cadastro, de uma das pesquisadoras, como professora e ela recebeu o seguinte e-mail: “Você ainda não recebeu nenhuma recomendação. Peça à sua família, seus amigos, seus colegas ou a seus antigos alunos de te enviar uma mensagem de apoio, só levará alguns segundos” e afirma também que “*os alunos demonstram mais interesse pelos perfis com recomendações. [...] seus anúncios ficarão muito mais em evidência [sic]*” (Superprof, 2022).

Outro elemento, nessa mesma direção, é que a plataforma não monetiza^{vii} a partir de uma porcentagem dos serviços – como é comum em outros modelos de plataforma – e, sim,

Docência Gamificada: a plataformização do trabalho docente e a competitividade no contexto da Superprof

a partir de assinaturas mensais ou anuais de planos para os usuários. Para o trabalhador docente, a assinatura é uma das formas mais fáceis de subir de *status*, além da Superprof garantir que os assinantes terão maior visibilidade para os possíveis alunos, o que tem a chance de reverberar em um maior número de alunos. Trata-se de uma suposta chance maior, mas sem garantias.

Quatro dos 39 professores selecionados apresentam avaliações, mesmo que esteja informado no perfil que eles ainda não têm alunos. Apresentamos, a seguir, alguns excertos dessas avaliações:

Sem dúvida um dos melhores aluno/monitor da UFRGS e de alto rendimento. Demonstra segurança do que está ensinando e possui habilidades em transmitir o conteúdo ao aluno. Como pessoa, é de uma gentileza e paciência impecável. Tudo isso, faz diferença para que o aluno se sinta à vontade e tire dúvidas ou discuta questões (Superprof, 2022).

O professor é muito legal, ele dá aulas divertidas e gincanas então nos divertimos e aprendemos ao mesmo tempo. É um excelente professor! (Superprof, 2022).

Porque ele foi um dos meus melhores professores, é um profissional e tanto que sabe os momentos de brincar e de falar sério na sala de aula, seus trabalhos e provas são muito bem elaborados e só não consegue quem não presta atenção na aula, ele tem paciência para explicar (Superprof, 2022).

Nesse momento, temos mais pistas para questionar que tipo de jogo trata a *gamificação*. Na Superprof, trata-se de um jogo que tenha ranqueamento, *status*, níveis e um perfil pessoal. Nesse sentido, corroboramos com Hennigen e Foletto (2023, p. 211) ao afirmarem que, em plataformas digitais, em que o usuário é “engajado na busca de seus objetivos pessoais, a mecânica do *feedback* se torna bem importante para orientá-lo na ‘jornada que se inicia’”. Lembrando a interface de perfis de jogadores de RPG^{viii}” (grifo no original).

No mercado de entretenimento, os jogos digitais de RPG cresceram muito nas últimas décadas, passando a ser um dos mais populares jogos digitais. A estimativa global de lucro, apenas dos jogos digitais de RPG, é de 25 bilhões de dólares, podendo chegar a 42 bilhões, em 2029 (Mordor Intelligence, 2024). Como exemplo, podemos citar o jogo *Genshin Impact*, um dos maiores sucessos de mercado da atualidade que, em apenas três anos, arrecadou cinco bilhões de dólares (Magalhães, 2024).

Para responder a pergunta inicialmente feita a respeito da *gamificação* - de que jogos estamos falando? -, podemos dizer que um dos principais jogos utilizados para a lógica de *gamificar* os participantes é o RPG, um jogo no qual o jogador tem seu próprio perfil (na maioria das vezes, individualizado como um avatar), percorre uma jornada de aventura e diversão, enquanto cumpre missões, combates, guerras e acumula pontos que dão alguma vantagem de troca.

Importante ressaltar que não estamos julgando como prejudiciais os jogos de RPG. Afinal, suas complexidades são múltiplas e a construção de comunidades, coletivos e amizades é, por exemplo, parte constitutiva do gênero desse jogo. A questão é analisar como algumas das características desse gênero – como a individualização e a busca constante por resultados (estrelas ou condecorações) - são fundamentais para os jogadores contemporâneos que, imersos na racionalidade neoliberal, entram no “jogo” e fazem uso de todos os seus recursos, independentemente de estarem ou não se divertindo. Essa incitação da *gamificação* com estética leve e ligada ao entretenimento é

[...] corrente de diversão no âmbito das culturas e estudos dos jogos digitais, e apontam que ela implica uma visão não apenas apolítica, mas anti-política, o que salvaguarda não só os *games* calcados no entretenimento, mas a própria continuidade da lógica neoliberal (Hennigen; Foletto, 2023, p.215, grifo no original)

Nesse processo de individualização cada vez maior e na busca constante de prêmios para subir de nível, apresentar o próprio perfil como atento a essa necessidade passa a ser um diferencial. A seguir, é possível ver como os professores se apresentam na plataforma e explicitam o desejo de estarem bem colocados na “vitrine” da plataforma:

Minhas aulas são bem baseadas nas necessidades do aluno, tanto o material quanto a aula são personalizados (Superprof, 2022, n.p.).

Procuro individualizar as aulas conforme a facilidade do aluno. (Superprof, 2022, n.p.).

A ênfase na personalização das aulas e do material reflete uma tentativa de responder diretamente às expectativas dos alunos e pais, que buscam soluções educacionais adaptadas às suas necessidades específicas. Este discurso posiciona o professor como um prestador de serviços flexível, que valoriza a individualidade do aluno, um atributo frequentemente destacado em plataformas educacionais como forma de se diferenciar, em um mercado altamente competitivo (Vieira, 2023).

Docência Gamificada: a plataformização do trabalho docente e a competitividade no contexto da Superprof

A personalização, nesse contexto, é apresentada como uma estratégia que transcende a prática pedagógica, funcionando como uma forma de autopromoção voltada para o engajamento de potenciais alunos. Essa abordagem está alinhada à lógica do investimento no próprio capital humano, entendido como o conjunto de habilidades e competências que os indivíduos possuem e que podem gerar resultados (López-Ruiz, 2007). Nesse cenário, a capacidade de personalizar práticas docentes é não apenas um diferencial competitivo, mas também uma exigência mercadológica. O sucesso do docente é, assim, medido pela habilidade de adaptar-se às demandas específicas dos alunos, reforçando a competitividade e consolidando o investimento em si mesmo como um elemento central de atuação profissional.

Essa perspectiva de personalização conecta-se diretamente às demandas algorítmicas das plataformas digitais, como a *Superprof*, em que professores mais bem avaliados e procurados recebem maior visibilidade nos mecanismos de busca. Nessa lógica, o discurso de personalização não apenas atende às necessidades pedagógicas dos alunos, mas também se alinha à lógica de performance algorítmica, que valoriza e premia aqueles que conseguem moldar suas práticas para atender de forma eficaz às expectativas dos usuários. Dessa forma, a personalização torna-se uma estratégia tanto para a atração de alunos quanto para a manutenção da relevância do docente no ambiente competitivo das plataformas digitais. Afinal, como eles mesmo dizem (ou dizem deles):

Procuro abordar a matéria de forma lúdica, baseado, quando possível, nos interesses e vivências do aluno, sempre buscando que ele seja protagonista do aprendizado (Superprof, 2022, n.p.).

O professor é muito legal, ele dá aulas divertidas e gincanas então nos divertimos e aprendemos ao mesmo tempo. É um excelente professor! (Superprof, 2022).

A análise das discursividades presentes nos perfis da *Superprof* evidencia como os professores constroem discursos estratégicos para atrair alunos e destacar-se em um mercado educacional altamente competitivo. No primeiro excerto acima, o professor mostra um enfoque pedagógico centrado na personalização e na ludicidade. Essa abordagem busca conectar o aprendizado às experiências e interesses dos estudantes (Dewey, 1979), o que não apenas valoriza a singularidade de cada aluno, mas também se alinha às expectativas de um ensino que se deseja inovador e dinâmico no contemporâneo. O professor é apresentado

como um facilitador que adapta metodologias para promover o protagonismo discente. Tal prática reforça a ideia do docente como um mediador flexível e alinhado às demandas de um mercado educacional em constante transformação (Vieira et al., 2023).

No segundo excerto, é destacado o impacto relacional do professor, mostrando que a qualidade docente não é percebida apenas em termos técnicos, mas também em sua capacidade de criar ambientes divertidos e envolventes para os alunos. A menção às gincanas evidencia o uso de elementos *gamificados* como parte da prática pedagógica, funcionando como um recurso que conecta o aprendizado ao entretenimento e promove maior engajamento. Nesse contexto, destaca-se a presença de satisfação e diversão como fatores comportamentais e psicológicos que influenciam positivamente a experiência de aprendizado (Silva Neto et al., 2023). Além disso, essa abordagem reforça a necessidade de que os alunos – e, de maneira ampla, todos os envolvidos em processos formativos – participem proativamente do processo de aprendizado e desenvolvimento de habilidades, alinhando-se às expectativas de metodologias ativas que promovem maior autonomia e envolvimento por parte dos aprendizes (Silva, 2022).

Nesse sentido, é possível identificar uma intersecção entre pedagogia e mercantilização no contexto da plataformização do trabalho docente. Embora destacadas como estratégias eficazes para engajar os alunos, essas práticas também naturalizam as condições de precarização e intensificação do trabalho que as sustentam (Vieira, 2023). Dessa forma, as discursividades analisadas vão além de simples descrições de metodologias pedagógicas; elas funcionam como mecanismos que articulam a subjetividade docente à lógica neoliberal, presente no ambiente das plataformas digitais. Nesse contexto, os professores evidenciam, continuamente, seu engajamento à *gamificação* como uma estratégia de diferenciação e geração de valor para seu trabalho, reafirmando sua posição em meio à constante concorrência que caracteriza o mercado educacional das plataformas.

Nos excertos a seguir, os professores articulam esse engajamento com o que é apresentado como sendo suas competências para as aulas:

Dou aulas de inglês a [sic] 4 anos para todas as idades, a metodologia é adaptada a cada aluno. Brincadeira, vídeos e conversação são constantes nas aulas. Tenho especial afinidade com o ensino de crianças e adolescentes e com a gamificação da Aprendizagem (Superprof, 2022, n.p.).

As aulas são personalizadas e de acordo com a necessidade do aluno, primando por um aprendizado prazeroso e de forma comunicativa e desafiadora.

Docência Gamificada: a plataformização do trabalho docente e a competitividade no contexto da Superprof

Atividades lúdicas, jogos, histórias, imagens, canções, entre outros recursos são utilizados para auxiliar neste processo (Superprof, 2022, n.p.).

Nestes 18 anos na área da educação, atuei como professora titular nas disciplinas de história, geografia para ensino fundamental e médio, além sociologia e filosofia para o ensino médio. Realizei a criação de jogos para facilitar o aprendizado d geografia no ensino fundamental e vários projetos ligados ao estudo da história (Superprof, 2022, n.p.).

A partir da construção dessa análise, podemos compreender que ranqueamento, individualização e forma lúdica de agir (como parte do entretenimento) são elementos centrais para o que vem sendo reconhecido como “estética e/ou mecânica concernente aos *games*” (Hennigen; Foletto, 2023, p. 200), em um ambiente que remeta ao lazer e ao desfrute. Ao mesmo tempo, podemos afirmar que, capturados pela racionalidade neoliberal, não é qualquer jogo que é visto como útil ou adequado ao processo de *gamificação*. Afinal, como indica Renata Couto de Oliveira (2021, p. 2), o “objetivo mais imediato da *gamificação* é promover o engajamento de trabalhadores e consumidores por meio de desafios e competições baseados em desempenho e incentivos e, em decorrência disso, obter melhores resultados”.

Corroboramos também com Oliveira (2021) ao afirmar que a “*gamificação* se cristaliza por meio da *uberização* do trabalho”, pois compreendemos que essa forma de prestação de serviços por plataformas necessita conduzir os sujeitos de uma forma sutil e lúdica para que eles não sintam os “efeitos colaterais” de relações baseadas na precarização e na competição. A *gamificação*, então, funciona como uma maneira de naturalizar, a partir dos elementos lúdicos e de uma captura da atenção ligada ao entretenimento, as relações de trabalho e o empresariamento de si, enquanto busca apagar a visibilidade das relações de poder que as produzem.

A *gamificação*, por tudo isto, tem funcionado como um eufemismo das relações de trabalho, tratando tais relações e suas consequências de modo que pareçam ter menos impacto na vida das pessoas envolvidas. Nela, a reputação do trabalhador se reduz a um clique em uma estrela e, no caso das relações educacionais, a aprendizagem do aluno se reduz a uma aula personalizada e tratada da maneira mais divertida possível. Situações como essas, gradualmente, minam as relações entre aluno e professor, sendo apenas um serviço a ser prestado e uma série de cores, pontos, estrelas e níveis.

Considerações Finais

Diante das questões investigadas neste artigo, voltadas para compreensão da *gamificação*, inserida na lógica neoliberal, atravessada pela *plataformização* do trabalho docente na *Superprof*, foi possível identificar um cenário que reafirma as dinâmicas de precarização e competição no campo educacional. O objetivo de analisar como a *gamificação* é utilizada na *Superprof* para destacar professores e intensificar a lógica de competição foi desenvolvido a partir da análise de perfis docentes na plataforma, evidenciando como elementos típicos de jogos são mobilizados para *ranquear*, individualizar e tornar mais competitivas as práticas de ensino.

Os resultados mostram que a *gamificação* não se limita a estratégias de engajamento, mas atua como mecanismo de subjetivação e controle, naturalizando relações de trabalho precarizadas e gerando opacidade nas dinâmicas que as produzem. Essa perspectiva reforça a necessidade de questionar as implicações éticas e políticas da *gamificação* no trabalho docente - e em outros campos - mediado por plataformas digitais.

A pesquisa destaca a importância de aprofundar os estudos sobre a disputa de significados em torno da *gamificação*, compreendendo-a não apenas como um recurso técnico ou metodológico, mas como um fenômeno cultural e político que participa da reorganização das relações de trabalho. Nesse sentido, pensar alternativas que tensionem a lógica da *gamificação* no neoliberalismo se torna urgente, abrindo caminhos para práticas menos predatórias no campo educacional e precarizantes para o trabalho docente.

Referências

ABÍLIO, L. C. Breque no despotismo algorítmico: uberização, trabalho sob demanda e insubordinação. **Blog da Boitempo**. São Paulo, 30 jul. 2020. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2020/07/30/breque-no-despotismo-algoritmico-uberizacao-trabalho-sob-demanda-e-insubordinacao/>. Acesso em 30 jul. 2020a.

ABÍLIO, L. C. Plataformas digitais e uberização: a globalização de um Sul administrado? **Revista Contracampo**, v. 39, n. 1, p.12-26, 2020b.

BERARDI, F. **Asfixia**: capitalismo financeiro e a insurreição da linguagem. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

BONFIM JUNIOR, Edvaldo. M.R. do et al. RPG ONLINE: uma análise baseada na análise de redes semânticas de cliques. In: Simpósio Internacional de Inovação e Tecnologia (SIINTEC), 5., 2019, São Paulo. **Anais do V Simpósio Internacional de Inovação e Tecnologia**. São Paulo: Blucher, 2019, p. 722-729.

Docência Gamificada: a plataformização do trabalho docente e a competitividade no contexto da Superprof

BRASIL. **Decreto-Lei n.º 5.452, de 1º de maio de 1943**. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, Casa Civil, [1943]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm. Acesso em: 28 mar. 2025.

BRASIL. **Lei n.º 13.467, de 13 de julho de 2017**. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) para adequar a legislação às novas relações de trabalho. Diário Oficial da União, Brasília: Congresso Nacional, [2017]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13467.htm. Acesso em: 12 dez. 2024.

BROWN, W. **Nas ruínas do neoliberalismo**: a ascensão da política antidemocrática no Ocidente. São Paulo: Politeia, 2019.

CHAMAYOU, G. **A sociedade ingovernável**: uma genealogia do liberalismo autoritário. São Paulo: Ubu, 2020.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DETERDING, S. et al. Gamification: Toward a definition. In: Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning **Future Media Environments**. ACM, 2011, p. 9-15.

DEWEY, J. **Experiência e educação**. 3.ed. Tradução de Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

FOUCAULT, M. **A hermenêutica do sujeito**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FOUCAULT, M. **O nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FUTEMA, F. Um ano depois, reforma trabalhista não gera empregos esperados. **Veja**. Disponível em: <https://veja.gemabril.com.br/economia/um-ano-depois-reforma-trabalhista-nao-gera-empregos-esperados/>. Acesso em: 10 nov. 2018.

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. **Eptic**, v. 22, n. 1, p. 107-127, 2020.

HENNIGEN, I.; FOLETTO, M. D. A gamificação e o capitalismo de vigilância: transformações do trabalho e da subjetividade. **Revista Estudos Avançados**, v. 37, n. 107, p. 191-205, 2023.

LOGAP. Dataficação: o que é, qual sua importância e como aplicar na empresa em 6 etapas. **LogAp I.T. Solutions**. Lagoa Nova, 1 maio 2023. Disponível em: <https://logap.com.br/blog/dataficacao/#:~:text=O%2oque%20C3%A9%20datafica%C3%A7%C3%A3o?,de%20mercado%2C%20entre%20outros%20aspectos>. Acesso em: 7 dez. 2024.

LÓPEZ-RUIZ, O. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo:** capital humano e empreendedorismo como valores sociais. Rio de Janeiro: Azougue, 2007.

MAGALHÃES, B. **Genshin Impact já arrecadou 25 bilhões de reais em apenas 3 anos.** *TechTudo*, 05 fev. 2024. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2024/02/genshin-impact-ja-arrecadou-25-bilhoes-de-reais-em-apenas-3-anos-edjogos.ghml>. Acesso em: 12 dez. 2024.

MEDINA, M.; FERTIG, C. **Algoritmos e programação: teoria e prática.** São Paulo: Novatec Informática, 2005.

MONETIZE. In: **Dictionary.com.** Oakland, Dictionary Media Group. Disponível em: <https://www.dictionary.com/browse/monetize>. Acesso em: 12 dez. 2024.

MORDOR INTELLIGENCE. **RPG gaming market** - growth, trends, covid-19 impact, and forecasts (2024-2029). Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/rpg-gaming-market>. Acesso em: 12 dez. 2024.

OLIVEIRA, R. C. Gamificação e trabalho uberizado nas empresas-aplicativo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 61, n. 4, p. 1-10, 2021.

POPKEWITZ, T. S. **Cosmopolitanism and the age of school reform:** science, education, and making society by making the child. New York: Routledge, 2008.

Ranking. In: *DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus*, 2024. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/ranking/>. Acesso em: 12 dez. 2024.

SANDEL, M. **A tirania do mérito:** o que aconteceu com o bem comum? Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

SEBRAE. **Como promover o engajamento nas redes sociais.** *Portal Sebrae*, 30 ago. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-promover-o-engajamento-nas-redes-sociais,6606d5a0b0642810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=O%20engajamento%20do%20usu%C3%A1rio%20ocorre,em%20uma%20taxa%20de%20engajamento>. Acesso em: 7 dez. 2024.

SILVA, F. B. **Gamificação aplicada à transformação digital na administração pública.** Brasília: Fundação Escola Nacional de Administração Pública – ENAP, Diretoria de Desenvolvimento Profissional, 2022.

SILVA NETO, José Silvino da et al. Revisão sistemática da literatura sobre gamificação, satisfação e diversão na educação. **Revista Brasileira de Informática na Educação (RBIE)**, v. 31, n. 3, p. 449-479, out. 2023.

SCHRAPE, N. Gamification and governmentality. In: FIZEK, S.; FUCHS, M.; RUFFINO, P.; SCHRAPE, N. (eds.). **Rethinking Gamification.** Lüneburg: Meson Press, 2014. p. 21-38.

SLEE, T. **Uberização**: a nova onda do trabalho precarizado. São Paulo: Elefante, 2017.

SUPERPROF. Quem somos. Disponível em: <https://www.superprof.com.br/quem-somos.html>. Acesso em: 12 dez. 2024.

SUPERPROF. Perfis de professores na plataforma. Disponível em: <https://www.superprof.com.br>. Acesso em: 14 ago. 2022.

WOODCOCK, J.; JOHNSON, M. R. Gamificação: o que é e como lutar contra ela. **Revista Eco-Pós**, v. 26, n. 2, p. 107–137, 2023. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28179. Acesso em: 28 mar. 2026.

VIEIRA, M. J. F. **Uberização do Trabalho Docente: novos dilemas para velhos problemas**. 2023. 182f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/289840/001167856.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso: 27 mar. 2026.

VIEIRA, M. J. F.; BRITES, L. S.; ROLLO, R. M.; ROCHA, C. M. F. Neoprofessor: um sujeito com o mindset neoliberal. **Revista Textura**, v. 25, n. 64, p. 487-507, out./dez. 2023. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/7779/4820>. Acesso em: 27 mar. 2026.

Notas

ⁱ Artigo científico oriundo da pesquisa de mestrado sem financiamento.

ⁱⁱ Uma das condições de possibilidade para a *uberização* do trabalho no Brasil foi a aprovação/implementação Reforma Trabalhista, aprovada em 2017, que flexibilizou os direitos trabalhistas presentes na CLT (Brasil, 2017). A Reforma teve sua promulgação marcada por uma promessa de redução do desemprego, entretanto, “a medida elevou a contratação de temporários, terceirizados e intermitentes, enfraqueceu os sindicatos e fez cair o número de ações da justiça do trabalho” (Futema, 2018, p.1), o que tanto intensificou o imperativo de um empreendedorismo ligado à mera sobrevivência como também naturalizou a precarização do trabalho.

ⁱⁱⁱ Algoritmo é um termo da matemática que corresponde a um procedimento passo a passo para a solução de um problema. Uma sequência detalhada de ações a serem executadas para realizar alguma tarefa. Inserida dentro da computação, os algoritmos são utilizados para fazer a melhor gestão dos dados (Medina; Fertig, 2005).

^{iv} dataficação refere-se ao processo de converter várias formas de informações, como comportamento humano, objetos físicos ou processos de negócios, em dados digitais que podem ser analisados e usados para diversos fins. Envolve o uso de tecnologia para coletar, armazenar e analisar vastas quantidades de dados, transformando-os em informações valiosas que podem orientar a tomada de decisões e melhorar o desempenho (LogAp, 2023).

^v O engajamento do usuário ocorre quando ele realiza ativamente uma ação com um conteúdo em uma rede social, o que pode acontecer por meio de um clique, um comentário, uma curtida, entre outras. Essa ação é metrificada em relação ao alcance do post ou ao número de seguidores, em uma taxa de engajamento (Sebrae, 2022).

^{vi} Conceito oriundo de ranking que se trata da classificação que ordenadamente segue alguns critérios específicos (Ranking, 2024)

^{vii} Monetizar refere-se ao processo de transformar uma atividade, serviço ou recurso em uma fonte de receita financeira. No contexto digital, o termo é frequentemente utilizado para descrever como plataformas, aplicativos e criadores de conteúdo geram renda a partir de seus produtos ou serviços por meio de anúncios, assinaturas ou outras estratégias comerciais (Monetize, 2024).

^{viii} O *Role Playing Game* (RPG) online, é um jogo de interpretação de papéis por meio da internet, que promove interação entre os jogadores semelhante àquela promovida pelas redes sociais (Bonfim Junior et al., 2019).

Sobre os autores

Maura Jeisper Fernandes Vieira

Doutoranda em Educação pela UFRGS, Mestra em Educação pela UFRGS, Graduada em Pedagogia pelo Instituto Nacional de Educação de Surdos (INES).

E-mail: maurajeisper@gmail.com.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7590-9903>.

Dimitrius Gonçalves Machado

Doutorando em Educação pela Universidade Luterana do Brasil. Mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Graduado em Licenciatura em Música pelo Centro Metodista Instituto Porto Alegre. Graduado em Licenciatura em Filosofia pela Uninter. Pesquisa nas áreas de Estudos Culturais e estudos foucaultianos em Educação.

E-mail: dimigm13@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8516-1334>

Cristianne Maria Famer Machado

Professora Associada da Escola de Enfermagem e de Saúde Coletiva da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Doutora e Mestra em Educação pela UFRGS.

E-mail: cristianne.rocha@ufrgs.br.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3281-2911>

Recebido em: 05/05/2025

Aceito para publicação em: 02/04/2026