

*“Sou uma placa fotográfica prolixamente impressionável.
Nunca me esqueço de que sinto.”*

Fernando Pessoa

Gamificação da vida

Se o mundo contemporâneo tem um endereço que para muitos pode ser considerado a Meca da modernidade, ele está localizado nos EUA. Mais precisamente no Vale do Silício.

Nada mais natural. Vivemos sob a égide de valores americanos. A aceleração da competitividade, decorrência da globalização, da revolução tecnológica e da chegada do novo ambiente digital, que nos conectou a todos, vem acompanhada de atributos e paradigmas que materializam este admirável mundo novo e esta cultura em particular: competitividade (predatória), inovação (compulsiva), obsolescência (crônica), eficiência (deshumana) e foco (nos resultados econômicos).

O mundo digital e tudo o que êle vem revolucionar está apenas começando. No mapa do design e da inovação começam a surgir novos vocábulos ou siglas (nada mais americano) que não entraram ainda no mundo do cidadão comum, mas que já estão ficando obsoletas, na mesma velocidade da tecnologia, para os nerds do mundo digital: UX (User Experience), UI (User Interface), IoT (Internet of Things) são algumas das novas disciplinas que nascem com a revolução digital e que se apresentam para o Designer como novos territórios de competências e potenciais a serem desbravados.

O mundo físico está se desmaterializando e virtualizando/digitalizando. Basta ver o quanto de design industrial (desenhar botões, por exemplo) existia antes no design de um telefone e o quanto isso hoje virou design gráfico e design de interface (os botões são ícones). Ou o crescimento das telas e displays nos mesmos aparelhos, mais espaço para o design gráfico.

E esta digitalização precisa que alguém dê forma, funcionalidade e humanização a este novo ambiente virtual e imaterial. Tratam-se de decisões prioritariamente funcionais mas não só, porque está em jogo recondicionar e transferir a experiência sensível e estética do mundo real para o mundo virtual, preservando ou recriando o mundo sensível. Um território onde a visão ganha ainda mais poder em relação aos demais sentidos, seguida pela audição (lembre-se, por exemplo, do que é hoje mandar um email e ouvir aquele som de algo em movimento, de *deslocamento no mundo físico*, que simula o mundo real e confirma que algo se deslocou e foi endereçado a seu destino, com velocidade, o grande paradigma da modernidade).

No meio dessa revolução, até o universo lúdico infantil, aquele que molda as futuras gerações e portanto nosso futuro, está em processo de mutação acelerada. Todo

fabricante de brinquedos - nosso primeiro instrumento lúdico de trabalho e exercício da fantasia e da imaginação - sabe hoje que a criança brinca no mundo real apenas até o momento em que possa interagir com uma interface, e aí...adeus experiência sensível do mundo...E esse tempo só encurta, restando ao segmento o desafio de sobreviver do que é denominado “primeira infância”. A partir daí, a criança já vai se “educando” para o “mundo adulto”, virtual e mais intelectual que sensível.

Esse adulto, na contramão desse movimento, ou por consequência dele, acaba por estender seu tempo-criança e se dedicar por mais tempo à atividade lúdica proporcionada pelos games. Quem não tem um amigo que, pra relaxar, depois da dura batalha, chega em casa e vai se prostrar diante de uma tv e se entregar ao mundo das guerras simbólicas, das mortes e das vidas, da violência higienizada, do mudar de fases e avançar...Até o personagem Frank Underwood (Kevin Spacey) da série House of Cards, Presidente dos EUA, relaxa assim...(nada mais americano, novamente).

A entrega ao universo e à lógica dos games acabou por contaminar o mundo corporativo e a vida em geral. “Gamificação” passou a ser uma ferramenta de educação e um mantra a integrar o dicionário dos gestores de pessoas e empresas. E essa nova manifestação da síndrome de Peter Pan parece ser a válvula de escape para este sujeito pressionado por planilhas de resultados e performance, que cresce e sobrevive nas corporações sendo “adulto” de dia, mas relaxa “brincando” e matando zumbis em casa à noite.

Assim, se vivemos pressionados pela competitividade acelerada e em busca das válvulas de escape lúdicas, que acabam por contaminar nossa experiência de mundo e o que a gente chama de “vida” com a lógica das “fases” dos games, é bom lembrar que, na vida real, o jogo tem apenas um “game over”. E que cada momento dessa trajetória é mais que uma fase a ser superada. É sim uma verdadeira graça a ser celebrada e saboreada por todos os sentidos, junto com aqueles que nos acompanham e inspiram, transformando o vivido numa experiência estética e ética de iluminação e celebração do prazer, em todas as suas dimensões.

Ronald Kapaz@ Junho de 2015