

Seja um investidor: plataformas financeiras, gamificação e produção de subjetividade

Ser inversor: plataformas financieras, gamificación y producción de subjetividad

Be an investor: financial platforms, gamification and subjectivity production

Inês Hennigen

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

ORCID: 0000-0002-0973-5973

E-mail: ineshennigen@gmail.com

Matheus Dalazen Foletto

Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Bagé - RS/Brasil

ORCID: 0000-0001-9220-9415

E-mail: m.d.foletto@gmail.com

Resumo

Análises têm relacionado a crescente desigualdade socioeconômica, no âmbito do capitalismo neoliberal, ao processo de financeirização. Visto sua importância para traçar diagnósticos do presente, desenvolvemos pesquisa que objetiva conhecer modos de subjetivação conexos ao que chamamos dispositivo da financeirização, constituído por elementos heterogêneos; neste artigo enfocamos plataformas financeiras digitais que incitam à prática do investimento. Utilizamos o método da cartografia atentando a linhas de enunciação e visibilidade (saber), força (poder) e subjetivação na análise de sites e aplicativos de sete instituições (Robinhood, Warren, C6 Bank, Banco Inter, Rico, Itaú/íon e Nubank/NuInvest), cuja formatação e operação remetem à gamificação. Constatamos que elementos relativos a certas dinâmicas, mecânicas e componentes dos games se compõem estrategicamente para produzir um sujeito investidor: narrativas apresentam as plataformas como parceiras que tudo simplificam para oportunizar que todos, mesmo com pouco dinheiro (R\$ 30,00), possam começar uma jornada no universo dos investimentos, meio para prosperar e realizar sonhos; dicas e matérias, em formato enxuto, funcionam como desafios para clientes explorarem e inserirem-se mais neste mercado; são mobilizadas emoções, como diversão – pelo design lúdico e aproximação a formas de entretenimento –, destemor e empoderamento – com ditos como “#SemMedoDaBolsa” e o paradoxal “combatemos a complexidade para empoderar as pessoas” –, para revestir a prática com descontração e segurança. Discutimos a produção de sujeitos instalados no “raso do saber-poder”, a normalização e despolitização da prática, e abrimos questões quanto ao sentido estratégico de convocar todos a pertencer, se identificar e, assim, respaldar quaisquer ganhos neste mercado.

Palavras-chaves: Subjetividade; Gamificação; Plataformas digitais; Financeirização.

Resumen

Estudios han relacionado la creciente desigualdad socioeconómica, en el ámbito del capitalismo neoliberal, con el proceso de financiarización. Considerando su importancia para trazar diagnósticos del presente, desarrollamos una investigación que tiene como objetivo conocer modos de subjetivación conectados a lo que llamamos el dispositivo de financiarización, constituido por elementos heterogéneos; en este artículo nos enfocamos en las plataformas financieras digitales que fomentan la práctica de invertir. Utilizamos el método de la cartografía, prestando atención a las líneas de enunciación y visibilidad (saber), fuerza (poder) y subjetivación en el análisis de sitios web y aplicaciones de siete instituciones (Robinhood, Warren, C6 Bank,

Banco Inter, Rico, Itaú/íon y Nubank /NuInvest), cuyo formato y funcionamiento hacen referencia a la gamificación. Constatamos que elementos relacionados con ciertas dinámicas, mecánicas y componentes del juego están estratégicamente compuestos para producir un sujeto inversor: las narrativas presentan las plataformas como compañeros que simplifican todo para dar oportunidades para todos, incluso con poco dinero (R\$ 30,00), para iniciar un camino al mundo de las inversiones, un medio para prosperar y hacer realidad los sueños; consejos y artículos, en formato corto, sirven como desafíos para que los clientes exploren e inserten más en este mercado; se movilizan emociones como la diversión – a través del diseño lúdico y el acercamiento a las formas de entretenimiento–, la intrepidez y el

empoderamiento – con dichos como “#SinMiedoLaBolsa” y el paradójico “luchamos contra la complejidad para empoderar a las personas” –, para abarcar la práctica con relajación y seguridad. Discutimos la producción de sujetos instalados en la “superficie del saber-poder”, la normalización y despolitización de la práctica, y abrimos interrogantes sobre el sentido estratégico de invitar a todos a pertenecer, identificarse y, así, sustentar cualquier ganancia en este mercado.

Palabras clave: Subjetividad; Gamificación; Plataformas digitales; Financiarización.

Abstract

Analyses have been related the increased socioeconomic inequality, within the context of neoliberal capitalism, to the process of financialization. Considering its importance to draw diagnoses of the present, we developed research that aims to know modes of subjectivation connected to what we call the financialization dispositive, constituted by heterogeneous elements; in this article, we focus on digital financial platforms that encourage the practice of investing. We used the cartography method, paying attention to lines of enunciation and visibility (knowledge), strength (power) and subjectivation in the

analysis of websites and applications of seven institutions (Robinhood, Warren, C6 Bank, Banco Inter, Rico, Itaú/Íon and Nubank /NuInvest), whose formatting and operation refer to gamification. We found that elements related to certain dynamics, mechanics and game components are strategically composed to produce an investor subject. Narratives present the platforms as partners that simplify everything to provide opportunities for everyone, even with little money (R\$ 30,00), to start a journey into the world of investments, a way to prosper and make dreams come true. Tips and articles, in a short format, serve as challenges for clients to explore and insert themselves more in this market. Emotions are mobilized, such as fun – through playful design and approach to forms of entertainment –, fearlessness and empowerment – with sayings like “#NoFearOfTheStockMarket” and the paradoxical “we fight complexity to empower people” –, to assign relaxation and safety to the practice. We discuss the production of subjects installed in the “shallows of knowledge-power”, the normalization and depoliticization of this practice, and we open questions about the strategic signification of inviting everyone to belong, identify themselves and, thus, support any gains in this market.

Keywords: Subjectivity; Gamification; Digital platforms; Financialization.

Introdução

Atualmente, em nosso cotidiano, inter cruzam-se, de algum modo, tecnologias sofisticadas e precarização das condições de vida, *glamour* exibido nas redes sociais e violências de toda ordem a incidir mais sobre certos corpos, enfim, uma miríade de práticas, políticas, objetos técnicos, discursos e imagens nos atravessam, incitam, afetam. Como nos subjetivamos? O que nos captura, como resistir, criar e sustentar modos potentes de existir? Conjuntura e interrogações que levam à constatação da complexidade do nosso tempo, seus paradoxos, as profundas desigualdades sociais e, assim, sinalizam desafios postos a quem produz conhecimentos e atua no campo da psicologia.

Em vista disso, entendemos ser fundamental fazer diagnósticos do presente (Foucault, 2011), compreender processos que transversalizam diferentes âmbitos da vida, que nos impactam e subjetivam, muitas vezes sem nos apercebermos. Neste sentido, temos realizado pesquisas em uma esfera ainda pouco

investigada, interface entre psicologia e economia, mas que se compõe com saberes e fazeres de uma série de outras áreas; buscamos conhecer, visibilizar e problematizar implicações subjetivas do que tem sido identificado como capitalismo neoliberal financeirizado. Assim sendo, desenvolvemos pesquisa que objetiva conhecer modos de subjetivação conexos ao que chamamos dispositivo da financeirização, constituído por elementos heterogêneos. Neste artigo, enfocamos análise de plataformas financeiras digitais que incitam à prática do investimento. Em função da especificidade de nossa pesquisa, inicialmente trazemos algumas concepções e contextualizações.

O regime capitalístico transmuta-se para seguir se expandindo, sendo “o modo de subjetivação que nele se produz o que lhe confere sua consistência existencial, sem a qual ele não se sustentaria” (Rolnik, 2018, p. 35). Análises (Dowbor, 2017; Lazzarato, 2017; Piketty, 2014) têm mostrado que, com a financeirização – proeminência do papel e

poder do capital financeiro na esfera econômica e política¹ –, encontramos-nos em uma espiral crescente de precarização das condições de vida da imensa maioria da população (o chamado 99%), cuja contraparte é o incremento desenfreado do lucro, renda e patrimônio dos pouquíssimos detentores da riqueza mundial (o 1%), desigualdade econômico-político-social que a pandemia de Covid-19 só fez aumentar (Oxfam, 2022).

O capitalismo financeirizado não constitui degenerescência em relação ao industrial e comercial, só realça o essencial da dinâmica do capital, “a do dinheiro que, apropriando-se de toda forma de valor, autovaloriza-se”, pontua Lazzarato (2017, p. 201). Para o autor, entramos em uma sequência de dominação do capital financeiro a partir dos anos 1970, com a sociedade e o planeta inteiro se reconfigurando, rumo ao ocaso do período keynesiano-fordista, quando floresceu o Estado de Bem-Estar Social, dito forma de minimizar as consequências da exploração capitalista.

A financeirização se desenvolveu *pari passu* com o neoliberalismo, em estreita articulação, o que está sendo gradativamente compreendido e explicitado. Esse vem sendo estudado há décadas: o curso “Nascimento da biopolítica”, de Michel Foucault, referência para a discussão da racionalidade neoliberal em diversos campos, é de 1979. Por outro lado, foi com a crise das hipotecas *subprime*, que eclodiu em 2007 nos Estados Unidos com efeitos a varrer o mundo, que novas análises passaram a focar, a partir de diferentes perspectivas e com tom mais crítico, a emergência e expansão da financeirização, seus processos, estratégias operacionais, as variadas e severas implicações econômicas, políticas,

sociais e ambientais, e também a vislumbrar resistências possíveis.

Em nota à nova publicação de um ensaio escrito em 2005, que ainda não abordava este contexto, Rolnik (2021) diz que, com a dobra financeirizada do capitalismo e suas estratégias perversas na esfera micropolítica, “a gestão do regime de inconsciente próprio ao sistema colonial-racializante-capitalístico sofre reformulações significativas” (pp. 10-11), observando que também tem se intensificado resistências e confrontos.

Uma vez que são os modos de subjetivação que sustentam tal sistema – portanto, transmutados, podem fazê-lo desarticular-se –, nos interessa estudar como se atualizam no capitalismo neoliberal financeirizado. Neste artigo, trazemos uma das análises desenvolvida no âmbito de uma pesquisa maior intitulada “Tramas do dispositivo da financeirização no Brasil”, que objetiva conhecer como esse vem se engendrando, que formas e forças lhe peculiarizam em nosso país. A proposta de conceber a financeirização enquanto dispositivo, na acepção dada por Foucault (2014), implica colocar em suspenso sua caracterização somente em termos econômicos – crescimento e importância dos motivos, atores, instituições e mercados financeiros (Lavinhas, Araújo, & Bruno, 2017) – e pensá-la como uma rede que se compõe a partir de elementos heterogêneos, que produz, entre outros efeitos macro e micropolíticos, a experiência de ser um sujeito operador financeiro. Deste modo, a financeirização passa a ser compreendida enquanto viabilizada e sustentada na correlação entre diferentes campos de saber, estratégias de governo e formas de subjetividade. Assim, em seu âmbito, ao lado do *homo oeconomicus* neoliberal,

¹ Dowbor (2017) apresenta dados impressionantes: dos 147 grupos que controlam 40% do sistema corporativo mundial, 75% são bancos, e dentre as 30 maiores corporações mundiais, 27 são instituições financeiras – com poder e impacto político de grandeza semelhante; por outro lado, oito famílias detêm riqueza equivalente ao somatório de tudo o que é possuído por metade da população mundial mais pobre.

sujeito empresário de si mesmo discutido por Foucault (2008), se constituem e articulam outras posições subjetivas, como o sujeito endividado e o sujeito investidor, que abordamos na sequência.

Frente ao objetivo da pesquisa maior, em um fazer cartográfico (Kastrup, 2009), mapeamos uma série de elementos heterogêneos, nós da rede que constitui a financeirização, a demandar análises específicas e integradas, entre outros: a instituição, por decreto do governo federal, da Estratégia Nacional de Educação Financeira em 2010 e sua reformulação em 2020; a proliferação de consultores financeiros com atuação no *YouTube*, como Primo Rico, Favelado Investidor, Nath Finanças e *Kid Investor*; o mote identitário impulsionando nichos de mercado, como o *Pink Money* (global) e o Movimento *Black Money* (brasileiro); o avanço das finanças em esferas que correspondiam a direitos sociais, como planos de previdência privada e seguros saúde; a ascensão das *commodities* ambientais, como água e créditos de carbono; o *boom* das *fintechs*² e a propagação de plataformas financeiras digitais.

Neste artigo focalizamos a análise dessas plataformas (de corretoras de valores ou instituições bancárias, como a Warren e o Banco Itaú/íon), que prosperaram nos últimos anos e têm trazido às telas dos *smartphones* e computadores o incitamento para que todos se insiram no mercado das aplicações financeiras, tornem-se investidores – o que, longe de concernir à mera atividade econômica, forja subjetividades, produz certos modos de posicionar-se no mundo.

Abordamos mais detidamente adiante, mas já cabe pontuar que é possível discernir, na formatação e operação dessas plataformas, certos elementos e estratégias que remetem à gamificação. Trata-se de conceito introduzido

em 2003 por Nick Pelling para designar a criação de interfaces baseadas em jogos para dispositivos eletrônicos; com o sucesso de plataformas como *Foursquare*, a adoção do pensamento, estética e/ou mecânica concernente aos *games* se impulsionou, e visa engajar usuários em atividades não relacionadas ou caracterizadas como jogos (Fava, 2018). No caso das plataformas financeiras, atrair e (trans)formar sujeitos (em) investidores.

A fim de abordar esse (não tão novo) vetor de subjetivação, retomamos a produção de subjetividade no neoliberalismo. O biopoder “foi elemento indispensável ao desenvolvimento do capitalismo” (Foucault, 1999, p. 132), inicialmente via inserção disciplinadora dos corpos nos aparatos produtivos. Depois, para a mobilização e controle mais extensivo, aberto e complexo do vivo, de seus processos e potências, constituiu-se a biopolítica da população, tributária do liberalismo clássico, que inseriu a “verdade econômica no interior da razão governamental” (Foucault, 2008, p. 30). O deslocamento, no século XX, em direção ao neoliberalismo trouxe a generalização da forma empresa ao desdobrar “o modelo econômico, o modelo oferta e procura, o modelo investimento-custo-lucro, para dele fazer um modelo das relações sociais, um modelo de existência” (Foucault, 2008, p. 332).

Com base em preceitos da economia de mercado, mormente certa noção de capital (tudo que gera renda futura) e de concorrência (a ser fomentada, pois não mais vista como natural), engendrou-se um modo de ser e viver onde cada um se subjetiva enquanto um *homo oeconomicus* empresário de si mesmo, em concorrência com os demais, portador de um capital humano. Esse comporta elementos inatos, mas o diferencial são os adquiridos em função de “investimentos” educacionais,

² “São empresas que usam tecnologia de forma intensiva para oferecer produtos na área de serviços financeiros de uma forma inovadora, sempre focada na experiência e necessidade do usuário” (Associação Brasileira de *Fintechs*, 2019).

afetivos, culturais, entre outros, que a pessoa puder receber de outrem (como pais que colocam seus filhos em “boas” escolas particulares) e/ou fazer por si mesma (Foucault, 2008). Assim, a lógica investimento-renda nas esferas e relações tidas como não mercantis começou a fazer sentido e espriar-se, e hoje está naturalizada: investe-se na carreira, na criação de redes de contatos, em relações amorosas, nos filhos, em si mesmo, e se espera retornos; nossos esforços e tempo precisam render; antes de fazer algo, a indagação “o que vou ganhar com isso” ronda os sujeitos.

Dardot e Laval (2016) entendem que, com o neoliberalismo, forja-se uma subjetividade contábil atada ao incremento da produtividade, via fomento da concorrência e responsabilização. Produzir(-se) cada vez mais, visando melhores resultados e avaliação, não decorre de comandos autoritários, mas do sentir-se compelido a ultrapassar metas: “é preciso que eles [os sujeitos] façam ‘voluntariamente’ e com ‘liberdade plena’ o que se espera deles, sem ter que lembrá-los o tempo todo sobre o que devem fazer e como devem fazê-lo” (p.11). Nesta dinâmica, duas forças são fundamentais: rivalidade, com incentivos e ganhos para melhores desempenhos; medo, em função de cadeias gerenciais em que cada um é avaliado pelo elo precedente. É preciso reinventar-se sempre melhor, o que é exaustivo; a pulsão de acumulação se generaliza para os indivíduos, abrindo espaço para a tendência ao ilimitado (Laval & Dardot, 2017).

A responsabilização é chave também na produção do sujeito endividado, uma das formas de subjetividade dominantes no contemporâneo (Hardt & Negri, 2014). Lazzarato (2017) retoma Nietzsche para lembrar que dívida financeira e moral tem a mesma origem; assim, entende que o sistema dívida/crédito é hoje motor econômico e técnica para o governo de condutas. A cultura do consumo (Fontenelle, 2017), ao enlaçar constituição de si, satisfação e liberdade às mercadorias (alavancando enormemente produção e valor), e as políticas neoliberais, ao minar a organização sindical e frear

reivindicações salariais, conduziram os sujeitos, mais e mais, a tal sistema: na falta de recursos próprios, trabalhadores recorrem ao crédito para custear não só aquisições de maior monta, mas todo o tipo de consumo, até o ordinário. Com o desmonte do sistema de proteção social – segundo os neoliberais, um peso para o Estado –, os sujeitos se tornaram responsáveis pelo que antes eram direitos sociais. Esses, privatizados, mas cruciais para gerir e ampliar o capital humano, passaram a ser acessados também mediante endividamento: financiamento estudantil, seguros e planos de saúde, previdência complementar. Como pontuam Hardt e Negri (2014), o que se tem atualmente são cadeias de dívidas que empenham a vida e o futuro dos sujeitos: “99 por cento da população está sujeita – deve trabalho, deve dinheiro, deve obediência – ao 1 por cento restante” (p. 25, grifos nossos).

O ilimitado nos envolve. Focando o corpo, Sant’Anna (2019) diz que hoje tudo o que lhe concerne precisa ser liberado de preconceitos morais e convertido “em recursos passíveis de investimento” (p. 167, grifo da autora). Compete a cada um monitorar seu corpo, relações, atividades a fim de encontrar brechas para ser/fazer mais, aproveitar e criar oportunidades, tudo otimizar. A autora conclui: “é o investidor mais do que o empresário a figura mais emblemática do que se passa dentro do *ethos* neoliberal” (p. 168).

Assim, nos meandros do neoliberalismo se constitui a posição subjetiva investidor. Cabe recordar que o sistema crédito/dívida, que produz o sujeito endividado, é técnica de governo e motor econômico – de fato, trata-se de sistema capital para expropriação/acumulação no seio da expansão e consolidação da financeirização. Observamos que, de modo similar, cada vez mais, se é convocado a ser investidor na vida e também no mercado financeiro.

É possível discernir duas fases da financeirização no Brasil: restrita e elitizada até os anos 2000; a partir daí, em massa, quando há elevação substancial dos ganhos com o endividamento público e privado, e se vê as

“finanças subvertendo a provisão pública de bem-estar” (Lavinias, Araújo & Bruno, 2017, p. 16). A partir de 2016, assinalam Lavinias, Araújo e Gentil (2021), em meio a uma crise social, política e econômica sem precedentes, com forte deterioração dos indicadores sociais e econômicos, começou a se estabelecer um novo padrão de financeirização impulsionado pelo mercado de ações.

No primeiro ano de pandemia, reportagens registravam o crescimento do número de CPFs na B3, a bolsa de valores brasileira. Análise recente desta instituição (B3, 2021) mostra que, se em 2018 estava na casa dos 700 mil, o ano de 2021 fechou com 4,2 milhões de investidores/CPFs. Mesmo assim, pode-se pensar que se trata de uma elite. Um dado relevante matiza tal ideia: se em 2018 o primeiro investimento médio em renda variável girava em torno dos R\$ 2.200, em dezembro de 2021 passou a ser de R\$ 44 – sinalizando o surgimento de outro perfil. Sobre esse, o último tópico da análise da B3, Iniciativas para educação financeira, oferece uma pista. É referida a realização de 72 cursos em 2021, sendo destacados cinco, com seus títulos, nomes e fotos dos ministrantes. Dentre eles está o do Favelado Investidor, único que não traz (estrategicamente?) o nome próprio, mas a forma como o consultor e *influencer* Murilo Duarte se identifica nas redes sociais. Seu curso na B3: “Comece com pouco”. Sua descrição no YouTube: “1º da Favela pra Bolsa de Valores; e “Te ensino a investir do ZERO”.

Quando o cartão de crédito surgiu era destinado àqueles que, possuindo dinheiro suficiente, podiam obtê-lo; durante bom tempo, foi indicador de *status*. Com a ampliação vertiginosa da concessão de crédito no Brasil, sua chamada democratização, a inserir até as camadas mais empobrecidas da população neste circuito, atualmente ter um (ou bem mais) cartão de crédito no bolso – e estar endividado

por sua causa³ – é condição corrente para grande parte dos brasileiros.

Iniciamos referindo o há muito sabido: o capitalismo se transforma para se expandir, a fim de mais expropriar/apropriar; também que sua sustentação depende dos modos de subjetivação. Neste momento, instituições financeiras, valendo-se de outro objeto presente nos nossos bolsos, os *smartphones*, têm lançado plataformas digitais para atrair novos clientes e inseri-los no mercado dos investimentos. Compreender e problematizar sua forma de operação, os elementos que põem “em jogo”, as capturas e efeitos subjetivos que se produzem guiaram as análises e discussões que apresentamos.

Na próxima seção, inicialmente, abordamos o uso da cartografia com método e então descrevemos os movimentos que, a partir de materiais relativos à financeirização mapeados no âmbito da pesquisa maior, nos levaram às plataformas financeiras digitais e sua gamificação; na sequência, trazemos algumas discussões e teorizações atinentes a esse processo e seu emprego na esfera financeira; por fim, apresentamos as plataformas tomadas em análise e os caminhos analíticos desenvolvidos neste estudo específico.

Método

Ao conceber a financeirização enquanto um dispositivo, trabalhar com cartografia é opção congruente, pois, como assinalam Prado Filho e Teti (2013), este método se presta à sua desmontagem, a desemaranhar as intrincadas linhas que lhe compõem. Os autores referem seu desenvolvimento por Gilles Deleuze e Felix Guattari, que incorporaram, a partir de uma leitura peculiar, o eixo metodológico saber-poder-subjetividade foucaultiano. Deste modo, em uma pesquisa cartográfica, atenta-se às

³ A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor, realizada mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio (CNC, 2022), mostra que, em maio de 2022, 77,4 % das famílias entrevistadas estavam endividadas, 28,7% com dívidas em atraso; do tipo de dívida referido, 88,5% são com cartão de crédito.

linhas de enunciação e visibilidade (saber), linhas de força (poder), linhas de objetivação e subjetivação, e linhas de ruptura.

Kastrup (2009) pontua que cartografias são construídas caso a caso, não há regras ou etapas necessárias a seguir, realça seu propósito de acompanhar processos, a produção (não a coleta) de dados, e indica que a atitude investigativa do cartógrafo poderia ser assim expressa: “vamos ver o que está acontecendo” (p. 45). Logo, quem pesquisa se move por caminhos e conexões colocadas pelos processos que busca acompanhar; e o que guia a análise não é a busca de soluções, mas os problemas que deslizam em direção a novas problematizações (Barros & Barros de Barros, 2016). Essencial, portanto, trazer os caminhos, escolhas, conexões e problemas que se colocam no curso da realização de uma investigação – o que passamos a abordar a seguir, mostrando como chegamos às plataformas financeiras digitais e à gamificação.

Como colocamos na introdução, para atingir o objetivo da pesquisa maior, em um fazer cartográfico, mapeamos uma série de elementos concernentes ao que chamamos de dispositivo da financeirização. Em meio a esses materiais diversos, chamou nossa atenção um livro de educação financeira da Turma da Mônica e Priminho, personagem infantil de Thiago Nigro (criador do canal O Primo Rico no YouTube), que traz, no início, uma história em quadrinhos onde ele dá dinheiro a cada um do quarteto da Turma, provoca-os a fazê-lo render, e depois checa o resultado (Souza & Nigro, 2020). Tal mote nos levou à reportagem “Do videogame para o *home broker*: conheça a história de três crianças que investem em bolsa” (d’Ávila, 2020), que referia uma troca entre tais atividades.

Nessa reportagem, o segundo autor do presente artigo, que se insere na cultura dos jogos, atentou à imagem de um menino frente a uma tela de *home broker*, o teclado iluminado por luz verde neon, típico dos *gamers*, o que nos fez pensar sobre aproximações entre as plataformas para investimento e os jogos digitais. Então, sem muito conhecimento

anterior do mercado financeiro, ele criou uma conta na corretora Rico a fim de experimentar seu funcionamento, que imaginava ser formal e complexo. Para sua surpresa, em poucos minutos estava a um clique de “entrar no jogo” e negociar ações na bolsa.

Tal incursão reforçou a percepção de conexões e nos remeteu ao conceito de gamificação, que tem diferentes definições, mas pode ser assim sintetizado: uso de características e funcionalidades próprias de jogos, ou aplicação do *game thinking* e das suas mecânicas, para aumentar o envolvimento e efetividade de desempenho em variados campos e atividades humanas (Costa & Marchiori, 2015; Fava, 2018; Menezes & Bortoli, 2018). O crescente uso da gamificação decorre do fato dos jogos digitais terem se tornado uma força cultural expressiva, o que também abriu campo para os *serious games* e *games for change*, com seus objetivos educativos, sociais ou políticos (Domingues, 2018). Nesta direção, McGonigal (2017) é uma defensora ardorosa da ideia de que os *games* podem ser tanto veículo para a resolução de grandes problemas reais como para nos fazer iniciar bem o dia, ter maior satisfação profissional, sermos mais felizes. Já Bogost (2011) é taxativo ao considerar a gamificação uma enganação, pois toma dos jogos propriedades incidentais, anulando sua potência, que advém de funções primárias de interação e complexidade comportamental. Apesar de candente, extrapolaria nosso propósito aprofundar aqui a discussão sobre *games* e gamificação.

Tendo intuído nesta composição (games/gamificação e investimentos) uma inflexão potente para compreender e problematizar a produção subjetiva contemporânea, a fim de conhecer o que vinha sendo discutido, buscamos, a partir da expressão “gamificação dos investimentos”, referências no Google e Google Acadêmico, o que fez retornar dois tipos. Um deles, artigos que, em geral, defendiam a gamificação como estratégia para incrementar a educação financeira, como o de Lobo-Rueda y Lobo-Rueda (2021). Também uma pesquisa, de van

der Heide e Želinský (2021), que realizaram análise do discurso sobre gamificação em serviços financeiros a partir de 83 publicações (em inglês, em jornais e revistas *online* e *blogs* de negócios e/ou tecnologia) e identificaram: narrativas focadas nas vicissitudes para a geração *millennial* obter riqueza; argumentos a indicar que jogos, por explorar o lado irracional e emocional dos sujeitos, seriam educativos e eficientes para bem guiar o comportamento financeiro; e discursos que ressaltavam o potencial democratizador da gamificação das finanças, por facilitar acesso aos pequenos investidores e lhes capacitar. Os autores levantam questões que não têm sido discutidas: é desejável o impulso neoliberal para criação de sujeitos que busquem liberdade e segurança no mercado financeiro; e isso é viável, haja vista o acesso privilegiado para alguns e condicionado para outros? Concluem dizendo que, frente ao afluxo de milhões de neófitos para corretoras que operam via aplicativos para *smartphones* com recursos gamificados, é razoável ser cético.

Outro tipo de referência, em menor número, dizia respeito a análises não acadêmicas que abordavam o crescimento do uso da gamificação em aplicativos de investimento em nosso país. Nessas, o aplicativo estadunidense Robinhood era referido como um marco neste sentido, sendo a corretora de investimentos brasileira Warren apontada como uma que também vinha apostando nesta estratégia (Azevedo, 2021; Estadão, 2021).

O crescimento das *fintechs*, dita uma das áreas mais promissoras no ecossistema das *startups* (Exame, 2016), já levantava questões para nós; então, o encontro com a chamada gamificação dos investimentos, operada por algumas delas, levou-nos a pensar que este nó da rede que constitui a financeirização merecia ser investigado e compreendido.

E, assim, iniciamos a busca de materiais que compõe o *corpus* de análise do recorte de

nossa pesquisa maior que trazemos no presente artigo. Escolhemos e realizamos análise de sete plataformas financeiras digitais – expressão que adotamos por abranger tanto os aplicativos para *smartphones* quanto informações e publicidades nos respectivos sites –, de diferentes instituições financeiras que têm se apresentado como espaços para investimentos, a saber: Robinhood, Warren, C6 Bank, Banco Inter, Rico, Itaú/íon e Nubank/NuInvest, que descrevemos na sequência.

Eventualmente, algo nas plataformas, ou o acaso dos encontros, remeteu-nos a outros sítios midiáticos; quando isso se mostrou potente, agregamos o material à pesquisa. Para poder ter acesso aos aplicativos, quando um de nós já não tinha conta nestas instituições, abrimos uma básica, sem custo. Cabe pontuar que, para as análises não incluímos a operação de *home broker*, por suas peculiaridades que requerem estudo específico. Visto que plataformas (aplicativos e sites) atualizam constantemente seus conteúdos, fizemos a captura das telas e páginas ao começar as análises.

A primeira plataforma que buscamos foi a da Robinhood, uma corretora de valores que se apresenta como tendo a “missão de democratizar as finanças para todos” e que opera, desde 2015, nos Estados Unidos; tal fato impediu termos acesso ao aplicativo, mas como se tratava de *fintech* referência no uso estratégico da gamificação e da dita democratização das finanças, pareceu-nos importante integrá-la à pesquisa a partir de materiais disponíveis no seu site⁴ e na internet, como o vídeo publicitário “*Born investors*”, lançado no intervalo do *Super Bowl* 2021⁵. Ela figurou na pesquisa como uma espécie de “norte do norte” global.

A segunda foi a corretora de câmbio e valores mobiliários Warren, uma “ponte” norte-sul. Seus idealizadores viviam nos Estados Unidos e pensaram em estabelecer a empresa lá, mas um sócio investidor brasileiro

⁴ <https://robinhood.com/us/en/>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=0Z0v86-h6Ls>

os persuadiu a iniciar o projeto no Brasil, tendo a corretora sido lançada em Porto Alegre em 2017, reverberando o discurso de democratizar o mercado de investimentos e o uso da gamificação. Além dos materiais disponíveis no seu site⁶, criamos uma conta e assim utilizamos e analisamos também seu aplicativo e mensagens enviadas ao cliente.

Por já fazer uso pessoal dos aplicativos – e pela forma da publicidade a estimular adesão aos investimentos –, analisamos as plataformas de dois bancos digitais. O C6 Bank, um banco múltiplo, é uma *fintech* lançada em 2019 por ex-sócios do banco BTG Pactual (mas não tem qualquer vínculo com essa instituição), sendo hoje um dos bancos digitais que mais cresce no país. Sua análise aconteceu a partir dos materiais disponíveis no site⁷ e aplicativo. Já o Banco Inter, também um banco múltiplo, é uma instituição que começou a operar com concessão de crédito em 1994, em 2015 se tornou o primeiro banco digital do país, e em 2018 passou a oferecer produtos da B3 tanto via aplicativo quanto pelo *website*⁸, ambas fontes onde obtivemos os dados para análise.

O contato com a plataforma da corretora de câmbio e valores mobiliários Rico foi importante para o início da pesquisa; por isso e pelo nome assaz sugestivo no que tange aos processos de subjetivação hoje postos, lhe incluímos no *corpus*. Trata-se de uma instituição criada em 1998, nomeada Rico em 2011, quando assumiu formato digital; hoje é marca de propriedade da XP Investimentos, que teve boa parte de seu capital adquirido pelo Banco Itaú. Os materiais analisados foram obtidos no aplicativo e no site da corretora⁹, que tem a peculiaridade de dispor do domínio “rico.com.vc” (em vez do.com.br usual).

O próprio Banco Itaú lançou em 2021 a plataforma *íon*, anunciada como especializada em e agregadora de investimentos (do cliente no banco e em quaisquer outras instituições). Esta proposta, diferenciada, do maior banco

múltiplo do país, e sua divulgação, com elementos bem relevantes, como abordamos na próxima seção, levou-nos a também analisá-la a partir de dados e informações disponíveis no site do *íon*¹⁰ e do vídeo publicitário de seu lançamento, intitulado “O poder de investir é seu”¹¹.

Por fim, a última plataforma analisada foi a do *Nubank/NuInvest*. Instituição de pagamento lançada em 2013 como alternativa aos bancos tradicionais, o *Nubank* iniciou operações com cartão de crédito em 2014 e, no final de 2020, adquiriu a corretora *Easynvest*, renomeando-lhe para *NuInvest*, entrando assim no mercado de investimentos; tanto seu aplicativo com seu site¹² foram as fontes onde obtivemos os dados para análise.

Para realizar o processo de análise, apoiamo-nos inicialmente na compilação feita por Costa e Marchiori (2015) quanto aos elementos dos jogos incorporáveis em produções gamificadas. As autoras os sistematizam em três categorias: dinâmicas, elementos não necessariamente explícitos, mas que organizam a produção (como emoções, narrativa e progressão); mecânicas, já mais identificáveis na prática (como desafios, recompensas, *feedback* e aquisição de recursos); e componentes, que são bem distinguíveis ao se jogar (como níveis, avatar, combate, conquistas, emblemas, e conteúdos desbloqueáveis). Ao desenvolver as análises, elementos outros, discursivos e visíveis, foram se mostrando relevantes, sendo integrados e articulados nas discussões.

Cabe explicitar que, diferente de Domingues (2018), que aponta iniciativas “taxadas de gamificadas, mas que, na realidade, só aplicam um ou poucos aspectos ludológicos no processo” (p. 17), no nosso trabalho analítico não estávamos interessados em identificar elementos “suficientes” para conferir ou negar *status* de gamificadas às plataformas financeiras. Discernimos nas

⁶ <https://warren.com.br/>

⁷ <https://www.c6bank.com.br/>

⁸ <https://www.bancointer.com.br/>

⁹ <https://www.rico.com.vc/>

¹⁰ <https://ion.itau/>

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=2zSZ2ws9IEU>

¹² <https://www.nuinvest.com.br/>

plataformas aproximação ao *design* inspirado nos jogos (Fava, 2018) e, a partir daí, focalizamos e discutimos modos como certos elementos dos *games* se apresentavam a fim de realçar linhas de enunciação, visibilidade, força e subjetivação. Pensamos que tal abordagem tornaria pertinente e potente a análise, no sentido de abrir e deslizar entre problematizações, importante por se tratar de investigação primeira, singular no campo da psicologia.

Iniciamos a próxima seção retomando e trazendo algumas considerações teóricas sobre modos de subjetivação e produção de subjetividade, importantes para o processo analítico subsequente; depois, desenvolvemos três blocos de análises dos materiais, com pontos que vão se articulando ao longo do escrito, cada qual com um foco principal, a saber: “parceria” e gamificação para atrair a todos; uma pedagogia a forjar sujeitos investidores; e mobilização de sonhos e emoções: e assim “nascem” investidores.

Resultados e discussões

Rolnik (2018) denomina cafetinagem o processo de captura, pelo capital, das pulsões de vida e de sua potência de criação, o que conduz os indivíduos a moldar e direcionar seus desejos em função do consumo e do empreendimento de si dentro das limitadas possibilidades de vidas normativas oferecidas pelo capitalismo, apresentadas hoje como se fossem ilimitadas pela profusão de nichos de mercado. Cabe recordar que a autora entende que a dobra financeirizada do capitalismo trouxe reformulações significativas no que tange à “produção e reprodução dos modos de subjetivação e das formações no campo social que lhe dão corpo” (Rolnik, 2021, p.10).

Com base em um campo de investigações e arcabouço teórico diferente, Foucault (2016), ao se debruçar sobre o que denomina de história da subjetividade, compreende-a “como o conjunto de processos de subjetivação aos quais os indivíduos foram submetidos ou que aplicaram em relação a si mesmos” (p. 255). Neste sentido, para ele,

torna-se fundamental interrogar-se quanto à experiência que o sujeito pode fazer de si mesmo frente à existência de “certos discursos verdadeiros referentes ao sujeito que, independentemente de seu valor universal de verdade, funcionam, circulam, tem o peso da verdade e são aceitos como tais” (p.12).

Nas análises e discussões que seguem, intentamos mostrar como instituições financeiras, com suas plataformas gamificadas, convocam a todos e propalam que o mercado de investimentos é espaço onde cada um, mesmo a partir de (muito) pouco, pode prosperar. Assim, a um só tempo, estimulam práticas e fazem circular discursos que, tomados como verdade, tem, nos anos recentes, impactado a experiência de um número cada vez maior de sujeitos, que se inserem (e/ou almejam se inserir) no mercado das aplicações financeiras, produzindo-se, assim, a posição (objetiva e) subjetiva do investidor.

“Parceria” e gamificação para atrair a todos

Em virtude de uma visão tradicional que associa mercado financeiro, *experts* do campo da economia e clientes da elite, poder-se-ia supor que plataformas configuradas como espaços para aplicações financeiras fossem formais, intrincadas, herméticas para novatos. O que se encontra é um cenário diferente, justamente o empenho para tornar e/ou levar a crer que se trata de espaço e prática acessível a todos.

Condiz com este intuito a adoção de elementos dos jogos na sua formatação e operação, o que remete aos projetos gamificados, aqueles que intencionam “influenciar o comportamento do seu usuário no sentido de engajá-lo como um ‘jogador’” (Domingues, 2018, p. 13). Um destes elementos, relativo à dinâmica dos *games*, é a narrativa, que, segundo Costa e Marchiori (2015), não precisa ter a forma de uma história, “pode ser implícita, na qual toda a experiência tem um propósito em si” (p. 49).

Uma primeira narrativa ou trama discursiva que identificamos se refere ao esforço das plataformas de se colocarem como alternativas ao mercado tradicional, sendo a isenção de taxas ou sua redução ao que seria “justo” um diferencial apontado. Assim, apresentam-se como parceiras dos investidores menos experientes ou com menos recursos, dizendo simplificar operações: “Descomplicando os investimentos” (Warren); “Investir é para todos. Na Robinhood, os ricos não conseguem um negócio melhor”¹³ (Robinhood); “A gente nasceu pra fazer diferente. Pra repensar o que ninguém parou pra pensar. Pra melhorar o acesso das pessoas ao que importa pra elas” (Inter). A promessa é de uma experiência de acolhimento do cliente e suas peculiaridades, em uma composição discursiva que dá a entender que estaria se processando um deslocamento nas relações de poder.

Pertinente pontuar que, em um mundo regido pela concorrência, onde parece que não há lugar para todos e as demandas são sempre maiores e mais complexas, no qual vigora o medo de não corresponder à demanda por produtividade e às contínuas avaliações (Dardot & Laval, 2016), é reconfortante se deparar com uma esfera que promete acolher, incluir sem discriminar (e até diz proteger os “pequenos”), e ainda facilitar operações. Neste sentido, o uso, pela Rico, do domínio de internet “rico.com.vc” é uma estratégia exemplar para dizer de uma parceria. Assim, uma verdade, na acepção foucaultiana, busca se consolidar – o mercado de investimentos é democrático –, o que vai impactando as subjetividades, produzindo uma captura subjetiva.

Para estimular o ingresso nesse mercado, uma tática que vem sendo fartamente empregada é evidenciar a possibilidade de iniciar com valores bem baixos. Na Warren, por exemplo, enuncia-se que “Descomplicou: com apenas R\$ 30,00 você já começa a investir”. É possível relacionar esta tática ao período

gratuito de teste, comum a vários *games*, quando o jogador tem oportunidade de se experimentar naquele contexto. De fato, expressões como iniciar e começar são recorrentes e parecem engajar, pois, como referimos antes, a B3 (2021) mostrou que valores médios para o primeiro investimento decresceram substancialmente, estando na faixa de R\$ 40,00. Nesta toada, é significativo uma corretora como a Rico assim anunciar-se: “Sua porta de entrada para o universo dos investimentos” (grifos nossos).

Quanto à eventual criação de contas, e operação nos aplicativos, tudo se deu sem dificuldade, envolveu somente fornecer dados, tirar fotos e aguardar aprovação, que sempre se efetivou. Na *NuInvest*, a conta foi aprovada em poucos minutos (sem sequer solicitação de foto ou documentos pessoais), logo apareceu na tela inicial do aplicativo a imagem de uma menina, em um aviãozinho de papel, dando as boas-vindas e fazendo uma convocação: “Olá Matheus, seu cadastro foi aprovado. Faça seu primeiro depósito e comece sua jornada no mundo dos investimentos” (grifos nossos).

Uma escolha de termos bem expressiva, pois, como pontua Burke (2015, p. 98), “em uma solução gamificada, a experiência do jogador é projetada como uma jornada”. Para Fava (2018), a atual ubiquidade da lógica dos *games* nos mais variados contextos se evidencia pela crescente busca de recursos e soluções de *design* inspirados nos jogos a fim de “provocar, de alguma maneira, experiências de envolvimento e diversão, mas que não são caracterizados efetivamente como jogos” (p. 54). Em sintonia, Domingues (2018) aponta que o processo de gamificação visa criar, nos usuários, satisfação e vontade espontânea de participar da atividade em questão.

A análise das plataformas permitiu discernir o que nomeamos uma “ambiência gamificada” em função de aspectos visíveis como *design* que incorpora uma estética que imprime descontração à prática do

¹³ Aqui – e para todo material originalmente em inglês – apresentamos uma tradução livre feita por nós.

investimento, contraposta à sobriedade de um formato mais tradicional. No site da Robinhood, as imagens são cartunizadas, coloridas, lúdicas: junto às “Notícias financeiras verdadeiramente digeríveis” se vê desenhos de um touro e um urso “simpáticos” (animais símbolo de subida e queda de ativos no mercado financeiro). No aplicativo da *NuInvest*, a linha cartunizada se assemelha, são desenhos de pilhas de moedas, de pessoas em cima de aviõezinhos de papel e de pequenos prédios/lojas que remetem a opções para investir.

O uso de cores conferindo intensidades é bastante presente. Na *NuInvest* são usados tons vivos de roxo e rosa sobre branco e, quando da exibição de graus de risco dos diversos produtos para investimento, as cores também são moduladas. Tamanhos de botões e de valores, e cores de fundo igualmente se destacam na Warren, que emprega uma paleta que faz um *dégradé* vibrante de laranja ao rosa choque, sendo que se realçam mais no site e publicidade da instituição, menos no aplicativo. Já em campanha publicitária da *íon* chama a atenção a presença de luzes neon em meio a atividades – como descer pelo corrimão em uma estação de metrô com o celular na mão ou andar de skate por túneis iluminados – que remetem e evocam momentos de lazer e desfrute, uma ambientação que insere e conecta finanças ao cotidiano e se aproxima mais do lúdico do que da sobriedade e formalidade que poderia se esperar ligadas às operações financeiras.

Uma pedagogia a forjar sujeitos investidores

Como se conduzir no “universo dos investimentos”? Ao discutir as artes de conduzir-se, Foucault (2016) coloca que, nas sociedades como as nossas, existem “modelos de conduta investidos, embalados no interior, é claro, da grande, grossa, maciça prática pedagógica” (p.27). Prática que extrapola as instituições educacionais formais, espalhando-se nas produções culturais e nas mídias digitais. Tais pedagogias, cotidiana e continuamente, nos (in)formam, portanto, são cruciais para a

produção de subjetividade na contemporaneidade.

Neste sentido, ingressar no “universo dos investimentos” implica, necessariamente, reconhecer-se como tendo um perfil. Conforme normatização da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) (2021), antes de intermediar investimentos, instituições financeiras devem identificar o perfil do investidor a fim de oferecer e monitorar para que sejam contratados somente produtos compatíveis. Sua avaliação envolve perguntas sobre objetivos ao investir, tolerância a risco, renda mensal e patrimônio, e resulta em três perfis, espécie de modelo de conduta, forma de pensar, sentir e posiciona-se, geralmente nomeados conservador, moderado/equilibrado e arrojado/agressivo. Como isso vem sendo operado e visibilizado?

No site da Warren, encontra-se o tópico “3 etapas para começar a investir”. A primeira é “Descobrir o perfil”. Exemplificando está o perfil “Equilibrado”, onde se lê “Aceito uma pitada de risco. Sei que assim tendo a receber um retorno superior ao de aplicações seguras” (grifos nossos). Já na aba *C6 TechInvest* há a indicação para preenchimento do questionário no aplicativo e, ao lado, vê-se o que seria a tela de um *smartphone*. Nessa, na parte de cima, se lê “Seu perfil de investimento é Nível 3”, abaixo, da esquerda para a direita, uma sequência de barras, nas cores azul, verde, laranja e vermelho. Sobre a última barra, maior, uma seta indicadora. Mais abaixo está colocado: “O que isso significa? O perfil de nível 3 procura maiores ganhos e aceita correr mais riscos. Entende que perdas momentâneas são comuns” (grifos nossos). Na base da tela, a pergunta: Você concorda com esse perfil? Não/Sim”.

Em geral, a caracterização dos perfis é qualificativa, o que, a princípio, não remete a uma hierarquização. Contudo, neste último caso, a partir da imagem das barras coloridas e da expressão “nível 3” se é levado a pensar em uma progressão, elemento fundamental na dinâmica dos games. Nos materiais que analisamos não se confere visibilidade ao perfil

conservador; na descrição dos outros, ganhos superiores são aventados e perdas são ditas momentâneas. Convite a avançar, assumir (-se como tendo) um perfil mais “arrojado”? Pode-se conjecturar que, indiretamente, apresenta-se uma escala, onde investidores conservadores estariam na base. Seriam jogadores receosos (característica condenável na lógica concorrencial neoliberal), ainda a se engajarem em um processo de progressão? Por meio de um procedimento “identificador”, uma experiência de si entra em curso. Ao reconhecer-se como tendo certo modo de ser investidor, o sujeito se vê posicionado em relação aos seus pares – os que menos ou mais arriscam (por isso, diz-se, mais ganham). Desafio a se desafiar?

Neste sentido, vale pontuar a reiteração discursiva – na maioria das vezes, sobre o mote de informar e/ou propiciar educação financeira aos clientes – a apresentar, defender, mais ou menos explicitamente, investimentos associados a maiores riscos, como a aquisição de ações, de modo a diluir concepções negativas relacionadas. Este é o caso de uma matéria no *Riconnect* (espaço de cursos, relatórios e eventos da Rico) “Como Investir em Ações Sem Medo [5 Dicas Simples]” (grifos nossos), que afirma ser um mito a ideia de que investir em ações é algo arriscado.

De acordo com Massumi (2020), uma via de captura personalizante do afeto no neoliberalismo é através de certos usos e formas narrativas, em especial a que ele designa aspiracional, que “introduz o aspecto especulativo e voltado para o futuro (fundamental na definição de capital) dentro dos movimentos do capital humano” (p. 132). Assim, tal forma narrativa individualiza, faz fazer – sempre a se fazer, o que remete ao ilimitado –, em uma busca por realizações e autorrealização que é confundida com exercício de liberdade.

Relacionamos o constante incitamento, através de *e-mails*, *newsletters*, matérias e dicas de oportunidades, enviadas diretamente pelas plataformas aos clientes, a um movimento de fazer progredir, mais investir, promessa de mais “capitalizar-se”, seja capital humano ou

financeiro. Além desses materiais, as plataformas também têm seções próprias para promover e instigar a exploração do mercado: *Robinhood Snacks*, *NuCommunity*, *Warren Pills*. A prevalência de expressões em inglês é notável, assim como sua configuração enxuta, como “pílulas” para “saber” e poder investir mais, com maior retorno, etc.

Entendemos que estas ofertas podem ser relacionadas a uma mecânica típica dos jogos, os desafios: convocações para a ação que se propõe aos seus usuários. De forma a ilustrar, um dos boletins com o qual nos deparamos no site do *C6 Bank* possuía o título “O que é BDR? Entenda como investir em empresas internacionais”. A íon, por sua vez, desafia o cliente com chamamentos como “Explore: Pesquise diversas opções de investimento e encontre o produto que mais combina com o seu perfil”. Esses estão organizados por categorias: “Mais buscados nos últimos 7 dias”, “Maior rentabilidade” e “Lançamentos”. Já no aplicativo da *NuInvest* se encontra o “*Top 5* [fundos de investimentos] mais investidos hoje”. Tais formatos se relacionam às linguagens de plataformas de *streamings* e redes sociais, o que mostra como as empresas lançam mão de conexões com populares modos de consumo de entretenimento, articulando o incitamento aos clientes na prática investidora à diversão.

Ainda sobre os desafios, o aplicativo da *NuInvest* traz elementos apresentados como educação financeira, mas cujo intuito parece ser desafiar o usuário para que ele se embrenhe mais e mais no mercado financeiro. Há ali uma série de aulas cujo mote é: “A dose diária de inteligência financeira que faltava no seu dia!” (grifos nossos). É pertinente articular esta expressão, dose diária, ao nome utilizado pela Warren para seu *newsletter*, “*Warren Pills*”, na qual há explícita associação com medicações. Parece-nos “sintomático” seu emprego. Atualmente, existe toda uma problematização sobre o uso/abuso de medicações, “soluções simples e rápidas”, que prescindem a consideração de desencadeantes e condições das “patologias”. Assim, questionamos: nos jogos de saber-poder, tão importantes para a

produção de subjetividade, que conhecimentos são possíveis aos sujeitos a partir dessas “pílulas” informativas; o quanto podem ou não lhes empoderar em face ao complexo, seletivo e desigual mercado financeiro global?

O aspecto lúdico não deixa de se fazer presente, imprimindo descontração em meio a temáticas mais polêmicas. Na aba em que vídeos educacionais são encontrados, há o desenho de um caderninho com anotações bem coloridas e os dizeres “A melhor seleção de conteúdos [...] para investir na bolsa de um jeito fácil e sem medo. Aulas exclusivas para começar do zero. #SemMedoDaBolsa” (grifos nossos).

Para trazer desdobramentos concernentes à dinâmica da progressão e à mecânica dos desafios e recompensas, cabe articulação com elementos relativos aos componentes missões, níveis e medalhas/emblemas dos jogos. De forma direta, é somente no programa de relacionamento C6 *Experience* que tais componentes aparecem, estimulando o usuário a usar mais o aplicativo, se engajar em missões mensais, obter recompensas (como bonificações e acesso à plataforma de cursos), medalhas (como “PhD em Investimentos”) e ir subindo de nível. De modo indireto, planos especiais dão acesso a “distintivos” a partir de certo volume movimentado ou pagamento de taxas (contas básicas não têm custo). Neste sentido, no *Nubank* há o cartão Ultravioleta, descrito como tendo “*Design* único, feito de metal. Suas conquistas têm peso”. É realçada a vantagem de seu detentor obter rendimento automático de 200% do CDI – que se aplica somente ao *cashback* de 1% no uso do cartão, informação que é preciso buscar. De qualquer forma, talvez um/o grande diferencial seja subjetivo: quem tem/usa o cartão exibe “automaticamente” posição superior (emblema?) no *ranking* do mundo financeiro, logo, também socialmente. Fica a questão: clientes “básicos”, mesmo muito distantes de poder possuí-lo, ao se deparar com a existência deste tipo de “distintivo”, não passariam a aspirar posição semelhante?

Mobilização de sonhos e emoções: e assim “nascem” investidores

Se o jogo, na clássica definição de Johan Huizinga, é atividade voluntária, dotada de um fim em si mesmo e que propicia satisfação (Dimingues, 2018), a gamificação é empregada “para o objetivo de resolver problemas práticos ou para despertar engajamento em um público específico” (Menezes & Borloli, 2018, p. 269), ou, ainda, “para direcionar um comportamento desejado” (Fava, 2018, p.56).

Portanto, quem lança mão desta estratégia – mesmo a partir de elementos pontuais, como acontece no caso das plataformas financeiras – tem objetivos específicos. Contudo, esses são dissolvidos em ditos como da Rico: “Nosso papel é mostrar que investir é para você” (grifos nossos). Assim sendo, não se trataria, para as instituições financeiras, de fazer prosperar mais ainda o mercado e seu lucro via produção de novos sujeitos investidores (isso não aparece, como se não fosse objetivo), mas de “revelar” algo que sujeitos não têm ciência: o mercado de investimentos é para eles.

Em uma torção tática, são os objetivos dos novos investidores que moveriam a atividade: “Ajudamos você a montar, com poucos toques, carteiras com ativos que melhor se encaixam com seus objetivos de investimento” (C6 *TechInvest*). Seja com termos mais neutros, como os últimos, ou mais carregados emocionalmente, as plataformas se oferecem como espaços onde, a partir dos investimentos, aspirações são ditas viabilizáveis.

Ao entrar no site do *Nubank*, se vê a imagem de três pessoas bem jovens, duas moças brancas e um rapaz negro, com sorrisos abertos, uma olhando a tela do celular, e se lê: “O futuro é a razão que a gente faz planos. Escolha o futuro. Comece a controlar melhor sua vida financeira com o *Nubank*” (grifos nossos). A construção discursiva posiciona o mercado das finanças como o meio para um fim, que seria o futuro dos sujeitos (ou seus

objetivos, sonhos, metas, como mostramos a seguir). Através de dizibilidades (como “Escolha o futuro.”) e visibilidades (como de pessoas bem jovens, rapaz negro, moças brancas), são promovidas ressonâncias identitárias. Assim, nesse caso, por um lado, raça, gênero e geração são explorados para fomentar identificação – e adesão; por outro, veicula-se e vincula-se, como uma verdade, o controle da vida financeira e a escolha do futuro à adesão ao banco, ou, mais propriamente, ao mercado financeiro. Um modo de produzir subjetividades, desde cedo, posicionadas como “nativas” e sendo cativas destes espaços, racionalidades e operações.

Neste sentido, a Warren convida: “Abra sua conta e invista nos seus sonhos” (grifo nosso). Revestindo sua proposta e ação com feições técnicas “inteligentes”, essa corretora afirma adotar a estratégia SMART, de modo que clientes tracem metas “eSpecíficas, Mensuráveis, Alcançáveis, Relevantes e Temporais” (com certo prazo). A partir de nossa experiência, ao abrir uma conta, mas não fazer diretamente uma aplicação, um assessor entra em contato e, com base em conversa com o novo cliente (sobre sua área de estudo e/ou profissão, valor a investir, expectativas, etc.), recomenda uma carteira de investimento (nomeada pela empresa conforme perfil e objetivos do cliente, o que ficamos sabendo depois). No nosso caso, a carteira para uma aplicação de R\$ 50,00 foi disponibilizada no aplicativo com uma imagem de fundo, uma estrada asfaltada a partir da qual se vê um horizonte grandioso, e um nome que nos espantou: “Subjetivações”. Imaginamos que decorresse do fato de a inserção na área da psicologia ter sido comentada neste contato, mas resolvemos perguntar por e-mail sua procedência. O assessor respondeu que os nomes eram alinhados ao *perfil do investidor*.

Literalmente, modos de subjetivar! Quem abriu a conta e, como cliente, fez contato com um assessor, foi o segundo autor, um rapaz jovem, na época estudante de psicologia, com pouco dinheiro para “investir”, perfil conservador. No caso da carteira que lhe foi designada, não consideramos que tenha sido

aleatória a escolha da imagem (se supõe que jovens universitários tenham uma “estrada aberta” à sua frente) nem o nome (com vínculo claro com a psicologia). Ao contrário, nos parece ser um primeiro modo de produzir identificação, confiança e segurança (afinal, tinha a ver com ele, era como um perfil “customizado”), e, a partir daí, ir conduzindo condutas de forma a produzir mais um sujeito investidor (jovem, neófito, “começando do zero”) a inserir-se no mercado, a adentrar mais e mais neste “universo” com a promessa/convicção que, assim, teria “futuro”.

Retomando a análise de elementos de gamificação, entendemos que, uma vez que o usuário está ambientado à plataforma, desafiado a considerar mover-se de “nível” e 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, que exibem seus atributos, em aplicativos como do Banco Inter e da Rico, o *feedback* é fornecido com números relativos e conectados: quanto dinheiro foi investido, quanto de lucro já gerou, proporção de investimentos em renda fixa e variável, etc.

Se discernir como são incorporados certos elementos dos jogos possibilita abordar algumas construções discursivas e visibilidades em processo nas plataformas e, com isso, discutir modos de condução de condutas, linhas de objetivação e subjetivação, refletir sobre aqueles que estão “ausentes” abre mais o leque de articulações e problematizações.

Neste sentido, consideramos significativo o fato de praticamente inexistirem ditos ou visibilidades conexas à mecânica da chance, que se refere à aleatoriedade dos resultados a partir das ações dos jogadores, o que confere surpresa e incerteza ao jogo (Costa & Marchiori, 2015). Apesar de nenhuma plataforma apresentar configuração que possa ser tomada como um jogo, elas introduzem seus usuários no que chamam de mundo ou universo dos investimentos, que está longe de excluir a incerteza ou perdas – que, em vez de “momentâneas”, como sugere o C6 *TechInvest*

– podem ser permanentes e expressivas. Então, é paradoxal, contudo estratégico para instituições financeiras na busca pela captação de novos clientes, que a “chance de derrota” não seja aventada.

Outra “ausência” expressiva se refere à dinâmica das restrições que impõe limites à liberdade do jogador e guarda relação com o componente conteúdos desbloqueáveis (Costa & Marchiori, 2015). Em muitos *games*, ações e conteúdos não estão disponíveis imediatamente, é preciso cumprir metas e desafios para acessá-los. Progredir, portanto, exige tempo para planejar ações, implica desenvolver habilidades. Tal hiato temporal se dissolve na prática proposta pelas plataformas: para começar a investir, muito pouco é demandado; a partir daí uma enxurrada de notícias, dicas e matérias de divulgação e opinião – que propalam simplificar, além de minimizar/negar riscos – convidam a uma prática investidora sem pausas e crescente. Assim, não restringir conduz a uma experiência que se atualiza constantemente, sem espaço para ponderações que poderiam levar à cautela. Oportuno trazer comentário de um colega do grupo de pesquisa que buscou fazer aplicação em produto não compatível com seu perfil de investidor: em vez de receber orientação desaconselhando, ele foi instruído a “adequar” seu perfil de modo que a operação pudesse se efetivar. Barreiras, mesmo se ligadas a normativas, são contornadas para um “descomplicado” jogar(-se) mais e mais no mercado financeiro. Aqui, novamente, nos parece relevante marcar como os perfis, com suas diferenciações, não são pontos de ancoragem e direcionadores para as aplicações financeiras, mas, com sua modulação hierarquizante, prestam-se à condução de condutas, com efeitos na produção de subjetividades dispostas a investir, progressivamente mais e mais, dinheiro – e crença – no mercado financeiro.

A fim de tornar a prática de investir mais atraente, a diversão não poderia faltar. Na sistematização feita por Costa e Marchiori (2015) a primeira dinâmica listada é emoções, sendo apontada a da diversão como exemplo.

Como já assinalamos, Fava (2018) afirma que *designs* inspirados em *games* buscam provocar experiências de engajamento e diversão. A capacidade de divertir ou entreter é central para jogos e projetos gamificados – mas não só. Hoje, como aponta Han (2019, p. 56, grifos do autor), “o entretenimento se eleva a um novo paradigma, a uma nova fórmula de mundo e de ser. Para *ser*, para pertencer ao *mundo*, é preciso ser algo que entretém”. Para o autor, a oposição histórica e ocidental entre trabalho e jogo não mais existiria.

Para tensionar tal caráter “compulsório” de emocionalidade ligada à diversão, pertinente retomar Massumi (2020), para quem “*a captura do afeto como emoção*” (p. 129, grifo do autor), é um modo qualitativo de poder. Tal captura constitui o pessoal (dimensão privada do sujeito individual) e se processa, mormente, via narrativa do tipo aspiracional.

Podemos supor que, para parte dos novos pequenos investidores, o trabalho não seja nada descontraído, mas extenuante e mal remunerado. Deparar-se com acolhedoras e simplificadas “portas de entrada” para um “universo” onde (diz-se) se ganha dinheiro (sem ter que trabalhar), ativa novas aspirações. Se, ainda, lhe acena diversão (e empoderamento, como discutimos mais adiante), a captura potencializa-se, fazendo esquecer que envolve empenhar dinheiro que pode fazer (eventualmente, muita) diferença para sua vida.

Nesta direção, a aposta no caráter lúdico marca a publicidade da Robinhood, que traz imagens (todas cartunizadas, bichos, florestas, pessoas, etc.) que convidam quase a uma regressão à infância. Ademais, havia no aplicativo uma animação (que foi retirada após muitas críticas) para celebrar quando o usuário fazia cada um dos seus três primeiros investimentos: uma profusão de confetes irrompia na tela (Estadão, 2021). Ainda hoje, a empresa assim se apresenta no site: “Nós existimos para fazer nossos clientes felizes”.

Entre as instituições brasileiras, a conexão investimento e diversão é notável na

ion. No vídeo publicitário de lançamento da plataforma, é veiculada a pergunta: “Por que escolher investimentos não é tão legal quanto escolher séries?” (grifos nossos). Para quem se identifica e entretém com as redes sociais, há outra possibilidade, é também dito que “a informação financeira virou *stories*”. Não se trata de mera figura discursiva, mas forma adotada: o aplicativo organiza as notícias de modo análogo à rede social Instagram (dinâmica de apresentação de informações sucintas, que logo desaparecem, sendo sucedidas por outras). Como nas plataformas de *streaming*, há botões de reprodução automática do próximo conteúdo assim que o anterior terminou de ser visto. Consumo – de produtos financeiros, pois é isso que se busca vender – rápido, divertido, para entreter?

Em diferentes momentos pontuamos que as plataformas financeiras se posicionam como espaços de acolhimento. Agora, cabe articular tal discursividade com outra emoção, por sua refutação, o medo, e com a mobilização de sentimentos que pensamos poderem ser reunidos em torno da expressão destemor.

A disseminação do medo, pontuam Mansano e Nalli (2018), adquire hoje contornos biopolíticos estratégicos, produz modos específicos de existência, enfraquece sujeitos e coletividades, impulsionando a reafirmação, no cotidiano, de práticas e vínculos sociais e institucionais que propiciem a sensação de segurança. Já Massumi (2020, p. 33) ressalta que “os mercados são movidos a medo e esperança, confiança e insegurança”. Assim, estratégico para as plataformas exorcizar o medo que é associado a investimentos, focando uma de suas operações mais “sensíveis”: #SemMedoDaBolsa (Nubank); “Como Investir em Ações Sem Medo” (Rico). Tais ditos, associados a outros que afixam o potencial das aplicações, perfazem uma diretiva tranquilizadora: sinta-se seguro, aquilo que dizem ter risco, não tema. Por contiguidade, se o “sem medo” vale para ações, vale para quaisquer outras aplicações.

Enunciações como essas se potencializam na composição com outras que

visam fazer das plataformas espaço aberto a todos, diferente, até “oposto” ao mercado, que torna a prática do investir descomplicada, orienta, existe mesmo para acolher o cliente, em resumo, um lugar seguro para se adentrar em um universo que, na sua forma “tradicional” é tido ou pode ser intrincado, cercado de mitos, inclusive quanto a riscos.

Neste sentido, para produzir destemor, asseguar, são mobilizados sentimentos como autonomia, controle e empoderamento. Na Robinhood, o destemor já está marcado no nome (herói mítico, corajoso, defensor dos pobres), base para uma narrativa de incursão contra o mercado tradicional, convite aos novos investidores para se identificar e aderir à proposta, à posição subjetiva: “Nós fazemos apostas ousadas e desafiamos o *status quo*”.

Representatividade, autonomia e, de modo implícito, poder mesclam-se na plataforma do C6 Bank. Em uma de suas divulgações no site, vê-se um homem negro sentado altivo em uma poltrona acolchoada, celular na mão, ao lado os dizeres: “Seja você mesmo o assessor dos seus investimentos”. Cabe pontuar também que este banco tem uma linha de cartões personalizáveis, como o *Yellow*, para crianças e adolescentes (cujos apelidos podem ser impressos no cartão) e o *Rainbow*, para pessoas LGBTQIA+ (que podem utilizar seu nome social no cartão). Reconhecer pessoas a partir de marcadores sociais da diferença pode sim ser empoderador. Questão posta: em que medida isso acontece? Ou se trata de mera estratégia para conquistar a adesão de novos clientes, para que eles tomem aquele espaço como um lugar de pertencimento – e, assim, insiram-se mais neste “universo”?

A menção ao poder é explícita em outras plataformas. A Rico anuncia: “Mais do que uma plataforma de investimentos, estamos aqui pra que você se sinta cada vez mais empoderado com a sua vida financeira” (grifo nosso). Tal sentimento seria alcançado, em enunciação da Nubank, por uma via, no mínimo, paradoxal: “Combatemos a complexidade para empoderar as pessoas” (grifo nosso). Pode-se pensar que se trata da

reiteração da retórica da simplificação, de buscar descomplicar, que aparece de diferentes formas nos materiais analisados. Mas mesmo essa já diz de uma ação que priva o outro de uma gama de conhecimentos e processos implicados em certo contexto ou campo. Afinal, não se simplifica algo para quem não se julga, ou não se quer, capaz de lidar com os meandros do que é complexo? Como isso poderia empoderar?

Compreendemos que, com tal mote da simplificação (aqui, o “complexo” a ser combatido, mas também ao se ofertar “pílulas” de informação, que tratamos antes) e o aceno do empoderamento (que parece resumir-se a imagens ou cartões com traços identitário), se busca o oposto, qual seja, forjar sujeitos instalados no que designamos como o “raso do saber-poder”.

Em diferentes escritos, Michel Foucault se ocupou da articulação entre saber e poder: “entre técnicas de saber e estratégias de poder, nenhuma exterioridade; mesmo que cada uma tenha seu papel específico e que se articulem entre si a partir de suas diferenças” (Foucault, 1999, p. 93-94). Ao mesmo tempo, o autor insiste que o poder não é estrutura, instituição ou algo que alguns possuem e outros não, mas “é o nome dado a uma situação estratégica numa sociedade determinada” (p. 89). Assim, é no âmbito das relações que opera, o que posiciona, diferencialmente, os sujeitos.

O sistema financeiro, inclusive para muitos especialistas, é campo cifrado, complexo, prenhe de especificidades e caminhos que, conhecidos ou desconhecidos, abrem e fecham possibilidades, impõe perdas ou propiciam ganhos vultosos. Lançando mão da expressão “raso do saber-poder” queremos apontar que, a despeito dos discursos que falam em empoderar, informar e educar, o que se verifica são composições estratégicas (gamificação, cartunização, apelo identitário, simplificação, entre outras) que obstaculizam reflexões críticas quanto a um sistema profundamente assimétrico. Esse prospera, beneficiando largamente uma minoria, à custa de recursos de muitos – que agora são

conduzidos a crer ser possível integrar o grupo dos bem-sucedidos.

Cabe também apontar que a íon parece, à primeira vista, valer-se da bandeira de “subversão”, típica da Robinhood. O vídeo publicitário “O poder de investir é seu” (o mesmo que relaciona investimento e séries, referido acima) tem como trilha sonora “*Revolution*” dos Beatles e traz composições imagéticas com as expressões “*revolutÍon*” e “*evolutÍon*”, presentes na letra, para lançar o íon/Itaú, dito “o aplicativo que vai mudar a forma de investir, o jeito de acompanhar investimentos e a forma de ficar por dentro das notícias do mercado financeiro”. Contudo, diferente da Robinhood, o Itaú nada tem de “pequeno”. Então, seria só mero apelo estético? Ou há aí uma apropriação que fala de um tipo de “revolução” e “evolução” que interessa o maior banco do país? Refletir mais longamente sobre o que se apresenta como “embate” entre o chamado mercado tradicional e os nomeados novos modelos extrapola o escopo deste artigo, assim comporá outro.

Para finalizar esta seção, trazemos duas peças publicitárias que acreditamos mostrar, de modo explícito, ser subjetiva a “evolução” que vem se tramando. A Robinhood exibiu, durante o *Super Bowl 2021* (grande final da liga americana de futebol), um vídeo no qual relacionava investimentos a diversas situações cotidianas (se exercitar, cuidar de bebê, pintar cabelo, etc.), com o seguinte fecho: “Você não precisa se tornar um investidor, você nasceu um”. Antes, em meados de 2020, a instituição financeira brasileira Sicredi (Sistema de Crédito Cooperativo, 2020) veiculou no *YouTube* publicidade onde o apresentador Pedro Andrade diz: “Eu quero contar uma coisa sobre você que talvez você ainda não tenha se dado conta, mas o fato é que você já é um investidor... Eu quero perguntar uma coisa: se você já investe seu tempo, seu conhecimento, sua energia num monte de outras coisas, por que não investir também o seu dinheiro?” (grifos nossos).

Considerações finais

Descartando qualquer essência do humano, para problematizar a “evolução” dos modos de subjetivação, ponto chave para nossa pesquisa, indagamos: seria possível, no início do capitalismo industrial, se enunciar “você nasce um investidor”? Não, era o trabalhador quem precisava ser objetivado e subjetivado para tê-lo obediente operando as máquinas. Na segunda metade do século XX, para o desenvolvimento do neoliberalismo, foi crucial engendrar e invocar o *homo oeconomicus* empresário de si, responsabilizável e “livremente” produtivo. Esse, em certa medida, já se constituía investidor, apesar disso não ser discursivamente explicitado: se passou a ser corrente afirmar-se empresário, ou empreendedor, ser e dizer-se investidor era para poucos. Com a expansão e desdobramentos do capitalismo financeirizado, eis que todos começam a ser convocados a assim reconhecerem-se para se tornar também investidores no mercado financeiro.

A produção deste sujeito operador financeiro começa cedo – certamente não só os amiguinhos da Turma da Mônica estão sendo convidados a fazer render seu dinheiro. Diz-se que qualquer um, basta ter alguns reais, pode começar a investir, expressão recorrente que evidencia um público-alvo. As plataformas financeiras, se posicionando como parceiras dos pequenos, “simplificando” operações e/ou lançando mão de *design* gamificado, visam atrair, motivar, engajar e, assim, produzir muitos novos investidores. Analisar suas divulgações e configurações, que flertam com elementos dos *games*, como intentamos mostrar, realçando linhas de enunciação, visibilidade, força e subjetivação, possibilitou algumas discussões, ajudou-nos a abrir uma questão que entendemos ser importante para o campo da psicologia: como se quer constituir e conduzir estes novos investidores, o que se quer deles?

Oportuno realçar o caráter exploratório e original da pesquisa e análises que realizamos. Se hoje algumas pesquisas abordam temáticas como neoliberalismo ou

conceitos como subjetivação capitalística para contextualizar e/ou compreender uma série de processos, os estudos em nosso campo, em geral, costumam passar ao largo de questões concernente à financeirização. Esperamos que, com as análises, problematizações e interrogantes apresentadas neste artigo, novas abordagens e compreensões possam advir.

Em nosso percurso analítico, vislumbramos alguns contornos do que Rolnik (2018) chama de cafetinagem, a captura das pulsões de vida pelo capital: a busca por normalizar, naturalizar, via chamamento para todos se reconhecerem investidores, em especial os “pequenos” (como o “favelado” que partiu do zero?); o incitamento a cogitar ser factível ter e realizar sonhos a partir de aplicações financeiras (possível para que parcela dos 99%?), a mobilização de marcadores sociais e sua redução a cartões coloridos (que diferença faria?); a “revolução” da íon que pergunta: “por que escolher investimentos não é tão legal quanto escolher séries?”.

Como não tomar esta pergunta, e o que responder? Ela remete, sem dúvida, ao que Han (2019) aponta, o entretenimento como novo paradigma. Então, investir como prática descontraída, sem implicações maiores (se uma série não é “legal”, é só se buscar outra). Evoca escolha, do tipo posto aos consumidores: dentre *séries* – de produtos, serviços, experiências –, adquira, desfrute, descarte, volte ao início deste ciclo, enquanto e sempre que tiver recursos. Uma pista quanto à direção que se quer conduzir os novos investidores?

Goulart e Nardi (2019) discutem a defesa da compreensão 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. Pensamos que as plataformas, ao lançar mão de uma ambiência gamificada, aproximar investimento e entretenimento, estão buscando despolitizar

mais ainda os processos, condições e operações econômico-financeiras que afetam o conjunto da população, o que necessita ser confrontado e contestado.

Ao iniciar a pesquisa, tínhamos algumas questões e objetivos; a busca e análise dos materiais, e sua proliferação em função de conexões que fomos fazendo, levaram a outras problematizações, a requerer novos estudos; para finalizar, buscamos articulá-las em torno de duas linhas maiores.

Uma primeira diz respeito à convocação para investir “do zero” ou quantias muito baixas. Para quem faz a operação, o rendimento é inexpressivo, assim como a movimentação de valores para a própria instituição. Então, a princípio, individualmente não se justificaria em termos meramente econômicos, talvez seja mesmo deficitária. Mas há um esforço considerável para atrair todos. O que se quer destes investidores: seus poucos recursos, pois somados poderiam gerar mais algum lucro ao sistema financeiro; adesão mais ampla ao discurso meritocrático, que faz pensar que, mesmo se partindo de muito pouco, há com almejar o “ilimitado” (definidor do capital); que “deslizem” entre o trabalho exaustivo e o investimento “recreativo”, a esperar que, num golpe de sorte, algum investimento transforme suas vidas; a construção do sentimento de pertencimento, pois todos operariam e habitariam o *universo* dos investimentos, e assim, via identificação, passariam a respaldar e legitimar quaisquer ganhos (inclusive os astronômicos) advindos do mercado financeiro; as alternativas anteriores e mais algumas?

Outra questão importante remete ao que abordamos no início do artigo: com a expansão

da financeirização, a precarização das condições de vida e as desigualdades sócio-político-econômicas avançaram para patamares absurdos. O que esperar a partir da inserção de novos pequenos “atores” no mercado dos investimentos? Junto com van der Heide and Želinský (2021), somos céticos. A chamada democratização do crédito, uma operação que alavancou a financeirização no Brasil, produziu uma multidão de endividados. Acreditar que independência ou segurança financeira possa derivar do mercado de investimento para o conjunto (ou parcela significativa) da população, haja vista não só as condições diferenciais de acesso, mas principalmente o caráter mesmo deste mercado, demandaria uma captura subjetiva a qual resistimos. Assim, nos indagamos sobre que articulações e contrapesos se poderia discernir entre as posições subjetivas endividado (de 99% da população) e investidor no mercado financeiro, que se busca nos últimos anos generalizar.

Ao mesmo tempo em que pudemos, a partir do olhar da psicologia, tecer algumas discussões sobre o processo de financeirização que marca a contemporaneidade, fomos lançando questões, convite a quem nos lê também seguir pensando. Tal processo, que concebemos como sendo um dispositivo constituído por elementos heterogêneos, perpassa variadas esferas da nossa vida, forjando posições subjetivas. Assim sendo, pontuamos a relevância de novos estudos para ampliar, diversificar e complexificar compreensões acerca de sua operação e implicações, de modo a podermos traçar resistências aos seus efeitos e vislumbrar alternativas que potencializem a vida.

Referências

Associação Brasileira de Fintechs (2019). Quem somos. Recuperado de <https://www.abfintechs.com.br/1-sobre-associacao>

Azevedo, V. (2021) *A gamificação nos investimentos avança no Brasil, entenda*

como. Recuperado de <https://www.suno.com.br/noticias/gamificacao-investimentos-warren-easyinvest-beneficios-cuidados/>

B3 (2021). *Uma análise dos investidores na B3*. Recuperado de

- https://www.b3.com.br/data/files/71/D4/B3/69/6E4CE71082242CE7AC094EA8/Book_PF_ultimo%20tri%202021.pdf
- Barros, L. M. R., & Barros de Barros, M. E. (2016). O problema da análise em pesquisa cartográfica. In E. Passos, V. Kastrup & S. Tedesco (Orgs.), *Pistas do método da cartografia – a experiência da pesquisa e o plano comum* (pp.175-202). Porto Alegre: Sulina.
- Bogost, I. (2011). Gamification é bullshit. Recuperado de <http://bogost.com/writing/blog/gamification-is-bullshit/>
- Burke, B. (2015). *Gamificar: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias*. São Paulo: DVS Editora.
- Comissão de Valores Mobiliários (2021). *Suitability – processo de adequação dos investimentos ao perfil do investidor*. Recuperado de https://www.investidor.gov.br/menu/Menu_Investidor/funcionamento_mercado/Suitability.html
- Confederação Nacional do Comércio (2022). *Pesquisa de endividamento e inadimplência do consumidor – maio 2022*. Recuperado de <https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2022/06/e75924e8a08d96d0a663e8e4e7f2334e.pdf>
- Costa, A. C. S., & Marchiori, P. Z. (2015). Gamificação, elementos de jogos e estratégia: uma matriz de referência. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, 6(2), 44-65.
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). Neoliberalismo e subjetivação capitalista. *Revista O Olho da História*, 22, 1-12.
- d’Ávila, M. (2020). Do videogame para o home broker: conheça as histórias de três crianças que investem em Bolsa. *Infomoney*. Recuperado de <https://www.infomoney.com.br/onde-investir/do-videogame-para-o-home-broker-conheca-as-historias-de-tres-criancas-que-investem-em-bolsa/>
- Domingues, D. (2018). O sentido da gamificação. In L. Santaella, S. Nesteriuk & F. Fava (Eds.), *Gamificação em debate* (pp. 11-20). São Paulo: Blucher.
- Dowbor, L. (2017). *A era do capital improdutivo*. São Paulo: Autonomia Literária.
- Estadão. (2021). *O papel da Robinhood na ‘gamificação’ do investimento*. Recuperado a partir de <https://investidor.estadao.com.br/negocios/robinhood-investimentos-papel>
- Exame. (2016). *Fintechs: uma explosão de oportunidades*. Recuperado de <https://exame.com/blog/investidor-em-acao/fintech-8217-s-uma-explosao-de-oportunidades/>
- Fava, F. (2018). A emergência da gamificação na cultura do jogo. In L. Santaella, S. Nesteriuk & F. Fava (Eds.), *Gamificação em debate* (pp. 51-66). São Paulo: Blucher.
- Fontenelle, I. (2017). *Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro: FGV Editora.
- Foucault, M. (1999). *História da Sexualidade I – a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2011). A cena da filosofia. In M. B. Motta (Org.), *Ditos & Escritos VII – Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina* (pp. 222-247). Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2014). O Jogo de Michel Foucault. In M. B. Motta (Org.), *Ditos & Escritos IX – Genealogia da ética, subjetividade e verdade* (pp. 44-77). Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2016). *Subjetividade e verdade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Goulart, L. A., & Nardi, H. C. (2019). O circuito da diversão ou da ludologia à ideologia: diversão, escapismo e exclusão na cultura de jogo digital. *Logos*, 26(2), 72-85.
- Han, B. C. (2019). *Bom Entretenimento: uma desconstrução da história da paixão ocidental*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes.
- Hardt, M. & Negri, A. (2014). *Declaração – Isto não é um manifesto*. São Paulo: n-1 Edições.

- Kastrup, V. (2009). O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In E. Passos, V. Kastrup & L. da Escóssia (Orgs.), *Pistas do método da cartografia* (pp. 32-51). Porto Alegre: Sulina.
- Laval, C. & Dardot, P. (2017). *La pesadilla que no se acaba nunca: El neoliberalismo contra la democracia*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Lavinas, L., Araújo, E., & Bruno, M. (2017). *Brasil: vanguarda da financeirização entre os emergentes*. Recuperado de https://www.ie.ufrj.br/images/IE/TDS/2017/TD_IE_032_2017_LAVINAS_ARA%C3%9AJ0_BRUNO.pdf
- Lavinas, L., Araújo, E., & Gentil, D. (2021). *Brazil: stock markets now driving financialization?* Recuperado de https://www.ie.ufrj.br/images/IE/TDS/2021/TD_IE_026_2021_LAVINAS_ARA%C3%9AJ0_GENTIL.pdf
- Lazzarato, M. (2017). *O governo do homem endividado*. São Paulo: n-1 Edições.
- Lobo-Rueda, D., & Lobo-Rueda, M. (2021). El Inversor: un ejercicio gamificado para mercados de valores. *I+ D Revista de Investigaciones*, 16(1), 75-86.
- Mansano, S. R. V., & Nalli, M. (2018). O medo como dispositivo biopolítico. *Psicologia: Teoria e Prática*, 20(1), 72-84.
- Massumi, B. (2020). *99 teses para uma revalorização do valor*. São Paulo: GLAC Edições.
- McGonigal, J. (2017). *A realidade em jogo*. Rio de Janeiro: Best Seller.
- Menezes, C. C. N., & Bortoli, R. (2018). Gamificação: surgimento e consolidação. *Comunicação & Sociedade*, 40(1), 267-297.
- Oxfam (2022). *Lucrando com a dor*. Recuperado de <https://materiais.oxfam.org.br/relatorio-lucrando-com-a-dor>
- Piketty, T. (2014). *O capital no século XXI*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- Prado Filho, K., & Teti, M. M. (2013). A cartografia como método para as ciências humanas e sociais. *Barbarói*, 38, 45-59.
- Rolnik, S. (2018). *Esferas da insurreição*. São Paulo: n-1 Edições.
- Rolnik, S. (2021). *Antropofagia zumbi*. São Paulo: n-1 Edições.
- Sant'Anna, D. B. (2019). Hayek na praia. In A. Butturi Junior, C. Candiotto, P. de Souza & S. Caponi (Orgs.), *Foucault e as práticas de liberdade I: o vivo e os seus limites* (pp. 161-174). Campinas: Pontes.
- Sistema de Crédito Cooperativo (2020). *Invista com Sicredi – Você já é um investidor*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=2XL7JK2ZVkJM&t=2s>
- Sousa, M., & Nigro, T. (2020). *Como cuidar do seu dinheiro*. Rio de Janeiro: HarperKids.
- van der Heide, A., & Želinský, D. (2021). 'Level up your money game': an analysis of gamification discourse in financial services. *Journal of Cultural Economy*, 14(6), 711-731.

Dados sobre os autores:

- *Inês Hennigen*: Psicóloga e Doutora em Psicologia pela PUCRS, atualmente é docente convidada no Programa de Pós-graduação em Psicologia Social e Institucional do Instituto de Psicologia da UFRGS, coordena o grupo de pesquisa LECOPSU – Leituras do contemporâneo & Processos de subjetivação.
- *Matheus Dalazen Foletto*: Atualmente é graduando em Medicina na Universidade Federal do Pampa, possui graduação incompleta em Psicologia (UFRGS), tendo sido bolsista de iniciação científica no grupo de pesquisa LECOPSU no período 2021-2022.

Agradecimentos e Informações complementares:

Agradecemos à Universidade Federal do Rio Grande do Sul pela concessão de bolsa de iniciação científica BIC-UFRGS, que contribuiu para a realização da pesquisa.

Declaração de Direito Autoral

A submissão de originais para este periódico implica na transferência, pelos autores, dos direitos de publicação impressa e digital. Os direitos autorais para os artigos publicados são do autor, com direitos do periódico sobre a primeira publicação. Os autores somente poderão utilizar os mesmos resultados em outras publicações indicando claramente este periódico como o meio da publicação original. Em virtude de sermos um periódico de acesso aberto, permite-se o uso gratuito dos artigos em aplicações educacionais e científicas desde que citada a fonte conforme a licença CC-BY da Creative Commons.



[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).