Agenciamento da circulação por algoritmos

A gamificação tentativa nas narrativas da Netflix

La circulación agenciada por algoritmos

La gamificación tentativa en las narrativas de Netflix

Algorithm-Driven Circulation

Attempted Gamification in Netflix Narratives

DOI: https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4325

DINIS FERREIRA CORTES

dinisfcortes@gmail.com - Santa Maria - Centro Universitário Leonardo da Vinci, Brasil.

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4854-8767

COMO CITAR: Ferreira Cortes, D. (2026). Agenciamento da circulação por algoritmos. A gamificação tentativa nas narrativas da Netflix. *InMediaciones de la Comunicación, 21*(1). https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4325

Fecha de recepción: 28 de noviembre de 2025
Fecha de aceptación: 30 de mayo de 2026

RESUMO

O artigo desenvolve a hipótese teórica de que as narrativas da Netflix se aproximam das narrativas gamificadas, acionando, para isso, o que nominamos de Agenciamento da Circulação por Algoritmos (ACA) – uma mediação entre lógicas de produção e recepção. As referências teóricas abrangem perspectivas sobre narrativas, gamificação, midiatização e circulação, acentuando a dimensão semiótica. Argumentamos que esse projeto narrativo, ACA, potencializa as dimensões cognitivas, emocionais e energéticas dos meios narrativos em um novo formato cultural.

PALAVRAS-CHAVE: *narrativa, gamificação, midiatização, circulação, semiose, algoritmos.*

RESUMEN

El artículo desarrolla la hipótesis teórica de que las narrativas de Netflix se aproximan a las narrativas gamificadas, activando para ello lo que denominamos Agencia de Circulación Algorítmica (ACA), entendida como una mediación entre las lógicas de producción y recepción. Las referencias teóricas abarcan perspectivas sobre narrativas, gamificación, mediatización y circulación, con énfasis en la dimensión semiótica. Argumentamos que este proyecto narrativo, ACA, potencia las dimensiones cognitivas, emocionales y energéticas de los medios narrativos en un nuevo formato cultural.

PALABRAS CLAVE: *narrativa, gamificación, mediatización, circulación, semiosis, algoritmos.*

ABSTRACT

The article develops the theoretical hypothesis that Netflix's narratives are approaching gamified narratives, activating what we call Algorithm-Driven Circulation (ACD) — a mediation between production and reception logics. The theoretical framework encompasses perspectives on narrative, gamification, mediatization, and circulation, emphasizing the semiotic dimension. We argue that this narrative project, ACD, enhances the cognitive, emotional, and energetic dimensions of narrative media in a new cultural format.

KEYWORDS: *narrative, gamification, mediatization, circulation, semiosis, algorithms.*

1. INTRODUÇÃO

1.1. Novos formatos narrativos em audiovisuais na 'era' dos algoritmos

O propósito do nosso texto é o de instigar o funcionamento das práticas interacionais de agenciamentos da plataforma Netflix e também como as narrativas presentes em forma de obras (filmes-jogos) se constituem diante das lógicas dos algoritmos e do audiovisual, no nosso caso, sob a ótica da gamificação dos processos. Nesse sentido, temos o acionamento do que chamamos de Agenciamento da Circulação por Algoritmos (ACA).

Para Alan Turing (1937), um algoritmo é um conjunto finito de instruções precisas e automáticas que uma máquina pode executar passo a passo para resolver um problema ou realizar uma tarefa. Baseado no modelo da Máquina de Turing, um algoritmo é qualquer processo mecânico que transforma dados de entrada (*input*) em um resultado (*output*). Plataformas como a Netflix são o resultado de um engendramento de algoritmos que buscam como objetivo traçar caminhos alternativos de escolhas para os interagentes.

A circulação das narrativas midiáticas é uma temática ascendente dentro das pesquisas em comunicação no mundo e, especialmente no Brasil. Os seriados audiovisuais, antes restritos à plataforma televisiva, recebem um novo viés na consolidação dos novos meios envolvidos. Desde o início dos seriados, as narrativas audiovisuais precisaram de adaptação aos meios. Com os serviços de streaming, não só a produção, mas também a forma de consumo mudou. Não somente a escolha do público é considerada, mas também os algoritmos trabalham no aperfeiçoamento de nichos, observando e "servindo" o receptor, que é interagente por interfaces específicas. As narrativas estão em constante experimentação nos serviços de streaming. A forma como o público consome instiga a raiz da produção. Se o público assiste uma temporada inteira, episódio atrás do outro, a produção audiovisual precisa considerar tal fator na hora de produzir.

Concomitante com a observação das transformações nos formatos de narrativas midiáticas, perguntamos: o que é visto via streaming é realmente seriado televisivo? Numa primeira inferência, percebemos que há heranças, mas ao mesmo tempo há desafios a quem produz e também para a análise. Afinal, as formas na tessitura da midiatização e a circulação midiática colocam em evidência uma reestruturação não somente nas formas de distribuição, mas principalmente na forma como a narrativa é preparada para o público, incluindo as transformações da produção e do consumo agenciadas pelos algoritmos. Queremos investigar também esta relação.

Os algoritmos possuem um papel importante na forma de oferta midiática em streaming. Eles são responsáveis pelo "reconhecimento e aprendizado de padrões" (Amblard, 2015, p. 2), que são processados e transformados em uma linguagem que possa servir aos humanos. Ao longo dos últimos anos, pesquisas

foram feitas levando em consideração a profunda transformação no modo de consumir através dos serviços de streaming.

No trabalho "A prática do binge-watching nas séries exibas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada", Lopes da Silva (2015) diz que é possível perceber angulações sobre a mudança paradigmática da forma como o usuário se comporta frente ao Netflix, serviço de streaming. Levando a angulação de investigação aos processos narrativos, Soares (2017), diz que:

> Os escritores não estão apenas adicionando minutos, eles estão contando histórias cada vez maiores e mais complexas. Por isso, é possível afirmar que a Netflix está pensando mais em termos de temporada do que em termos de episódio. Os episódios – que não são unidades independentes, são partes de um todo. (p.10)

A midiatização é condensadora de aspectos emergentes da técnica e da tecnologia, dos signos e dos sentidos sociais (os meios materiais e os dispositivos). Mas não somente disso. O sentido dos dispositivos está em interface com a circulação midiática, conceito que permite analisar características que movem profundas transformações nos modos das articulações entre produção e consumo midiáticos.

Os processos narrativos estão em constante transformação frente à midiatização, mas há diferentes e complexas perspectivas que podem ser problematizadas. Assim como é percebida a migração dos espectadores televisivos para os serviços de streaming e um novo modo de consumo, há evidentemente novas formas de construções narrativas que estão sendo trabalhadas, experimentadas e vivenciadas através dos processos de produção e interação. O consumidor está em atividade, e o produtor em sintonia constante com a formulação de distribuição. Gradualmente, as narrativas seriadas televisivas estão sofrendo uma forte transformação estrutural considerando aspectos culturais e sociais significantes. Portanto, o stream não afeta somente uma esfera de consumo, mas há uma complexidade na forma como as narrativas estão sendo conduzidas. Há também signos e codificações sócio-culturais que são ali acionados.

De acordo com Rosa (2012):

> para além dos meios entendidos como instrumentos, os meios se constituem, no momento atual da midiatização, em uma nova ambiência que através de suas lógicas, recursos tecnológicos e operações possibilitam a sua existência. Cada vez mais são as mídias que organizam os acontecimentos e a própria vida, fazem a gestão destes e regulam ou determinam a presença dos outros campos, bem como seus discursos. (p. 61 e 62)

Aqui, Rosa recupera a proposição de Gomes (2016) sobre ambiência.

No nosso entendimento, o usuário faz uma imersão – como se fosse um gamer – no ambiente narrativo. Nesse sentido, o interagente é parte do ambiente

que é estruturado em conjunto entre interagentes e plataformas. O modo como são dispostas as narrativas nas mídias audiovisuais sofreu um grande impacto com os serviços de streaming. Mais que um local de reprodução, os novos meios como a Netflix, reestruturam as formas não só de distribuição de conteúdos audiovisuais, mas também os formatos como eles são divulgados.

Os processos interacionais agenciados por algoritmos, que acionam banco de conhecimento e bancos de dados, ajudam a redefinir formas de construção de narrativas fílmicas. O interagente tem um papel importante na montagem da sequência da narrativa que quer consumir. Isso se dá através dos processos de interações que viabilizam trocas de informações entre o interagente e o banco de dados da plataforma. Nesse espaço, o algoritmo é agência, que questiona o ordenamento linear da narrativa. Ganha um novo formato possível se comparado aos meios materiais anteriores.

Umyarov e Tuzhilin (2009) trazem uma concepção para compreender esse tipo de relação (narrativa-algoritmo-mídia), em especial recomendações de filtragem colaborativa usando dados externos. Seria o que podemos ver também na abordagem top-down e bottom-up (de cima para baixo e de baixo para cima). Nessa lógica, as informações são distribuídas de acordo com os processos interacionais, de forma colaborativa. Como consequência, as informações são acionadas em um banco de dados e colocadas como visíveis aos interagentes, trazendo novas opções de filtragens ainda mais refinadas.

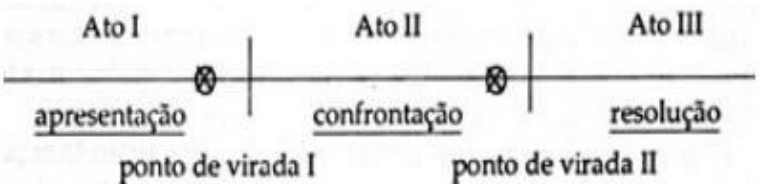
Os mecanismos inferenciais são ativados nas intersecções de cenas, onde são criados diferentes pontos de virada, escalonando questões significantes no contexto do filme, como aceitar um emprego ou não, ou simplesmente que ajudam a definir um gosto musical, como escolher que música ouvir ou que tipo de cereal matinal prefere que os personagens se alimentem.

A história fílmica é elaborada através de elementos característicos que ajudam, através da narrativa, a trazer particularidades de lugar e tempo. Para a história poder ser interpretada, devemos, portanto, ter um ordenamento de construção narrativa, ou seja, se estamos lendo uma história ela precisa ter um início, meio e fim. Certo? Sim, mas Field (2001) acredita que há mais que isso. O autor elaborou um paradigma onde é possível visualizar os momentos de situações dramáticas relacionando partes de um roteiro a uma estruturação.

> Uma história é um todo, e as partes que a compõem –a ação, personagens, cenas, sequências, Atos I, II, III, incidentes, episódios, eventos, música, locações, etc.– são o que a formam. Ela é um todo. Estrutura é o que sustenta a história no lugar. É o relacionamento entre essas partes que unifica o roteiro, o todo. Esse é o paradigma da estrutura dramática. (Field, 2001, p. 12)

O paradigma da estrutura dramática é composto por elementos que movem a história em diferentes direções, organizando estruturalmente a narrativa em diferentes condições de atos e pontos de virada (Figura 1).

Figura 1. Paradigma da estrutura dramática



Fonte: Field (2001).

Nesse sentido, os pontos de virada são, o local emergente em que percebe-se o redirecionamento no filme para possibilidades de fim. Vislumbrando na perspectiva de um jogo-filme, observa-se que quando os contornos dos filtros recebem escolhas erradas do interagente, o mesmo é colocado a escolher aquele novo direcionamento determinante como o ponto de virada necessário para a história seguir adiante. Caso contrário, é forçado a ver cenas que o convençam de que precisa fazer isso e retorna para a mesma escolha imposta.

Pode-se ponderar que esta estrutura narrativa não corresponde às narrativas dos acontecimentos sociais. Esta ponderação decorre da diferença de processo. Nos acontecimentos sociais, os pontos de virada acionam incertezas sobre os seus desdobramentos (Kaefer & Ferreira, 2017). Já na narrativa, as incertezas são neutralizadas pelo sistema, que é fechado.

Questionamos, portanto, se os pontos virada não se constituiriam em um simulacro dos sistemas não determinísticos que ofereceriam uma inteligibilidade aos redirecionamentos em processos de incerteza.

2. A GAMIFICAÇÃO EM OBRAS (FILME-JOGO) E OS CICLOS DE JOGOS

A Netflix apresenta uma variedade de filmes interativos em seu catálogo. Essas obras são estruturadas com processos de escolhas pelo interagente no qual direcionam para diferentes caminhos narrativos. O paradigma de Field (2001) nos traz a percepção que existem elementos característicos do audiovisual e do cinema na essência de obras. Sim, em parte a construção estrutural do projeto agenciamento da circulação por algoritmos (doravante nominado de ACA) é uma narrativa onde, portanto, a linguagem cinematográfica é compartilhada.

A questão é saber em que consiste a diferença. Nossa formulação é de que, ao observar a estrutura interativa, é possível perceber a dinâmica de uma experiência gamificada. Seu processo interacional coloca o interagente frente a escolhas que caracterizam um espaço do que Deterding (2011) classifica como gamificação.

Na visão de Deterding (2011), o conceito de gamificação aparece como sendo a utilização de elementos de design de games em experiências que não são

jogos. A proposta do autor remete aos processos e práticas que conduzem o interagente estrategicamente de um ambiente com suas regras de funcionamento estabelecidas para um ambiente motivacional onde através da gamificação são alçados melhores desempenhos estratégicos.

A motivação em jogar é um processo central no que diz respeito à gamificação. O ACA recorre ao envolvimento do interagente imerso no meio, como forma de trazê-lo para dentro do processo de organização dos contextos de narrativas propostas. Não somente as escolhas, mas o resultado delas influenciam a continuidade de estar ali, interagindo e continuar a adentrar os processos midiáticos, como parte integrante entre decisões e recompensas por isso, no caso dar sequência a narrativa pretendida. Assim como no jogo, há decepções pela imposição do agenciamento feito pela plataforma (no caso o filme-jogo) – quebra do princípio de incerteza em tensão com a simulação do meio, mas também as realizações que motivam e incentivam o interagente a seguir em frente para o desfecho da narrativa.

Para Deterding (2011), entre o sucesso da interação e as necessidades de satisfação do emocional há "a qualidade de apoio ou impedimento da autonomia das entradas ambientais que não são fornecidas objetivamente, mas um significado social subjetivamente interpretado" (p. 3). Nesse caso, ir ao encontro de determinada escolha nos remete subjetivamente a uma via de sentido na figuração tentativa, conforme o ambiente então proposto pela agência algorítmica e circulação. Por fim, é a partir do composto motivacional do interagente que temos o desenvolvimento do filme-jogo.

De acordo com Detering (2011):

> Colocar diferentemente, não só a situação de uso ('jogar') em si envolvem aspectos motivacionalmente salientes (voluntariedade, falta de consequência). Mesmo os recursos motivacionais que pertencem ao artefato (em nosso caso, o videogame) estão situados no sentido que sua saliência motivacional é pelo menos parcialmente determinada por seu uso situacional e significado. (p. 3)

Nesse sentido, é possível perceber que o filme-jogo é, em prática, uma gamificação tentativa. Sendo assim, uma das características intrínsecas da experimentação é a de colocar o interagente em um ambiente novo, onde são necessárias aprendizagens de novos usos que a ferramenta pode ter. No caso específico, aprender a jogabilidade do filme-jogo é um dos fundamentos para poder prosseguir.

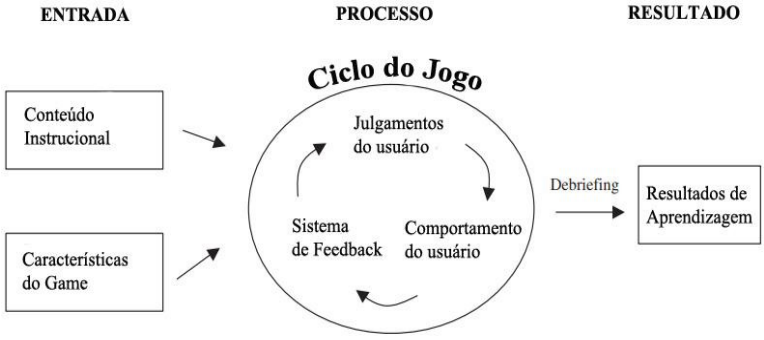
Em um game, o interagente é colocado em inúmeras escolhas que são impostas com o intuito de dar progressão aos arcos narrativos. Entre a aprendizagem, escolhas e usos, a narrativa em ACA é determinada por interesses específicos por desfechos narrativos - expostos ao usuário e que, a partir da sua interação com a plataforma – nos quais são definidos parâmetros de escolha de uma narrativa, e seguir adiante. O seguir adiante aqui nada mais é que o espaço entre a

motivação da escolha e a satisfação de ver o desenrolar da narrativa. No caso, assistir o que resultará da escolha realizada, assim como um game.

Uma vez que é necessário um engajamento do usuário em aprendizagem e uso do sistema proposto, alguns usuários vão querer seguir os desafios de aprender e usar; já outros, não vão querer continuar; alguns irão querer repetir o trajeto de escolhas em busca dos novos caminhos de narrativas e finais alternativos.

Garris, Ahlers e Driskell (2002) criaram um modelo chamado Ciclo do Jogo (*Game Cycle*) para melhor compreender o processo de aprendizagem e motivação através de um game (Figura 2).

Figura 2. Modelo de *Game Cycle*



Fonte: Garris, Ahlers e Driskell (2002, p. 445).

O modelo segue uma tríade onde há entrada, processo e resultado que são cíclicos e constantes sobre o próprio eixo. Na entrada, são apresentados os conteúdos instrucionais que determinam o direcionamento de funcionamento do game. Esses são renovados conforme a progressão na narrativa. Junto ao conteúdo instrucional, são expostas as características do game com a inserção de elementos que busquem delimitar como é a dinâmica do game. O resultado da aprendizagem após o debriefing e os resultados contrastados forçam aos movimentos de paradas de ciclos na jogabilidade por parte do usuário ou a sua continuidade.

Seguindo no modelo de *Game Cycle,* temos os ciclos do jogo em si que incluem "os julgamentos ou reações do usuário, como prazer ou interesse, comportamentos do usuário como maior persistência ou tempo na tarefa e mais o feedback do sistema" (Garris, Ahlers & Driskell, 2002). No modelo, o centro é o ciclo do jogo que é acionado por funcionalidades do jogo e que isso resulte em automotivação para continuar a jogar fazendo o processo inúmeras vezes em progressão.

> Vemos o ciclo do jogo como interativo, de forma que o jogo envolve repetidos loops de feedback-comportamento-julgamento. Ou seja, o jogo pode levar

> a certos julgamentos ou reações do usuário, como maior interesse, prazer, envolvimento ou confiança; essas reações levam a comportamentos como maior persistência ou intensidade de esforço; e esses comportamentos resultam em feedback do sistema sobre o desempenho no contexto do jogo. (p. 445)

Verón (2014) acredita que a expansão de meios através de um "novo dispositivo técnico-comunicacional", caracteristicamente "produz efeitos radiais, em todas as direções, afetando de diferentes formas e com diferentes intensidades todos os níveis da sociedade funcional" (p. 16). Para o autor, esse caráter radial produzido pelos fenômenos midiáticos é proveniente da sua natureza sistêmica, "implicando em uma enorme rede de relações de retroalimentação" (Ibid.). Nesse sentido, o filme-jogo pode ter o que Garris, Ahlers e Driskell (2002) chama de feedback-comportamento-julgamento, onde as lógicas de retroalimentação são endereçadas pelas dinâmicas do processo interacional e das referências emanadas subjetivamente pelos interagentes em um contexto sócio-semio-técnico.

2.1. Duplo vínculo e a materialização de experiências mentais

Se, de um lado, temos as técnicas de um processo de gamificação exercendo um papel de vínculo midiático com o interagente, no qual há limitações derivadas de reduzidas técnicas de escolhas, em uma via paralela constituem-se vínculos a partir do espaço da experiência mental do interagente. É baseado nesse segundo vínculo que é realizado o julgamento de escolhas do interagente e que, por consequência, modela o comportamento do mesmo antes do feedback, como observamos no modelo *Game Cycle*.

O questionamento leva ao encontro dos espaços de ambiências e seus níveis do que vemos e o que é concebido nos fluxos por esse duplo vínculo. Aqui, como já nos referimos, se coloca a tensão entre "materialidades, energias e emoções" (Ferreira, 2017, p. 113).

Se temos um agenciamento de materialidades, emoções e energias que move o duplo vínculo, se observa um espaço de deslocamento de territórios regrados, não somente por um espaço de técnica, ação e reação, mas por um processo de organização que o próprio design das estruturas molda e possibilita. Nesse sentido, Souza e Mota (2015) afirmam que no "design, a materialização das ideias ou imagens mentais ocorre no processo de execução ou gestão das mesmas" (p. 22).

Sendo assim, o duplo vínculo subjaz à circulação entre materialidade e mente, desdobrando-se em espaços de relações possíveis e incerteza, base da circulação. Aqui, a episteme convocada é a da Escola Palo Alto, "nós queremos, pois, acentuar menos as relações do emissor (e do receptor) e do signo, e mais a relação que une emissor e receptor, quando essa está mediatizada

pela comunicação" (Watzlawick, Beavin & Jackson,1972, p. 17). Há, na midiatização, um aspecto convergente no que diz respeito à perspectiva da circulação, mas ao mesmo tempo é complementar, uma vez que, se considerada a teoria do signo, há questões além das materializações. É aqui o ponto onde queremos chegar. A própria definição da palavra design que articula as arquiteturas em rede é proveniente da fusão de palavras que o definem como "signo" (Roque, 2015).

Se a circulação é composta por elementos que agenciam o produtor e interagente, a semiose, mesmo que dentro das materializações dos algoritmos, colabora na construção da materialização mental no processo de interação. São noções que, no caso da plataforma Netflix, são exploradas até mesmo nas *tags*, com a formação de catálogos de gêneros específicos de sensações emocionais, que determinado filme ou série pode causar ao usuário da plataforma. Começa no macro e adentra ao micro, com o espaço de interação agenciado pelos algoritmos, no caso em um agenciamento da narrativa, confrontando escolhas que dinamizam aspectos emocionais.

Ferreira (2020) acredita, baseado em Verón (2014), que "um dos processos centrais da midiatização é a materialização da experiência mental" (p. 4), num processo de interação sujeito-ambiente, em semiose. Olhar para os processos midiáticos na perspectiva da midiatização é encarar o que se dá nas complexas relações de materialidades, mentes e emoções, em circulação em todas as camadas comunicacionais. Isso é, devemos observar o que há na semiose social, que, na espécie humana, difere pelas habilidades "bio-psico-cognitivas". Ferreira (2020) assim caracteriza esse processo:

> A semiose midiatizada se refere a esse processo em que a materialização da experiência mental em objetos é, imediatamente, base para novas inferências individuais e sociais, referência das interações, fomento de interpretação de indícios e imaginários. Evidentemente, pensar a genealogia da midiatização nessa perspectiva é muito mais complexo. Isso não quer dizer que toda a experiência mental pode ser objetivada. A formulação é quântica: se nem tudo é matéria, há, em nosso cosmo-planeta e social, muito de energia não materializada. Portanto, a midiatização é um universo restrito, mesmo quando falamos da semiose midiatizada. Há um universo energético que, como halo, nos aciona. Esse é de difícil acesso, inclusive porque não materializado. Além disso, há um (imenso) universo de sentidos que são imaginários e simbólicos, conscientes, subconscientes e inconscientes, que não se manifestam materialmente. (p. 4)

Nesse sentido, as experimentações provenientes da gamificação podem trazer respostas no que diz respeito à materialização da experiência mental em objetos, nas suas superfícies, bem como nas entrelinhas do desenvolvimento da semiose do processo em midiatização. Referenciamos aqui Costa e Marchiori (2016), que traduzem Werbach e Hunter (2012) em um quadro onde descrevem os processos através das dinâmicas de jogos, visto que a partir

da gamificação, em que esses processos "devem ser gerenciados, mas não são explicitadas obrigatoriamente no jogo", são elas:

- *Emoções*: jogos podem criar diferentes tipos de emoções, especialmente a da diversão (reforço emocional que mantém as pessoas jogando).
- *Narrativa*: estrutura que torna o jogo coerente. A narrativa não tem que ser explícita, como uma história em um jogo. Também pode ser implícita, na qual toda a experiência tem um propósito em si.
- *Progressão*: ideia de dar aos jogadores a sensação de avançar dentro do jogo.
- *Relacionamentos*: refere-se à interação entre os jogadores, seja entre amigos, companheiros ou adversários.
- *Restrições*: refere-se à limitação da liberdade dos jogadores dentro do jogo (Costa & Marchiori, 2016).

Sendo assim, sentidos que estão no imaginário contribuem para acionamentos do que pode ser simbolizado através da narrativa, conforme diferentes tipos de ações emocionais presentificadas em interações dos atores com o ambiente. A progressão é uma agência algorítmica entre produção e recepção, abrangendo esferas cognitivas, emocionais e energéticas. Não se configuram aqui relacionamentos com outros atores-jogadores, uma vez que o projeto ACA não permite uma integração para jogar com outros usuários da rede. As restrições demonstram o espaço de controle que a mesma exerce ao definir um dispositivo que redireciona a narrativa e as escolhas, mesmo que oferecendo possibilidades narrativas aos consumidores.

Olhando o ACA a partir das lógicas de games, do modelo de *Game Cycle*, é possível distinguir as reações de escolhas dos interagentes em situações da narrativa, que são impostas no processo de gamificação do filme. Para Johnson e Wiles (2003), "os videogames constituem um gênero de software em que a experiência afetiva do usuário é fundamental. Se um jogo não gera emoções positivas no usuário, é improvável que tenha sucesso" (p. 4).

Atingir o sucesso em uma narrativa ACA significa motivar os jogadores a experimentar o que Johnson e Wiles (2003) chamam de *afeto positivo*. Ainda segundo o autor, o afeto positivo pode assumir diferentes formas de emoções "incluindo satisfação, uma sensação de realização, diversão ou entusiasmo" (pp. 4 e 5). É a partir da materialização da experiência mental retroalimentada que temos a constituição do que pluralmente traz uma experiência afetiva através da interação com a narrativa e o processo de escolhas. O algoritmo, nessa perspectiva, contribui para uma organização lógica e operacional do que "entrará", ao ser materializado, em circulação – agenciando gatilhos capazes de gerar determinadas emoções. Talvez seja pertinente, aqui, pensar com Ferreira (2018), quando esse afirma que:

> Ao contrário de outras espécies, a humana desenvolve essa capacidade incomparável de materializar o que imagina semioticamente, desde as suas fontes inconscientes até suas operações cognitivas, em técnicas e tecnologias. O social é o atravessamento: do imaginário às realizações, passando pelas operações, só se realiza com a condição de ser potencialmente compartilhado, nos usos, práticas e apropriações – configurando dispositivos sociais agenciadores. (p. 361)

Jogar até o ponto em que o envolvimento se torna uma prática intensa, "que leve as suas habilidades ao limite até que se perca a noção de tempo. Basicamente, você se torna parte do jogo"[1] (High Score, 2020), isso é denominado como *flow* ou fluxo. O conceito desenvolvido pelo psicólogo húngaro-americano Mihaly Csikszentmihalyi é um dos pilares de estudos sobre a energia psíquica que afeta gamers, atletas e músicos.

Há, nesse estado mental um engajamento a tal ponto que o jogador está tão imerso que é capaz de esquecer o que está acontecendo ao redor. De acordo com Csikszentmihalyi (1990) há, inclusive, um processo de configuração positiva da subjetividade:

> No fluxo, estamos no controle de nossa energia psíquica e tudo o que fazemos adiciona ordem à consciência. Após uma experiência de fluxo, nosso self se torna mais complexo do que teria sido antes, devido a dois amplos processos psicológicos - diferenciação e integração. O eu torna-se diferenciado à medida que a pessoa após uma experiência de fluxo se sente mais capaz e habilidosa. Fluxo leva à integração porque pensamentos, intenções, sentimentos e os sentidos estão focados no mesmo objetivo. Depois de um episódio de fluxo, a pessoa se sente mais junto do que antes, não apenas internamente, mas também com respeito às outras pessoas e ao mundo em geral. A diferenciação promove a individualidade enquanto a integração facilita as conexões e a segurança. (p. 3)

Podemos aqui inferir sobre uma forma de vínculo – o vínculo mediado pelo processo midiático. Inclui-se a dimensão energética. Jung (2002) caracteriza a energia psíquica não "como uma substância que se movimenta no espaço, mas um conceito abstrato das relações de movimento" (pp. 41 e 42). É no movimento que se constitui a libido e que, para o autor, diferente de Freud, vai além da dinâmica sexual, estando presente em diferentes aspectos do viver como o instinto de fome e sentimentos como emoções e afetos. É nesse espaço de abstração "o conceito utilizado na observação será sempre, automaticamente, hipostasiado pelo material da experiência" (p. 42).

Nos complexos movimentos de relação circular entre agência algorítmica, narrativas, ambiente filme-game, sistema psíquico, há acionamento do que é visto teoricamente por Ferreira (2018): "acionam novos sentidos emocionais, novas realidades mostradas, novas interpretações", por consequência de forjadas em "fortes fluxos de interações e novas emoções, realidades e interpretações"

1 Ver: *High Score*. Série de documentários. Original da Netflix, 2020. https://www.netflix.com/br/title/81019087

(p. 364). Se a circulação midiática problematiza as relações mediadas entre interagentes, os lugares das mídias, algoritmos, os signos e codificações são mais profundos e estão presentes mesmo que abstratamente nos fluxos de relações, materializações e experiências emocionais e energéticas. O projeto ACA aponta novos direcionamentos para essas relações e lugares.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos ao longo do artigo, o ACA tensiona as fronteiras entre produção e recepção, reorganizando o audiovisual em um ambiente que não apenas distribui narrativas, mas estrutura as condições de sua experiência. Ao aproximar essas narrativas de lógicas gamificadas, a Netflix não transforma seus produtos em jogos propriamente ditos, mas incorpora dinâmicas de escolha, progressão, recompensa e restrição que reconfiguram o modo como o interagente se envolve com a obra. Nesse processo, os algoritmos deixam de ser apenas operadores técnicos de recomendação e passam a atuar como agentes semióticos que modulam percursos narrativos, afetos e expectativas.

Essa dinâmica evidencia que a midiatização contemporânea não se limita à circulação de conteúdos, mas envolve a materialização de experiências mentais em sistemas técnicos que retroagem sobre os sujeitos. A gamificação tentativa, nesse contexto, funciona como dispositivo de engajamento que articula dimensões cognitivas, emocionais e energéticas, produzindo vínculos mediados por interfaces e bancos de dados. Os pontos de virada narrativos, ainda que simulacros de abertura, operam como estratégias de intensificação da imersão, reforçando a sensação de agência ao mesmo tempo em que mantêm o controle estrutural do sistema.

Assim, o projeto narrativo analisado aponta para um cenário em que narrativas audiovisuais, algoritmos e práticas interacionais se entrelaçam na constituição de novas ambiências culturais. A ACA emerge como chave teórica para compreender esses processos, ao destacar a circulação como espaço de negociação entre lógicas algorítmicas, design de experiência e semiose social. Mais do que uma inovação formal, trata-se de uma mutação nos modos de sentir, interpretar e habitar as narrativas na cultura de plataformas.

REFERÊNCIAS

Amblard, M. (2016). Regard sur "À quoi rêvent les algorithmes". *Interstices*. https://hal.science/hal-01280938/

Costa, A. C. S. & Marchiori, P. Z. (2016). Gamificação, elementos de jogos e estratégia: uma matriz de referência. *INCID - Revista de Ciência da Informação e Documentação*. *6*(2). https://doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v6i2p44-65

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience.* Harper & Row.

Deterding, S. (2011). Situated motivational affordances of game elements: A conceptual model. In *CHI : Conference on Human Factors in Computing Systems*, Vancouver, Canada.

Ferreira, J. (2017). As metamorfoses da circulação dos fluxos às questões de reconhecimento. Em Castro, P. C., *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. EDUFAL.

Ferreira, J. (2018). Genealogia dos meios e materialização das experiências mentais: perspectivas para pensar a midiatização. Em Ferreira, J., Rosa, A. P., Fausto Neto, A., Braga, J. L. & Gomes, P. G. (Orgs.), *Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?* (pp. 359-376). FACOS-UFSM.

Ferreira, J. (2020). Midiatização, comunicação e algoritmos: uma proposta teórico metodológica para investigação das afinidades eletivas (no prelo). Em Ferreira, J., Gomes, P. G., Fausto Neto, A., Braga, J. L. & Rosa, A. P. (Orgs.), *Redes, sociedade e polis: recortes epistemológicos na midiatização* (pp. 268-300). FACOS-UFS.

Field, S. (2001). *Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico.* Objetiva.

Garris, R., Ahlers, R. & Driskell, J. (2002). Games, motivation, and learning: A research and practice model. *Simulation & Gaming*, *33*(4), 441-467. https://doi.org/10.1177/1046878102238607

Gomes, P. G. (2016). Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. *Revista FAMECOS. Mídia, cultura e tecnologia*, *23*(2). https://www.redalyc.org/pdf/4955/495553927012.pdf

Johnson, D. M. & Wiles, J. (2003). Effective Affective User Interface Design in Games. *Ergonomics*, *46*(13/14), pp. 1332-1345. https://eprints.qut.edu.au/6693/

Jung, C. G. (2002). *A energia psíquica*. Editora Vozes.

Kaefer, C. M. & Ferreira, J. (2017). A instabilidade nas interações acionando circuitos-ambientes midiáticos: o caso do goleiro aranha e da torcedora patrícia moreira. *Logos, 24(2),* 66-93.

Lopes da Silva, A. (2015). A prática do binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada. *Comunicon - Congresso Internacional Comunicação e Consumo,* Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, São Paulo, Brasil.

Roque, M. I. (2020). Design, a outra ciência dos signos. *A.MUSE.ARTE*. https://amusearte.hypotheses.org/1075

Rosa, A. P. (2012). *Imagens-totens: a fixação de símbolos nos processos de midiatização*. Tese, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil.

Soares, M. P. A Mudança na Narrativa das Séries de TV: uma Análise de Arrested

Development na Netflix. *Congresso Intercom - Comunicação, memórias e historicidades*, Curitiba, Brasil.

Souza, A. J. S. de & Mota, D. R. (2015). A interdisciplinaridade do design e a materialização da imagem mental. *Cadernos UniFOA - Especial Design*. 2, 19-23.

Turing, A. M. (1937). On computable numbers, with an application to the Entscheidungsproblem. *Proceedings of the London Mathematical Society*, 42, 230-265.

Umyarov, A. & Tuzhilin, A. (2009). Improving Collaborative Filtering Recommendations Using External Data. *Eighth IEEE International Conference on Data Mining*, Pisa, Itália.

Verón, E. (2014). Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, *8*(1), 13-19. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19

Watzlawick, P.; Beavin J. H.& Jackson D. D. (1967). *Une logique de lacommunication.* Seuil.

Werbach, K. & Hunter, D. (2012). *For the win: how game thinking can revolutionize your business*. Wharton Digital Press.

* Contribuição dos autores: A conceituação e o desenvolvimento integral do artigo são obra do autor.
* Nota: O Comitê Acadêmico da revista aprovou a publicação do artigo.

* O conjunto de dados que apoia os resultados deste estudo não está disponível para uso público. Os dados da pesquisa serão disponibilizados aos revisores, se necessário.

Artigo publicado em acesso aberto sob a Licença Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICAÇÃO DO AUTOR

Dinis Ferreira Cortes. Doutor e Mestre em Ciências da Comunicação pela *Universidade do Vale do Rio dos Sinos* (Brasil). Especialização em Comunicação e Projetos de Mídia pela Universidade Franciscana (Brasil). Formado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Franciscana. Professor Regente dos cursos de Comunicação do Centro Universitário Leonardo da Vinci (Brasil). Membro da Rede Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. É responsável pelo Portal Midiaticom e colabora no Comitê Executivo de Editoria Técnica da *Revista Questões Transversais*. Temas de pesquisa: midiatização, inteligência artificial, algoritmos e semiose social.