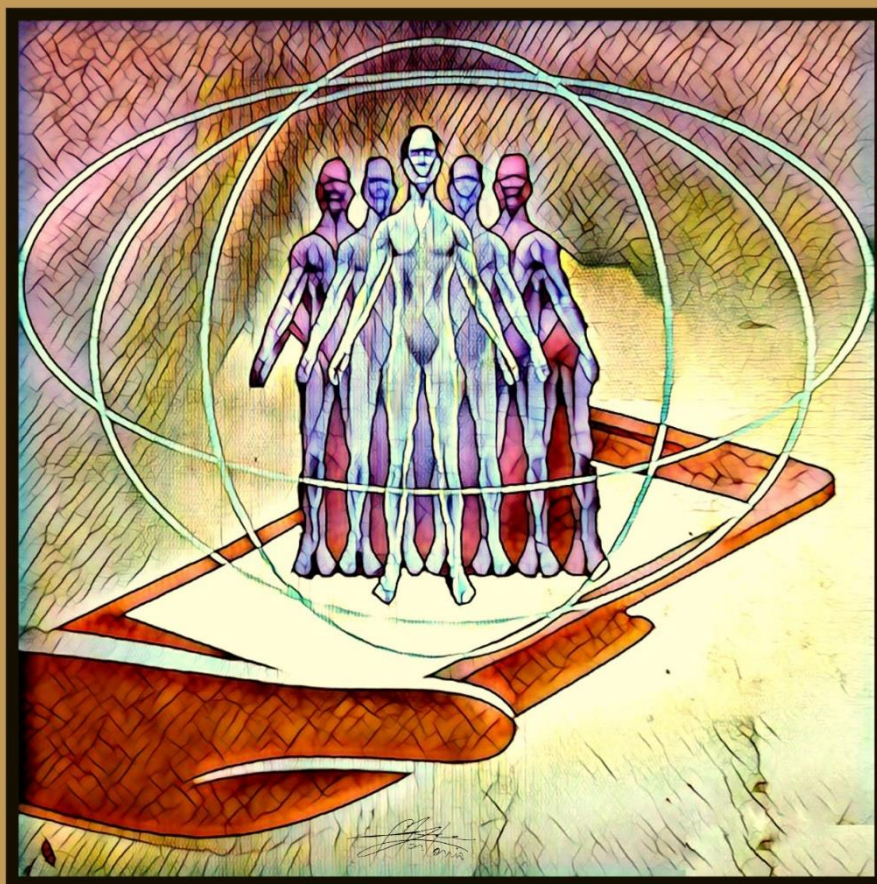


UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E DANÇA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DO MOVIMENTO HUMANO



PERSONAL TRAINER DE BOLSO

Uma tecnologia disruptiva na produção de imperativos para uma vida fitness

Braulio Nogueira de Oliveira

Porto Alegre
2021

Braulio Nogueira de Oliveira

***PERSONAL TRAINER DE BOLSO: UMA TECNOLOGIA DISRUPTIVA NA
PRODUÇÃO DE IMPERATIVOS PARA UMA VIDA *FITNESS****

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências do Movimento Humano da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, para avaliação da banca examinadora.

Orientador: Prof. Dr. Alex Branco Fraga

Porto Alegre

2021

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) – Brasil

Arte da capa: Martonio Gomes Holanda

Revisão de Espanhol (Resumen): Edwin Alexander Canon Buitrago

Revisão de Inglês (Abstract): Juliana Carolina Barbosa Gandra

Revisão de Português: Eva Celia Barbosa

Catálogo na Publicação (CIP)

Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança da UFRGS

Oliveira, Braulio Nogueira de

Personal trainer de bolso: uma tecnologia disruptiva na produção de imperativos para uma vida fitness / Braulio Nogueira de Oliveira. -- 2021.

219 f.

Orientador: Alex Branco Fraga.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Educação Física, Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano, Porto Alegre, BR-RS, 2020.

1. Educação Física e Treinamento. 2. Exercício. 3. Internet. 4. Mídias Sociais. 5. Inteligência Artificial. I. Fraga, Alex Branco, orient. II. Título.

Braulio Nogueira de Oliveira

PERSONAL TRAINER DE BOLSO:
uma tecnologia disruptiva na produção de imperativos para uma vida *fitness*

Conceito final: A

Aprovado em 2 de dezembro de 2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Pablo Severiano Benevides - UFC

Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo - UFRGS

Prof. Dr. Marco Paulo Stigger - UFRGS

Orientador – Prof. Dr. Alex Branco Fraga - UFRGS

À minha companheira, Iara Ramos Brito.
Quando me pergunto como o estagiário chegou a ser doutor,
a primeira resposta que me vem é esse nome.
E à nossa filhinha, que está por vir, mas já amamos.

AGRADECIMENTOS

Estranhamente, os agradecimentos, em Trabalhos de Conclusão de Curso, vêm antes. Normalmente, agradeço depois - a quem, de algum modo, contribuiu (ou se comprometeu a contribuir) com algo. Assim, apesar de aparecer nas páginas iniciais deste trabalho, foi o último item a ser escrito. Talvez isso diga um pouco sobre o lugar da afeição no mundo acadêmico; meio deslocado, embora sempre presente. Presente até mesmo nas linhas em que um distanciamento se fez necessário, seja das pessoas queridas, ou das premissas naturalizadas. Este tópico remete a pensar o que e quem contribuiu para que este trabalho se tornasse possível. Não somente este trabalho, mas o doutorado, de modo geral, que, assim como o mestrado, em 2015, fez alguém, dentre toda uma geração tradicionalmente de trabalhadores rurais, tivesse, pela primeira vez, acesso a esse nível de ensino e outras formas de trabalho. Não somente o doutorado e o mestrado, mas, antes disso, o que e quem tornou possível a sobrevivência. Sou o primeiro doutor, de toda uma geração, mas não quem mais trabalhou.

Para que fosse possível cozinhar, meu avô amolava a foice e reunia madeiras apropriadas; ajustava o tamanho da madeira, cortando todos os seus galhos; cavava um buraco, semelhante a uma piscina; posicionava todas, nesse lugar, de modo correto, as cobria com umas folhas verdes e, depois disso, com terra. Carvoeira pronta. Após isso, era preciso fazer fogo nessa madeira e deixá-la queimando por alguns dias, para depois obter o carvão, seja para venda, em sua carroça, ou para uso próprio, no fogareiro de barro. Apesar de hoje haver gás e fogão, ainda faz isso, assim como planta arroz, feijão, milho; pesca, queijo, gado, couro, leite. Meu avô representa a fortaleza de minha mãe, pai (sempre comigo), irmãos, cunhada, sobrinhos, primos, tios, companheira. *Minha gratidão à minha família.*

Além do imensurável esforço da minha família, pude aproveitar um lapso temporal de acesso a algumas políticas públicas, que tem sido fechado novamente, nos últimos anos. As políticas públicas precisam ser reiteradas, na medida em que, na atualidade, até mesmo um educador dedicado à alfabetização de pessoas, como meu avô (ou cortadores de cana, em situação bem mais precária) é desrespeitado. Cursei o nível superior e as pós-graduações em instituições públicas. Já fui bolsista na graduação, por meio do Pet- Saúde - Ministério da Saúde, na Residência Multiprofissional em Saúde da Família – Ministério da Saúde, no mestrado e, agora, no doutorado, pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Atualmente, como servidor público, esforço-me para servir ao interesse coletivo e dar minha contribuição. Durante a pandemia, um primo passou alguns dias internado em uma UTI;

em outros países, isso poderia representar um endividamento eterno, ou um (fatal) não tratamento. *Minha gratidão a todos os que viabilizaram as políticas públicas.*

Fortaleza-CE fica a mais de 3.000 quilômetros de Porto Alegre-RS; outro clima, outra cultura. Em meados de 2016, lá estava eu, candidato ao doutorado. Tinha um amigo querido lá, meu orientador na graduação: Wellington – já tinha onde ficar e com quem contar, ao menos no início. Na seleção, fui questionado: Por que você vem de tão longe? Logo, respondi: pelo trabalho do professor Alex. Hoje, aquele pensamento tornou-se convicção, e ainda acrescentaria: pela pessoa do professor Alex. *Minha gratidão ao meu orientador.*

O debate de quem é autor de uma tese é sempre interessante. O fato é que, em meu caso, tantas pessoas contribuíram que há um pouco de cada uma delas. O orientador, os colegas cearenses que auxiliaram em algum momento da revisão, a equipe “esfoliadora” do grupo Polifes (em especial, meu parceiro Edwin); os colegas do grupo Veredas, da rede MADDIs-EF; da banca examinadora; as disciplinas cursadas (como a do professor Alex Primo) e as ministradas em estágio (com o professor Damico); os saudosos colegas e alunos do IFMA e da UAB/UECE, bem como os recém-chegados do Colégio Militar de Fortaleza. As bibliotecárias da Ufrgs, revisores de língua e o capista. Os debatedores do GTT Comunicação e Mídia no Conbrace 2019; os organizadores e participantes de eventos em que apresentamos a tese, como o Conexão Unifametro (2019) e o I Simefes Urca (2020). *Minha gratidão a todos que, direta ou indiretamente, assinam este trabalho.*

Estar tão longe não teria sido possível sem os demais colegas cearenses que estavam em Porto Alegre; a existência do restaurante universitário, das bibliotecas (UFRGS e PUC), a secretaria do PPG e, obviamente, os respectivos trabalhadores desses lugares. Os colegas e professores do PPG (salvo exceções). Não sei o que seria de meus dias por lá sem o basquete, sobretudo o “projeto do Mário”, a praça da Redenção e “us guri” da A3CO. *Minha gratidão a todos os que, de algum modo, contribuíram com minha permanência em Porto Alegre.*

Ao meu pai, mais uma vez. Para quem acha que eu trabalho muito, ou que sou muito dedicado, é porque não o conheceu:

*Deixei que tudo desaparecesse
E perto do fim
Não pude mais encontrar
O amor ainda estava lá
O amor ainda estava lá*

*Faz um tempo eu quis
Fazer uma canção
Pra você viver mais [...] ¹*

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PZ5JovZDo7M>. Acesso em: 10 nov. 2020.

Gravador que estás gravando
Aqui, no nosso ambiente,
Tu gravas a minha voz,
O meu verso, o meu repente.
Mas, gravador, tu não gravas
A dor que o meu peito sente!

Tu gravas em tua fita,
Com a maior perfeição,
O timbre da minha voz,
A minha fraca expressão!
Mas não gravas a dor grave,
Gravada em meu coração!

Gravador, tu és feliz!
E – ai de mim! – o que será?
Bem pode ter desgravado
O que em tua fita está.
E a dor do meu coração
Jamais se desgravará!²

² Poema Dor Gravada, por Patativa do Assaré (Assaré, Ceará, 1909-2002), que remete a pensar sobre os limites da tecnologia. Na voz do autor, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=H8tYTpDu-IA>. Acesso em: 20 set. 2020.

RESUMO

Os aplicativos *fitness* que prescrevem exercícios físicos baseados em inteligência artificial, entendidos como *personal trainer* digital, têm alterado o modo de se relacionar com a vida *fitness*. Com base na Teoria Ator-Rede proposta por Bruno Latour, analisou-se como um *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte, atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*. A empiria foi constituída por informações relacionadas ao aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset, tais como suas *affordances* e as publicações da empresa e de usuários em *websites* e mídias sociais. Isso possibilitou estruturar quatro imperativos: espetacularização *fitness*, datificação de si, desempenho *fitness* e autoconhecimento. A espetacularização *fitness* envolve a exibição de si, ao mostrar fatos cotidianos, como a própria “transformação”. Desse modo, conscientemente ou não, o usuário colabora com a “comunidade” e a divulgação da empresa. A datificação de si (conversão de si mesmo em metadados) é requisito para o funcionamento da inteligência artificial, que prescreve os treinos, já que a personalização é feita com base em dados dos usuários. Assim, o usuário adentra a cultura *self-tracking* e, ao navegar pela internet, aciona algoritmos que reconfiguram os mecanismos de vigilância e constituem uma bolha *fitness*. O desempenho *fitness* aparece de modo ubíquo, em qualquer hora e lugar; gamificado, ao reconfigurar a tradicional pedagogia do medo para a pedagogia da gamificação; e com glorificação do sofrimento, no sentido de se mostrar orgulhoso por “superar” desafios. Produz uma culpabilização *fitness*. O autoconhecimento, influenciado pela cultura do empreendedorismo, envolve um gerenciamento/estudo de si através dos números. Alinhado ao movimento *quantified self*, envolve práticas *data driven* mais vinculadas a caminhos sugeridos pela tecnologia, como o ciclo de *feedback* para mudança de comportamento, e autoexperimentação, constitutivas dos *biohackers*. O *personal trainer* digital possui *modus operandi* técnico, com grande potencial de articular um conjunto de variáveis. Tem como limite características como diálogo, escuta qualificada, criatividade, afeto e o encontro, aspectos que merecem investimento por parte dos profissionais da área. Conclui-se que esses imperativos sugerem ser: inspiração, *self-tracker*, mais forte que sua melhor desculpa e empreendedor de si.

Palavras-chave: Educação Física e Treinamento. Exercício. Internet. Mídias Sociais. Vigilância da População. Inteligência Artificial.

ABSTRACT

Fitness apps that prescribe physical exercises based on artificial intelligence, here called digital coaches, have been changing the way that people relate to the fitness life. Based on the Actor-Network Theory proposed by Bruno Latour, it was analyzed how the digital coach and the socio-technical network, in which he is a part of, acts in the production of imperatives for a fitness life. The empirical data was composed by information related to the Freeletics Bodyweight & Mindset app, such as its affordances and the company and users' publications on websites and social media. All of this made possible to structure four imperatives: fitness spectacularization, self-datafied, fitness performance, and self-knowledge. Fitness spectacularization involves the display of the self, of the daily facts, as well as the "transformation" of the self. Thus, whether on purpose or not, users collaborate with the "community" and the company's marketing. Self-datafied (conversion of self into metadata) is a requirement for the artificial intelligence work that prescribes physical exercises, since the personalization is made based on the user's data. This way, the user enters the self-tracking culture and, when browsing the internet, triggers algorithms that reconfigure the surveillance mechanisms and produce a fitness bubble. Fitness performance appears ubiquitously (anytime, anywhere); gamified, by (re)setting the traditional "pedagogy of fear" to the gamification pedagogy; and with glorification of the suffering, in the sense of showing pride of "overcoming" challenges. It produces a fitness blaming. Self-knowledge, influenced by the entrepreneurship culture, involves a self-management/study through numbers. Aligned to the movement "quantified self", it involves data driven practices linked to suggested ways by technology, such as feedback loops, but also by self-experimentation, like the biohackers. The digital coach has a technical *modus operandi*, with great ability of articulating a set of variables. It is weak in skills, such as dialogue, qualified listening, creativity, affection and "meeting", aspects that deserve investment on the part of professionals in the field. We conclude that these imperatives suggest to be: inspiration, self-tracker, stronger than your best excuse and self-entrepreneurship.

Keywords: Physical Education and Training. Internet. Social Media. Population Surveillance. Artificial Intelligence.

RESUMEN

Las aplicaciones de fitness que prescriben ejercicios físicos basados en inteligencia artificial, entendiendo estas como un entrenador personal digital, han cambiado la forma de relacionarse con la vida fitness. A partir de la Teoría Actor-Red propuesta por Bruno Latour, se analizó un entrenador personal digital y la red socio-técnica que este integra en la producción de imperativos para una vida fitness. Los datos empíricos fueron constituidos por informaciones relacionadas a la aplicación Freeletics Bodyweight & Mindset, tales como sus "affordances", así como a las publicaciones de empresas y usuarios en sitios web y redes sociales. Esto hizo posible estructurar cuatro imperativos: espectacularización del fitness, auto dataficación, rendimiento físico y autoconocimiento. La espectacularización del fitness envuelve la exhibición del sí mismo al mostrar acciones cotidianas como por ejemplo su propia "transformación". De esta forma, consciente o inconscientemente, el usuario colabora con la "comunidad" y con la divulgación de la empresa. La auto dataficación (conversión de sí mismo en metadatos) es un requisito fundamental para el funcionamiento de la inteligencia artificial, la cual prescribe el entrenamiento, considerando que su personalización se realiza en base a datos generados del usuario. Siendo así, el usuario ingresa en la cultura self-tracking y, al navegar por internet, desencadena algoritmos que reconfiguran los mecanismos de vigilancia que a su vez producen una burbuja fitness. El rendimiento físico aparece de modo ubicuo en cualquier momento y en cualquier lugar; gamificado, reconfigurando así la pedagogía tradicional del miedo hacia la pedagogía de la gamificación; y con glorificación del sufrimiento en el sentido de mostrar orgullo por "superar" distintos desafíos. Produce una culpabilización fitness. El autoconocimiento, influenciado por la cultura del emprendimiento implica una autogestión/aprendizaje de sí a través de los números. Alineado al movimiento quantified self, envuelve prácticas data driven más vinculadas a indicaciones sugeridas por la propia tecnología como lo es el ciclo de feedbacks para el cambio de comportamientos, así como la autoexperimentación constitutiva de biohackers. El entrenador personal digital posee un modus operandi técnico con gran potencial para articular multiplicidad de variables. Presenta limitaciones en características como el diálogo, la escucha calificada, la creatividad, el afecto y el encuentro, aspectos que ameritan una mayor inversión por parte de los profesionales del área. Concluimos que estos imperativos sugieren ser: inspiración, self-tracker, más fuerte que tu mejor excusa y emprendedor de sí mismo.

Palabras clave: Educación y Entrenamiento Físico. Internet. Medios de Comunicación Sociales. Vigilancia de la Población. Inteligencia Artificial.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Representação dos quatro aplicativos Freeletics no Google Play.....	39
Figura 2 – Imagem do <i>site</i> Freeletics, que reporta “os rostos do Freeletics”.....	51
Figura 3 – Postagem de um Embaixador da Freeletics ao informar aos usuários do grupo como participar do desafio (campanha publicitária) <i>#My12weeksTransformation</i>	54
Figura 4 – Postagem de um dos Atletas Livres, referente à campanha publicitária (desafio) <i>#My12weeksTransformation</i>	55
Figura 5 – Postagem de um Atleta Livre, ao solicitar apoio aos integrantes do Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, com as duas imagens inseridas: a primeira, com as conquistas após o treino e, a segunda, com o <i>feed</i> de notícias atualizado.....	58
Figura 6 – Capturas de tela do aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset, ao parabenizar.....	59
Figura 7 - Divulgação do canal do YouTube da Freeletics, de modo público, com relato do usuário Oswaldo	65
Figura 8 - Publicação de um Atleta Livre, no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, ao solicitar apoio na alimentação	68
Figura 9 - Publicação de um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, ao solicitar apoio na execução de exercícios.....	69
Figura 10 – Divulgação de desconto na assinatura do aplicativo Freeletics realizada por um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial.....	75
Figura 11 – Divulgação de um Atleta Livre sobre como ganhou um tapete para treinos, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial	76
Figura 12 – Mensagem no <i>site</i> oficial Freeletics.....	80
Figura 13 – Capturas de tela relativas ao modo pelo qual o <i>feedback</i> é atribuído pelo Atleta Livre ao <i>personal trainer</i> digital, retidas do uso pessoal do aplicativo.....	82
Figura 14 – Captura de tela do website da Freeletics representativo da ação da inteligência artificial na prescrição de treinamentos	83
Figura 15 – Comentários gerados pela postagem de um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, com os dizeres: “Olá pessoal! Acabei de assinar o freeletics. Alguma dica para iniciantes?”	85
Figura 16 – Captura de tela de postagem de uma Embaixadora Freeletics, representativa dos ajustes do aplicativo Freeletics em relação ao treinamento.....	85
Figura 17 – Imagem representativa do <i>smartwatch</i> Apple conectado ao.....	87
Figura 18 – Imagem representativa de uma experiência arquitetônica de presídio, cuja construção se assemelha ao modelo panóptico.....	90
Figura 19 – Captura de tela do aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset, com funcionalidades que preparam a postagem para salvar (e publicar) o treino.....	101
Figura 20 – Captura de tela de uma <i>live</i> realizada na conta oficial da Freeletics, em modo público, no Instagram	102
Figura 21 – Captura de tela referente a postagem dos Embaixadores da Freeletics, em sua conta pública de Instagram, em modo público, na qual identificamos uma “positivação de aspectos negativos” e uma pressão que exerce sobre si.....	129
Figura 22 – Captura de tela referente à postagem dos Embaixadores da Freeletics, em sua conta pública de Instagram, em modo público, na qual identificamos aspectos negativos como pano de fundo motivacional	130
Figura 23 – Postagem de um participante no grupo público de	139
Figura 24 – Captura de tela representativa de um trecho da mensagem recebida em <i>e-mail</i> pessoal enviada pela Freeletics.....	144

Figura 25 – Captura de tela da postagem dos Embaixadores da Freeletics, em sua conta pública de Instagram, em modo público, a qual reporta sua colocação no ranking e menciona outros Atletas Livres.....	145
Figura 26 – Captura de tela referente à postagem de um Embaixador da Freeletics, que reporta algumas informações sobre o Desafio de Aniversário dos Burpees.....	147
Figura 27 – Captura de tela referente a interações derivadas da postagem de um Embaixador da Freeletics, que reporta algumas informações sobre o Desafio de Aniversário dos Burpees	148
Figura 28 – Postagem de um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, sobre sua prática	149
Figura 29 – Interações geradas a partir do desafio Freeletics World Cup, de 2018, que procura agregar valor da Copa do Mundo de futebol masculino de 2018, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial	151
Figura 30 – Postagem de um Atleta Livre sobre sua vivência com uso do <i>personal trainer</i> digital.....	154
Figura 31 – Postagem de um Atleta Livre ao solicitar ajuda relativa a como lidar com dores pós-treino.....	155
Figura 32 – Resposta de um Embaixador em relação à solicitação do Atleta Livre	156
Figura 33 – Postagem de usuário no Grupo de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, representativa da glorificação do sacrifício	159
Figura 34 – Postagem de usuário em conta pública de Instagram Freeletics Brasil, com os dizeres “O treino de hoje já foi pago!”	160
Figura 35 – Postagem de um Embaixador em sua conta pública de Instagram, vinculada à hashtag #freeletics, ao participar de um evento de corrida de aventura.....	161
Figura 36 – Captura de tela publicada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa um modo analógico de promover relatórios dos próprios dados, com uso do Microsoft Excel	168
Figura 37 – Captura de tela publicada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa relatórios dos próprios dados gerados de modo autônomo.	169
Figura 38 – Capturas de tela de duas postagens realizadas no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representam o uso de outros aplicativos por alguns Atletas Livres	170
Figura 39 – Captura de tela de postagem realizada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa o bom condicionamento do usuário	172
Figura 40 – Captura de tela de postagem realizada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representam os números como mobilizadores da prática.....	173
Figura 41 – Capturas de tela de usuário onde constam <i>insights</i> apontados pelo aplicativo..	174
Figura 42 – Captura de tela que demonstra a inclusão dos treinamentos <i>mindset</i> no aplicativo Freeletics.....	182
Figura 43 – Capturas de tela de usuário onde consta o questionamento de um Atleta Livre sobre a possibilidade de assistir aos treinamentos <i>mindset</i> em português	183
Figura 44 – Captura de tela de postagem em conta pública de Instagram relativa a uma prática de Atletas Livres em praça pública.....	189
Figura 45 – Captura de tela em conta pública de Instagram representativa de modos de aprimorar o exercício.....	190
Figura 46 – Capturas de tela no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre exhibe uma sequência de sete dias seguidos de treinamento e um Embaixador questiona sobre o dia de descanso.	192
Figura 47 – Capturas de tela no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre apresenta um relatório das atividades dos últimos 14 dias e seu depoimento	194

Figura 48 – Capturas de tela no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre apresenta um aplicativo que utiliza para registro de jejuns.....	196
Figura 49 – Capturas de tela no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre solicita ajuda em relação a como ajustar o <i>personal trainer</i> digital para alguém que possui uma prótese articular de joelho.....	197
Figura 50 – Capturas de tela de postagens no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre exhibe um relatório elaborado por ele mesmo	199

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 IMPERATIVO DA ESPETACULARIZAÇÃO <i>FITNESS</i>: SEJA INSPIRAÇÃO	48
2.1 EXIBIÇÃO DE SI: MOSTRE SUA TRANSFORMAÇÃO	49
2.2 PARTICIPAÇÃO OU COOPTAÇÃO? SINTA A ENERGIA DA COMUNIDADE	62
3 IMPERATIVO DA DATIFICAÇÃO DE SI: SEJA <i>SELF-TRACKER</i>	78
3.1 DATIFICAÇÃO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: OBTENHA A MELHOR ORIENTAÇÃO	79
3.2 AÇÃO DE ALGORITMOS E A BOLHA <i>FITNESS</i> : SEJA VERDADEIRO EM SEUS <i>FEEDBACKS</i>	97
4 IMPERATIVO DO DESEMPENHO <i>FITNESS</i>: SEJA MAIS FORTE QUE SUA MELHOR DESCULPA	115
4.1 UBIQUIDADE E PRESSÃO POR DESEMPENHO: <i>#TREINEEMCASA</i>	116
4.2 GAMIFICAÇÃO DA VIDA <i>FITNESS</i> : <i>#WORKOUTFUN</i>	135
4.3 GLORIFICAÇÃO DO SOFRIMENTO: <i>#NOPAINNOGAIN</i>	153
5 IMPERATIVO DO AUTOCONHECIMENTO: SEJA EMPREENDEDOR DE SI..	164
5.1 OTIMIZAÇÃO E O CICLO DE <i>FEEDBACKS</i> : ALINHE SUAS MEDIDAS ÀS SUAS METAS.....	167
5.2 OS <i>BIOHACKERS</i> E OS FÓRUMS DE DISCUSSÃO: TREINE MELHOR AO INVÉS DE TREINAR MAIS	186
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	201
REFERÊNCIAS	211

1 INTRODUÇÃO

Em determinada ocasião, convidei um amigo para correr despretensiosamente na Avenida Beira-Mar, em Fortaleza, Ceará. Meu objetivo, em particular, era o encontro, “jogar conversa fora”, observar as pessoas, o mar, a brisa, os feirantes, as apresentações dos artistas de rua, correr, e, ao final, beber uma água de coco e retornar à minha casa – não necessariamente tudo isso, só isso, ou nessa ordem. Uma prática que, evidentemente, integrava um modo de vida.

Bem, o “correr” não podia mais ser tão “displicente” assim, pois meu amigo dissera que tinha contratado um professor. Era preciso mais rigidez, seguir uma prescrição, com foco maior no treino, potencializando, assim, os efeitos anátomo-biológicos do exercício físico. Em outros termos, tornar a prática mais eficiente, o tempo mais produtivo. Ressaltara ainda que havia uma competição em jogo. Logo, o questionei: “*Ele ministrará aula para mim também, considerando que não paguei nada?*”. A resposta: “*Sim, ele não cobrará nada, a não ser que você queira serviços extras*”.

Por eu ser um profissional da área, e morar em Fortaleza, possivelmente o conhecia, então, questionei quem era. Para minha surpresa, o professor estava no bolso desse meu amigo, especificamente no celular: era um aplicativo *fitness*, um *software*. Tratava-se de uma versão gratuita de um aplicativo de corrida; um *personal trainer* “de bolso”.

Os treinos eram realizados três vezes por semana, com percurso, na primeira semana, de aproximadamente 30 minutos, que incluíam uma progressão do nível de dificuldade, alternando entre corrida e caminhada. O controle era por tempo e não por distância, o que fazia com que, independentemente do nível de treinamento, a duração fosse a mesma. Desse modo, conferia uma facilidade em termos de organização pessoal. O aplicativo era pareado com um *smartwatch* (relógio inteligente), que, por meio de biossensores, monitorava variáveis como batimento cardíaco e gasto calórico; por meio do Sistema de Posicionamento Global/Global Positioning System (GPS), rastreava outros elementos, como ritmo/*pace*, velocidade, aceleração e percurso.

Uma voz com palavras de incentivo, comunicava quantos quilômetros haviam sido percorridos, quantas calorias gastas, entre outros dados. Tais informações seguiam automaticamente para um ranking virtual, além de possibilitar o compartilhamento em diversas mídias sociais.

Essa vivência remeteu-nos a buscar entender esse fenômeno em mais profundidade: Como é possível existir um *personal trainer* de bolso? Uma questão demasiadamente vaga para

constituir um problema de pesquisa. Aparentemente, tal aplicativo não alterava apenas o modo de praticar exercícios físicos (com ou sem prescrição sistematizada), mas também modos de vida (ouvir o som do mar, ou a *playlist* com os *insights* proferidos eventualmente pelo *personal trainer* digital).

Com efeito, precisamente esse *plus* é que nos interessou, já que a prática de exercícios físicos é função primária do aplicativo: Quais ações passam a integrar esses modos de vida e como são produzidas? Outro ponto importante é que opera em rede, considerando que o exemplo inicial revela ações que são frutos de interações com o *smartwatch*, o GPS, o ranking virtual, a *playlist* e com o meu amigo. De algum modo, tudo isso influencia nas ações constitutivas desses modos de vida.

Nesse sentido, partimos do entendimento de que o aplicativo *fitness* e a rede da qual faz parte produzem ações e que essas, em conjunto, estão vinculadas a uma “vida *fitness*”. Em nossa análise, a única característica “fixa” dessa vida *fitness* é a prática de exercícios físicos, já que é a tarefa precípua do *personal trainer* digital³. Essa posição de “não saber”, determinante para o caráter unitário desse conjunto (que apenas o exercício físico é algo “fixo” na vida *fitness*), foi importante, ao considerarmos que o que vem a ser uma vida *fitness* remete a pensar em diversas ações previamente: fazer dieta, usar roupas “*fit*”, controlar a ingestão de líquidos, dormir bem. Todas essas ações, pensadas de modo preliminar, foram descartadas e passamos a ser conduzidos pelas interações derivadas de determinado aplicativo *fitness* e da rede da qual faz parte.

Assim, refinamos aquele estranhamento inicial por meio da seguinte problematização preliminar: De que modo o aplicativo *fitness* e a rede da qual ele faz parte operam na produção de ações para uma vida *fitness*? Uma pergunta ainda ampla, mas que permitiu vislumbrar a direção que tomamos. Assim, na introdução, seguiremos com um refinamento desse problema, adicionando elementos, como a definição de qual aplicativo, como se configura essa rede e como analisar o modo pelo qual “opera”.

Nesse sentido, a presente introdução é estruturada em dois tópicos: no primeiro, apresentamos alguns aspectos relevantes dessas novas tecnologias, sobretudo para o desenvolvimento desta tese e, no segundo, uma delimitação metodológica, que envolve

³ Há distintos modos de denominar os aplicativos *fitness* que prescrevem treinos/exercícios físicos, tais como professor-código, *personal trainer* virtual, entre outros. A empresa Freeletics, por exemplo, denomina mais frequentemente de *coach*, *coach* digital ou *coach* de treinamento, entre outros modos, como no Google Play Store, que o intitula de *personal trainer* digital. Padronizamos essa expressão para nossa tese. (Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.freeletics.lite&hl=pt_BR. Acesso em: 3 set. 2020.)

elementos empíricos e teórico-conceituais, que possibilitaram apreender e organizar a empiria e o modo de analisá-la, ferramentas que permitiram, ainda, reestruturar o problema de pesquisa na forma de objetivo e como alcançá-lo.

1.1 APROXIMAÇÕES COM O OBJETO

A princípio, buscar orientações para a prática de exercícios físicos em diferentes meios não é propriamente algo novo, exceto o fato de ser um aplicativo para *smartphone*. Contudo, entendemos que essa mudança, por si só, já representaria relevante objeto de estudo, já que a forma pela qual determinada mensagem é repassada, desde o tom de voz, ao meio utilizado, influencia em seu conteúdo. A seguir, discorreremos acerca desse cenário.

Há relatos de diversas experiências, em rádio e televisão, como mídia para “prescrição” de exercícios físicos a distância. No âmbito dos Estados Unidos da América, existem programas *fitness* em televisão desde a década de 1950⁴. Na década de 1980, os programas de exercício, apresentados pela icônica Jane Fonda, destacaram-se em vários países, seja em fita VHS, ou televisão. No Brasil, isso se difundiu mais fortemente na década de 1990, a exemplo do Programa *Energia de Ginástica* para a Rádio e Televisão Cultura (1993-2005), pela professora Ana Maria Bittar, formada em Educação Física pela Universidade de São Paulo (USP) desde 1986⁵.

A partir do novo século, outra multiplicidade de formas de “prescrever” exercícios físicos foi produzida. Nesse contexto, papel semelhante ao exercido por Jane Fonda passa a ser realizado por meio da categoria dos influenciadores digitais. Isso também tem sido incorporado pelo universo da televisão, a exemplo do programa *+Fit*, lançado em agosto de 2019, no canal *FashionTV*, sob apresentação da influenciadora digital e profissional de Educação Física, Carol Borba⁶.

Há *websites* constituídos exclusivamente com esse fim, a exemplo da academia *on-line* *Exercícios em Casa*, que contava, em janeiro de 2020, com as seguintes modalidades: Abdominais, Aerohiit, Alongamento, Aquecimento, *Ballet Circuit*, *Fit Light*, Ginástica, Treinos HIIT, Exercícios Respiratórios, Ginástica Localizada, Pilates, Ritmos, *Tone Band*,

⁴ Por Vagner Ériu, com o título: *A TV dos anos 50 a 90 e o projeto fitness*. Publicado em 11 de agosto de 2016. Disponível em: <http://salkfitness.com.br/projeto-fitness-nos-anos-50-a-90/>. Acesso em: 29 jan. 2020.

⁵ Informações disponíveis no currículo *lattes* da professora. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/4283750107177844>. Acesso em: 29 jan. 2020.

⁶ Por Comunicação Box Brasil, com o título: *Personal Carol Borba estreia como apresentadora no FashionTV*, publicado em 21 de agosto de 2019. Disponível em: <https://www.boxbrazil.tv.br/personal-carol-borba-estrela-como-apresentadora-no-fashiontv/>. Acesso em: 29 jan. 2019.

Treinamento Funcional e Yoga⁷. As informações são veiculadas em diversas frentes, como o *website* da empresa, YouTube, Instagram, Facebook, grupo fechado do Facebook para compartilhamento de resultados⁸.

O campo da corrida, exemplo tratado no início da Introdução, também possui mudanças significativas. Pelo menos desde 2017 já existem as “corridas virtuais” no Brasil, em que as pessoas não precisam se aglomerar em determinado lugar para a largada; operacionalmente, não são necessários árbitros, nem reservar um trecho da rua. Em síntese, o usuário realiza a corrida, mas o registro dessa prática é digital. Na corrida virtual *I Running Brasil*⁹, para efeito de comprovação da atividade, é necessário enviar informações com captura de tela da data da corrida, distância e caminho percorrido, tempo total da atividade. O usuário pode utilizar qualquer aplicativo de corrida para registro e comprovação da atividade. A única escolha prévia do participante é em relação à distância a ser percorrida (3; 5; ou 10 quilômetros). Os direitos de imagens são cedidos à *I Running Brasil*. Há um ranking em que se pode ganhar prêmios.

Outros cenários também têm passado por mudanças significativas, como o âmbito dos jogos digitais. Jogos de realidade aumentada, como *Pokémon GO*, têm alterado as características de *gamers* que até então se restringiam ao sofá de casa. Os Jogos Eletrônicos de Movimento têm tornado algumas práticas de lazer, tradicionalmente sedentárias, mais ativas – passando tecnologias como os *video games* de vilão a herói, nesse contexto. Nesses casos, a jogabilidade se dá pelos movimentos do *gamer* e não somente da manipulação pelo tradicional *joystick* de botões. Ainda que, na forma de jogo, esses aspectos tornam possível a vivência de determinadas práticas no âmbito escolar ineficazes na realidade brasileira, como esportes de inverno. Inclusive, com a emergência e crescimento dos *e-Sports* (esportes eletrônicos), já existem atletas profissionais e eventos com prêmios milionários de jogos eletrônicos¹⁰.

De certo modo, parte dessas novas tecnologias têm sido incorporadas em políticas de governo e estado. No âmbito da Educação, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), documento que apresenta as aprendizagens essenciais a serem trabalhadas no Ensino Básico brasileiro, indica ser imprescindível considerar a cultura digital. Aponta ser preciso trabalhar

⁷ Exercícios em Casa. Disponível em: <https://www.exercicioemcasa.com.br/>. Acesso em: 29 jan. 2020.

⁸ Sites acessados em 6 de setembro de 2017, disponíveis em: <https://www.exercicioemcasa.com.br/>; <https://www.facebook.com/www.exercicioemcasa.com.br/>; <https://www.youtube.com/user/exercicioemcasa>; <https://www.instagram.com/exercicioemcasa/>; https://www.facebook.com/groups/1498427960483440/?ref=br_rs.

⁹ I Running: o seu portal de corridas e desafios virtuais. Disponível em: <https://www.irunning.com.br>. Acesso em: 05 abr. 2020.

¹⁰ Por Victor de Abreu, para o TechTudo, com o título: Prêmios milionários! Veja os jogos com torneios mais rentáveis de 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2018/12/premios-milionarios-veja-os-jogos-com-torneios-mais-rentaveis-de-2018-esports.ghtml>. Acesso em: 18 dez. 2020.

tanto no que se refere ao seu uso racional, quanto aprimorar suas potencialidades, com uma atitude crítica em relação ao conteúdo; entender que professores e estudantes, no caso da escola, não são somente consumidores, mas também protagonistas (BRASIL, 2018). Além disso, a oferta de cursos a distância foi ampliada nos últimos anos, movimento que se intensificou no contexto de isolamento social vivenciado em 2020, já que as instituições tiveram que aderir ao ensino remoto, ou parar totalmente essas atividades.

No âmbito do setor da Saúde, há iniciativas de abordagem ainda mais direta com tecnologias, como o embrionário programa Brasil em Movimento. De acordo com o Núcleo de Comunicação da Secretaria de Atenção Primária à Saúde (Saps), em artigo publicado em novembro de 2019, no *site* do Ministério da Saúde¹¹,

O projeto tem como linha inicial a criação de um aplicativo para smartphones que permitirá que os profissionais de educação física ofereçam diferentes modalidades de atividade física presencial em espaços adequados para a prática aos cidadãos de todo o país.

Na mesma notícia, foi anunciada uma reunião “com empresas de tecnologia, telecomunicações e esporte”, sendo essa “aberta à sociedade civil”, justamente para tratar dessa ideia que seria implementada em 2020. Uma proposta polêmica, ao menos para os profissionais de Educação Física, categoria diretamente afetada com a iniciativa em questão.

Acerca disso, o Grupo de Trabalho Temático (GTT) Atividade Física e Saúde, do Colegiado Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), entidade científica que historicamente vem contribuindo com o desenvolvimento da área, elaborou uma carta de repúdio, publicada no dia 27 de dezembro de 2019. Do ponto de vista dos profissionais de Educação Física, o argumento central é que o programa gerará uma precarização do trabalho, haja vista que propõe ação dessa categoria profissional “[...] por meio de algoritmos que definirão valor, avaliação e disponibilidade” (GTT ATIVIDADE FÍSICA E SAÚDE, 2019, p. 1), com contrato sem vínculos trabalhistas, o que culminaria em uma “uberização” do trabalho (GTT ATIVIDADE FÍSICA E SAÚDE, 2019, p. 3).

Pelo lado dos usuários, ainda segundo a referida carta de repúdio, o alerta é que o programa prejudicará a “longitudinalidade/continuidade” do cuidado em saúde e a equidade, haja vista o acesso possivelmente restrito a quem possui *smartphone* e sem vínculo mais permanente do profissional (GTT ATIVIDADE FÍSICA E SAÚDE, 2019, p. 1). A propósito,

¹¹ Por Núcleo de Comunicação da Secretaria de Atenção Primária à Saúde (SAPS), com o título: Primeiros passos do Brasil em Movimento, publicado em 12 de novembro de 2019. Disponível em: <http://saude.gov.br/noticias/agencia-saude/45994-primeiros-passos-do-brasil-em-movimento>. Acesso em: 5 abr. 2020.

informações mais precisas em relação a como seria a oferta desses serviços e o pagamento dos profissionais não foram sequer divulgadas.

Vale destacar que o adjetivo “uberização”, nesse caso, deriva das relações de trabalho geradas a partir da empresa Uber Technologies Inc. Trata-se de uma empresa multinacional estadunidense, do ramo de aplicativo de transporte, em que os motoristas podem ser encontrados por meio de localização (*e-hailing*). A analogia em questão remete a pensar o vínculo, ou melhor, sua ausência, na relação entre motorista e empresa; o que representaria a emergência da cultura do empreendedorismo, a “modernização” das relações do trabalho, com mais flexibilidade e sob demanda. Desse modo, se, por um lado, facilita o acesso a empregos informais e barateia serviços, por outro precariza as relações trabalhistas. O fato é que revolucionou a oferta e demanda de serviços de Táxi o qual, em parte, se reajustou. Trata-se, portanto, de uma tecnologia disruptiva.

Ao abordar a visão de tecnologia disruptiva, Utterback e Acee (2005, tradução nossa) a creditam à obra de Christensen, de 1997, intitulada *O dilema do inovador: Como as novas tecnologias causam falhas em grandes empresas*¹². Basicamente, trata-se de tecnologias que podem expandir nichos de mercados emergentes, aprimorando variáveis como o valor e o tempo, assim “atacando” produtos estabelecidos. Ou seja, é disruptiva no sentido de romper com algo estável. Utterback e Acee (2005) complementam que o aspecto mais relevante, não abordado por Christensen, seria ampliar o mercado e promover novas funcionalidades.

Logo, diversas outras tecnologias disruptivas tornaram-se de uso frequente na rotina de muitas pessoas: os serviços de *streaming*, em relação à indústria de locação de filmes, a exemplo da empresa Netflix – o que gerou uma adaptação com as TVs *smart*; os serviços de locação temporária de imóveis, a exemplo da empresa Airbnb – o que gerou uma adaptação em hotéis, que criaram cadastros em *sites* como o Booking; os serviços bancários, a exemplo da empresa Nubank – o que gerou adaptação em bancos tradicionais, com a criação de aplicativos para *smartphone*. As tecnologias disruptivas alteraram até mesmo relacionamentos sociais, como a paquera, ao substituir as tradicionais festas e baladas por catálogos de perfis, como o Tinder, em que algoritmos podem indicar qual pessoa mais combina com determinado perfil e a distância geográfica entre as pessoas.

Notadamente, as mudanças disruptivas em bens e serviços, típicos da indústria 4.0, implicam diferentes modos de vida. Compreendida como a quarta revolução industrial, sua especificidade é uma sofisticação das máquinas, capazes de desenvolver funções cada vez mais

¹² Título original: *The innovator's dilemma: How new technologies cause great firms to fail*.

complexas¹³. Inclusive, já se fala em uma indústria 5.0, em que as competências humanas seriam mais valorizadas e potencializadas pela tecnologia, sem um caráter concorrente, de modo cooperativo¹⁴. Por outro lado, a indústria 4.0, ou mesmo a suposta emergência de uma indústria 5.0, pode aprofundar alguns problemas, como a precarização das relações de trabalho.

De toda forma, os exemplos apresentados demonstram, sobretudo, que as pessoas se relacionam de modo diferente com transporte urbano, filmes, locação de imóveis, bancos, e até mesmo paquera. Essas iniciativas, que paulatinamente vinham ganhando espaço, passam por um avanço exponencial com o isolamento social imposto pela pandemia mundial causada pelo vírus Covid-19. Experiência que teríamos apenas daqui a alguns anos, talvez décadas, tiveram que ser vivenciadas na atualidade. Outras já existentes, como o uso do *personal trainer* digital, tornaram-se mais difundidas, considerando que, no isolamento social, várias atividades tiveram que ser realizadas em casa. Obviamente, apenas parte dessas experiências vem sendo exitosa, mas se pode dizer que será em quantidade suficiente para produzir modos de vida disruptivos, ou seja, causando alterações significativas àqueles anteriores a esse acontecimento.

Particularmente acerca desse contexto, após a emergência do vírus Covid-19, todos os 13 GTTs do CBCE emitiram nota técnica, e a primeira delas foi do Comunicação e Mídia, um dos grupos mais qualificados nessa seara, no âmbito brasileiro. A nota técnica reporta a existência de leituras que vislumbram desde um empoderamento coletivo das tecnologias, em detrimento das mídias de massa, a um aprofundamento de alguns problemas relacionados a “*Bots, trolls, vigilância digital estatal e corporativa, bolhas sociais e fake news*” (GTT COMUNICAÇÃO E MÍDIA, 2020, documento não paginado). Diante desses cenários possíveis, a nota técnica destaca a relevância que a cultura digital adquire nesse período de isolamento social:

Talvez nunca, em todos os tempos, os meios de comunicação tenham tido relevância tamanha como a que estão exercendo nesse momento da maior crise da sociedade moderna/contemporânea. Essa crise afeta a sociedade global e a desafia a pensar novas formas de interação, novos procedimentos comunicacionais, novos arranjos intersubjetivos, agora mediados quase que exclusivamente pela tecnologia digital. A cultura digital exerce neste momento um protagonismo absoluto no âmbito das relações socioculturais. [...]. (GTT COMUNICAÇÃO E MÍDIA, 2020, documento não paginado).

¹³ Por Fia. Indústria 4.0: O que é, consequências, impactos positivos e negativos [Guia Completo]. Em 6 de julho de 2018. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/industria-4-0/>. Acesso em: 27 set. 2020.

¹⁴ Por Informa Markets. Indústria 5.0: A reconciliação entre o homem e a máquina. Em 12 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://saudebusiness.com/voce-informa/industria-5-0-a-reconciliacao-entre-o-homem-e-a-maquina/>. Acesso em: 27 set. 2020.

Toda essa discussão torna-se pertinente na medida em que há iniciativas potencialmente disruptivas também para o campo do exercício físico, como o *personal trainer* digital, que se encontrava no bolso de meu amigo. Embora não seja ênfase desta tese, uma questão que urge é: Quais adaptações os aplicativos *fitness* geram para a Educação Física? As experiências com aplicativos na Educação Física são diversas. Há, por exemplo, aplicativos genericamente chamados de “uber das academias”, para os quais o usuário paga determinado valor e pode escolher a academia de sua preferência, em opções que normalmente constam em um mapa orientado por geolocalização.

No caso do FlexIt¹⁵, “os clientes podem usar a plataforma para encontrar academias perto de onde estão, mesmo que não tenham plano naquela rede específica”. Paga-se por minuto de uso. Há outros, como o yooUp¹⁶ e o Get in Fit¹⁷, que seguem a mesma lógica. Já o Gympass permite desde o acesso a um conjunto de academias constitutivas da rede, bem como a um “*personal trainer*” *on-line* via YouTube, ou aplicativo¹⁸. Inclusive, o Gympass mantém parcerias com algumas empresas, cujos trabalhadores obtêm desconto em sua adesão.

Encontram-se, até mesmo, iniciativas chamadas de “uber dos profissionais de Educação Física”. São aplicativos cuja função é localizar profissionais que exerçam a função de *personal trainer*, por geolocalização, a exemplo do Fitfly¹⁹ e do Alltleta²⁰. Por fim, também merece destaque, nesse campo de tecnologias potencialmente disruptivas, um conjunto de empresas especializadas em construir aplicativos personalizados para academias de musculação, por meio dos quais os alunos têm acesso à prescrição do profissional pelo aplicativo, bem como para profissionais que exercem a função de *personal trainer*, meio em que podem prescrever exercícios e acompanhar os alunos.

¹⁵ “Uber das academias”, app permite que usuário faça treino em qualquer lugar e pague por minuto. Publicado em 22 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Estetica-e-bem-estar/noticia/2019/01/uber-das-academias-app-permite-que-usuario-faca-treino-em-qualquer-lugar-e-pague-por-minuto.html>. Acesso em: 30 jan. 2020.

¹⁶ Por Carolina Ribeiro, para o TechTudo, publicado em 6 de março de 2019. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/03/conheca-o-yoooup-app-que-deixa-pagar-academia- apenas-quando-voce-malha.ghtml>. Acesso em: 30 jan. 2020

¹⁷ “Uber” das academias é aposta de aluno da FAE. Publicado em 8 de junho de 2016. Disponível em: <https://fae.edu/noticias-e-eventos/noticia/111278701/uber-das-academias-e-aposta-de-aluno-da-fae.htm>. Acesso em: 30 jan. 2020.

¹⁸ Como o Gympass funciona, quem pode ter acesso ao aplicativo e muito mais. Disponível em: <https://news.gympass.com/como-funciona/>. Acesso em: 8 out. 2020.

¹⁹ Fitfly: app para celular ajuda você a encontrar personal trainer. Publicado em 27 de abril de 2016. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/apps/104112-fitfly-app-celular-ajuda-voce-encontrar-personal-trainer.htm>. Acesso em: 30 jan. 2020.

²⁰ Por Paulo Pianetti. Já ouviu falar do Alltleta? A modalidade quer se tornar o 'Uber' da onda fitness. Publicado em 1º de novembro de 2017. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/bigideia/bigideia-noticia/2017/09/01/bigideia.897164/conheca-a-modalidade-quer-se-tornar-o-uber-da-onda-fitness.shtml>. Acesso em: 5 abr. 2020.

Algumas iniciativas, como os treinos de CrossFit, já demandavam o uso de aplicativo, como o Tecnofit Box²¹, necessário para a realização prévia de *check-in* e, desse modo, obter um controle da quantidade de praticantes por horário, bem como para obter outras informações relativas ao treino do dia (*wod*), ao recorde pessoal e ao contrato/vencimento. Logo, podemos afirmar que as novas tecnologias já geraram algumas adaptações para a área. Práticas como o *check-in* pré-treino e o *personal trainer* digital tendem a se aprofundar, em decorrência da atual crise pandêmica. Diante de toda a diversidade de tecnologias apresentadas, passamos a denominar esse contexto fluido constituído por diversas experiências tecnológicas de **cultura fitness digital**.

Notadamente, a ideia de “ruptura” em produtos estabelecidos, que integra o escopo do conceito de tecnologia disruptiva, aplica-se a experiências como as descritas anteriormente. A propósito, em 20 de março de 2018, registra-se o que provavelmente foi a primeira notificação extrajudicial de um órgão regional do Conselho Federal de Educação Física (Confef), solicitando a suspensão do uso de um aplicativo fitness: o *Smart Fit Coach*. Aparentemente, o aplicativo contém a sequência de exercícios predeterminada, mediada pela *personal trainer* digital “Júlia” (ou robô Júlia, nos termos do referido órgão do Confef), para realização de exercícios físicos nas academias da franquia Smart Fit. Em comunicado feito em 2 de abril de 2018, após a empresa não cumprir o prazo de 48 horas de suspensão do aplicativo, conforme a solicitação, o Conselho Regional indicou ter ajuizado uma ação própria, bem como denunciado ao Ministério do Trabalho, com base no seguinte argumento:

[...] ainda que se diga que o aplicativo foi desenvolvido sob a supervisão de um Profissional de Educação Física é uma afronta aos princípios que regem a ordem econômica, pois atenta contra a dignidade de uma categoria profissional que, sendo a força de trabalho do segmento, NÃO pode ser substituída por um robô. Não é este Profissional quem prescreve os treinamentos, e nem poderia, pois em apenas 15 dias de lançamento o aplicativo teve mais de 10.000 downloads. (CREF1, 2018, documento eletrônico, grifo do autor).

Apesar da notificação do Conselho Profissional de Educação Física, iniciativas semelhantes continuam a ser desenvolvidas. Um exemplo curioso é a Bodytech Company, uma rede de academias criada no Rio de Janeiro, em 1994. Essa empresa aderiu ao mercado de aplicativos em 2015, com o BTFIT²², o que reforça o pensamento da disruptividade desse tipo de tecnologia. Um aspecto interessante é que o aplicativo BTFIT conta com programas de

²¹ Tecnofit Box. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.tecnofit.tecnofitBox&hl=pt_BR. Acesso em: 8 out. 2020.

²² Bodytech Company na plataforma LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/bodytech-company>. Acesso em: 10 out. 2020.

treinamentos que envolvem profissionais devidamente formados em Educação Física, com seus currículos evidenciados no *site*, como pressupõe o Confef²³ e, ao mesmo tempo, possui o Personal Trainer On-line, que consiste em “um algoritmo exclusivo da Bodytech [que] sugere sequências de exercícios”, chamado de AutoTraining®. Contudo, aparentemente, o Personal Trainer On-line da BTFIT ainda não é muito difundido, apesar de já ter alguma força. Seu canal de YouTube conta com a imagem de algumas personalidades, como Bernardinho, Kéfera e Gabriela Pugliesi, e possuía 48,7 mil inscritos²⁴, em outubro de 2020.

A cultura *fitness* digital repercute também nas políticas de governo para o setor de Saúde, a exemplo do embrionário programa *Brasil em Movimento*, criticado pelo CBCE. Outro exemplo é o programa intitulado *Movimento 21 dias por uma Vida mais Saudável*²⁵, já implantado pelo governo do Espírito Santo. Esse programa se operacionaliza por meio de um aplicativo *fitness* que reverbera mensagens direcionadas à adoção de um estilo de vida mais saudável, por meio de desafios, em três eixos: alimentação saudável, atividades físicas e convívio familiar. A premissa básica é que, nas três semanas de duração (21 dias), ocorre uma mudança comportamental permanente.

A propósito, esse programa foi objeto do estudo do doutoramento de Leonardo Trápaga Abib (2019), sob orientação de Ivan Marcelo Gomes e coorientação de Eduardo Latutaro Galak. Traz contribuições relevantes para a análise aqui empregada, que são retomadas nos resultados desta tese. Para o momento, vale destacar que essas tecnologias se enquadram nas áreas denominadas *eHealth* e *mHealth*. Ao citar a Organização Mundial da Saúde (OMS), Abib (2019) enfatiza que consiste no uso de tecnologias da computação e comunicação móveis para questões relacionadas à saúde.

Outra informação pertinente, também contida no exemplo com o qual iniciamos esta introdução, são as tecnologias *wearables* (tecnologias vestíveis). O relógio inteligente utilizado por meu amigo, por exemplo. Essas integram o escopo da Internet das Coisas (*Internet of Things* - IoT), objetos que captam e transmitem informações, normalmente conectados à internet, como as *smart TV*.

Na particularidade das tecnologias vestíveis, esses objetos são vestimentas, como relógios e pulseiras. A projeção dessa tecnologia no mundo *fitness* a coloca em primeiro lugar

²³ A exemplo das Aulas Coletivas, para seis modalidades (Mat Pilates, Abdominal, 20 Min Workout e Dança, Ballet Fitness e Superioga), e os Programas de Treinamento, que são “jornadas de treinamento” (um conjunto de Aulas Coletivas).

²⁴ Canal BTFIT. YouTube. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCS5zLy8gC2h7_-PgUeXm0lQ. Acesso em: 10 out. 2020.

²⁵ *Movimento 21 dias*. Site chancelado pela Secretaria de Saúde do Governo do Estado do Espírito Santo. Disponível em: <https://www.movimento21dias.com.br/>. Acesso em: 31 jan. 2020.

entre as dez tendências *fitness* em ranking organizado pelo American College of Sports Medicine, constituído pela opinião de profissionais de Educação Física de diversos países, nos últimos dois anos (2019 e 2020)²⁶.

Interessante observar como essas tecnologias, por si só, também repercutem em termos de modos de vida. Em algumas cenas do filme *Dois Papas* (2019), por exemplo, o personagem representativo de Joseph Aloisius Ratzinger, o papa emérito Bento XVI, invariavelmente, faz uma breve caminhada quando seu *smartwatch* emite um sinal sonoro sobre sua meta de quantidade de passos diários. Isso modifica a rotina do papa, como quando ele dialoga com o personagem representativo de Jorge Mario Bergoglio, o atual papa Francisco, salvo engano, em um banco do jardim na residência de verão do Castel Gandolfo e, após o alerta do *smartwatch*, a reunião precisa continuar durante uma caminhada.

Ficou evidente que tecnologias como o aplicativo Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável, estudado por Abib (2019), e o *smartwatch*, utilizado pelo personagem do papa emérito Bento XVI, constituem modos de vida distintos daqueles derivados de aplicativos como o que meu amigo utilizara, e o BTFIT. Os primeiros demandam *ser ativo*, o que consiste em um incremento de atividade física na rotina diária, com aumento do gasto calórico e ênfase no combate a fatores de risco e manutenção da saúde; os dois últimos demandam *ser fitness*, o que consiste na realização de exercícios físicos (práticas sistematizadas), com ênfase na melhoria da aptidão física e obtenção da “melhor versão de si”. As definições de atividade física e exercício ajudam nessa tarefa de compreender nossa proposta de diferenciação.

A OMS²⁷ repercute a clássica definição do seguinte modo: atividade física: “qualquer movimento corporal produzido pelos músculos esqueléticos que demandam gasto energético” (tradução nossa); exercício [físico]: “uma subcategoria da atividade física planejada, estruturada, repetitiva e que visa melhorar ou manter um ou mais componentes da aptidão física” (tradução nossa).

Na proposta aqui investida, o *ser ativo* vincula-se à acepção do conceito de atividade física, tradicionalmente entendido como qualquer gasto energético acima do nível basal. Orientado por discursividades que transitam mais fortemente pela área da “saúde”, o “discurso da vida ativa” já foi explorado por diversos autores (BAGRICHEVSKY; PALMA, 2004;

²⁶ Por Laura Lopes. *Ranking mostra as tendências fitness de 2020*. Publicado em 3 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.ativo.com/corrída-de-rua/noticias/ranking-tendencias-fitness-2020/>. Acesso em: 5 abr. 2020.

²⁷ Site oficial da Organização Mundial da Saúde, documento eletrônico. Versão original: “Physical activity is defined as any bodily movement produced by skeletal muscles that require energy expenditure” e “The term ‘physical activity’ should not be confused with ‘exercise’, which is a subcategory of physical activity that is planned, structured, repetitive, and aims to improve or maintain one or more components of physical fitness”. Disponível em: <https://www.who.int/ncds/prevention/physical-activity/introduction/en/>. Acesso em: 10 out. 2020.

FRAGA, 2005, 2006; FRAGA *et al.*, 2009; PALMA, 2001, 2009). Ainda na particularidade de nossa tese, o *ser fitness* vincula-se mais fortemente à aptidão física, especialmente formas sistematizadas de realizar atividades, caracterizadas como exercícios físicos. Orientado por discursividades que transitam mais fortemente pela área *fitness*, em nossa análise, o discurso da vida *fitness* ainda não foi explorado em profundidade, especialmente ao compreendê-lo como distinto do discurso da vida ativa.

Seja de modo intencional, ou não, a distinção entre *ser ativo* e *ser fitness* materializa-se também em plataformas como a Google Play, em que a categoria de aplicativos fitness é denominada “saúde e *fitness*” – constante em duas áreas: saúde e *fitness*. Notadamente, há características que demarcam o que vem a ser uma vida ativa e o que vem a ser uma vida *fitness*; contudo, há pontos de convergência. Esse debate é aprofundado no capítulo 4, quando tratamos do imperativo do desempenho *fitness*.

Para o momento, torna-se oportuno compreender que, em geral, a vida *fitness* demanda a realização de exercícios físicos, e a vida ativa (ou estilo de vida ativo), demanda atingir determinada quantidade de minutos de atividade física, mas não necessariamente a realização de exercícios físicos (práticas sistematizadas). Logo, o *ser fitness* pressupõe *ser ativo*, mas não necessariamente o inverso.

Por exemplo, para um atleta de CrossFit, conseqüentemente adepto de uma vida *fitness*, pouco importam as recomendações de atividade física para a saúde propostas por instituições científicas, mas sim os princípios do treinamento esportivo. Já para algumas pessoas preocupadas apenas com a manutenção da saúde, conseqüentemente adeptas de uma vida ativa, atender à quantidade de minutos de atividade física recomendada para a saúde pode ser suficiente, mesmo que não inclua exercícios físicos.

Nesse momento, já compreendemos algumas questões fundamentais, como: a difusão de diversas tecnologias no que temos chamado de cultura *fitness* digital, dentre estas, aplicativos *fitness* capazes de prescrever exercício físico; a capilarização de várias dessas tecnologias, que reverberam, inclusive, em políticas de governo; o potencial disruptivo de algumas delas, provocando mudanças tanto na oferta de bens e serviços, como nos modos de vida; e uma diferenciação entre *ser ativo* e *ser fitness*.

Nesse sentido, partindo do entendimento de que o aplicativo *fitness* e a rede da qual ele faz parte produzem determinadas ações, vale reiterar a problematização preliminar: De que modo o aplicativo *fitness* e a rede da qual ele faz parte operam na produção de ações para uma vida *fitness*? Contudo, ambos os enunciados, tanto do referido entendimento, quanto da

problematização preliminar, precisam de uma melhor qualificação, tais como a definição de qual aplicativo *fitness* e de como essa rede é configurada.

Para que esse refinamento seja possível, torna-se oportuno uma delimitação metodológica, que envolve a articulação entre elementos empíricos e teórico-conceituais que possibilitaram apreender e organizar a empiria e o modo de analisá-la, ferramentas as quais permitiram, ainda, reestruturar o problema de pesquisa na forma de objetivo e vislumbrar como alcançá-lo.

1.2 DELIMITAÇÃO METODOLÓGICA

De modo a evidenciar a vinculação entre conceitos e empiria, nos permitimos ensaiar e descrever os pontos teórico-conceituais basilares sob o prisma da experiência disparadora do problema de pesquisa. Logo, caracterizamos aspectos como a noção de rede, seus elementos constitutivos, o modo de analisá-la, qual o aplicativo *fitness* em questão, dentre outros aspectos pertinentes.

Iniciamos este trabalho apresentando uma experiência vivenciada na Avenida Beira-Mar, em Fortaleza, Ceará, na qual nos deparamos com uma evidente mudança, marcada pela influência (ou não) de determinados **elementos** constitutivos da rede. Antes, meu objetivo com a referida prática era “o encontro, ‘jogar conversa fora’, observar as pessoas, o mar, a brisa, os feirantes, as apresentações dos artistas de rua, correr, e, ao final, beber uma água de coco e retornar à minha casa – não necessariamente tudo isso, só isso, ou nessa ordem”; com a emergência do *personal trainer* digital, outros elementos passaram a operar, como o aplicativo, o *smartwatch*, o ranking virtual.

Logo, na expectativa inicial, as pessoas, o mar, a brisa, os feirantes, os artistas de rua, a água de coco, eram os elementos que vinham a repercutir na vivência; na segunda, tais elementos foram, de certo modo, deixados de lado, dando vez a outros, como o aplicativo, o *smartwatch* e o ranking virtual. Com base na Teoria Ator-Rede (ANT²⁸), vamos qualificar o que vem a ser esses elementos (LATOUR, 2012).

²⁸ A sigla ANT e não TAN (em sua versão original, em inglês) foi criada pela crítica da teoria à noção de que o social é estável, substancial, estático. Para Latour (2012), só algumas espécies (como a formiga, do inglês *ant*), apresentam o social com essas características. O social, portanto, só existe de modo provisório, durante as associações relativistas (em ato). No Brasil, alguns pesquisadores empregam a sigla TAR, contudo, para sustentar a metáfora proposta pelo autor, optamos por manter ANT nesta tese.

A premissa de que a interação *com* e *entre* esses elementos, em rede, produz determinadas ações, envolve o pensamento de que tais ações não necessariamente são as mesmas. Desse modo, a interação com o mar, a brisa, os feirantes, na primeira vivência, bem como com o aplicativo, o *smartwatch* e o ranking virtual, na segunda vivência, produz efeitos diferentes em mim em relação a meu amigo; se compararmos eu comigo mesmo, em momentos distintos, provavelmente, teríamos resultados igualmente diferentes. Não há, portanto, uma relação de causalidade direta entre os referidos elementos e as ações produzidas.

Um conceito fundamental para entendimento desse processo é o de *tradução*, metáfora adotada por Latour (2012) e que representa essa modificação no curso da ação, que se dá por meio da atuação desses distintos elementos, em que o produto é marcado pela incerteza. Por exemplo, o *personal trainer* digital pode influenciar significativamente a vida *fitness* de seu usuário, produzindo um atleta dedicado, ou influenciar apenas parcialmente; o usuário pode continuar a fruir o mar, a brisa (também atuante, nesse caso), como pode não influenciar em nada, caso tais elementos venham a ser desprezados.

Por ser conceito central na ANT, Latour (2012, p. 156), por vezes, chama de “sociologia da tradução” e a diferencia de outras teorias, justamente por considerar essa transformação no curso da ação. Logo, o autor usa os conceitos de mediador e intermediário para demarcar essa característica central, também basilar na proposta desta tese. No caso, os **elementos** constitutivos das referidas redes são considerados **mediadores**, já que agem em processo de tradução, modificando a ação, ou seja, atuando de modo que tais mediadores (as causas) não podem determinar necessariamente as ações produzidas (os efeitos).

Compreendidos como **intermediários**, concepção da qual o autor se afasta, ocorre uma transmissão (e não tradução) de determinada mensagem, sem qualquer transformação, ou seja, uma relação de causalidade em que a informação que entra (*input*), sempre determina a que sai (*output*). Se tais elementos fossem entendidos como meros intermediários, os produtos da interação seriam sempre os mesmos: no caso do *personal trainer* digital, sempre atletas seguindo fielmente as prescrições realizadas. Nesse sentido, a tradução é entendida como “[...] uma relação que não transporta causalidade, mas induz dois [ou mais] mediadores à coexistência” (LATOUR, 2012, p. 160). A seguir, reiteramos a diferenciação nas palavras do autor.

Um *intermediário*, em meu léxico, é aquilo que transporta significado ou força sem transformá-los: definir o que entra já define o que sai. [...]. Os *mediadores*, por seu turno, não podem ser contados como apenas um, eles podem valer por um, por nenhuma, por várias ou uma infinidade. O que entra neles nunca define exatamente o que sai; sua especificidade precisa ser levada em conta todas as vezes. Os mediadores

transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam. (LATOURE, 2012, p. 65, grifos do autor).

Compreendendo a noção de mediador, marcado por sua característica de tradução e consequente incerteza, vale qualificar ainda mais os elementos apresentados em nossa experiência na Avenida Beira-Mar, em Fortaleza, Ceará, na medida em que esses apresentam “natureza” distinta. Com essa explicação, queremos dizer que os feirantes, o mar, a brisa, a água de coco, apontados em meu relato, atuavam quando eu estava em ação durante a referida caminhada, tornando-a, de algum modo, diferente. Na medida em que eles *atuam*, são geralmente denominados **atores**.

Evidentemente, na experiência descrita, há atores humanos e “não humanos” (LATOURE, 2012, p. 109). Dentre os humanos, minha relação com meu amigo, com os feirantes. Dentre os não humanos, em nossa análise, há ainda aqueles que são propriamente um objeto (o celular, a *smartband*), e aqueles “imateriais”, discursivos (o comando de voz, o algoritmo do aplicativo, o ranking virtual).

Por outro lado, as associações demonstram que, em interação, esses atores possuem característica híbrida, tendo, ao mesmo tempo, características de humanos e de não humanos. A associação é algo tão central em sua teoria que, por vezes, o autor a chama de “sociologia das associações” (LATOURE, 2012, p. 130).

A metáfora do termo ator é produtiva no sentido de permitir compreender a ANT. Em uma peça de teatro, quando um ator está atuando, quem de fato está agindo? Latour (2012, p. 75-76), complementa: “A reação do público conta para alguma coisa? E quanto à iluminação? Nos bastidores, o que o elenco está fazendo? A mensagem do autor foi transmitida fielmente ou completamente deturpada? [...]”. O autor usa o argumento de que há uma rede atuante com o ator, para passar a denominá-lo de “ator-rede”, dada a incerteza em relação à origem da ação e à rede que o levam a atuar.

Para reportar esses mesmos elementos, Latour (2012, p. 86) usa ainda o termo “actante”, pois nem sempre o que vem a agir possui figuração. Em uma peça de teatro, por exemplo, a arquitetura do lugar também está agindo, pois integra a rede e não é, propriamente, um ator (ou um figurante). O mesmo ocorre em nosso estudo, no caso do algoritmo do *personal trainer* digital na experiência inicialmente descrita, cujo termo actante seria bem aplicado. Essa expressão é também relevante no sentido de proporcionar uma espécie de simetria entre humanos e não humanos, especialmente porque, em geral, atores são humanos.

Latour destaca que isso não implica uma completa simetria, mas em “*não impor uma assimetria espúria entre ação humana intencional e o mundo material de relações causais*”

(LATOUR, 2012, p. 114, grifos do autor) , presente em outras perspectivas teóricas de análise. Portanto, as expressões ator, ator-rede e actantes, dentre outras, como agente (aquele que age), são utilizadas para reportar mediadores. Vale ressaltar que a própria pessoa que de fato realizou a ação é também um mediador (no exemplo em questão, meu amigo e eu mesmo). Independentemente da expressão, quer seja um ator ou um actante, Latour (2012, p. 108) sugere as seguintes questões: “Ele faz diferença no curso da ação de outro agente ou não? Haverá alguma prova mediante a qual possamos detectar essa diferença?”. Nesse sentido, passamos a nos reportar a tais elementos somente como **mediadores**.

Vale destacar que não é o fato de um relógio ter se tornado mídia (*smartwatch*), que o leva à condição de mediador; não se é mediador *a priori*. Na medida em que esses elementos não modificam minha ação, podem ser considerados apenas intermediários, a exemplo do mar, da brisa, dos feirantes, entre outros elementos do relato após o surgimento do *personal trainer* digital. Tal fato ocorre não somente por passarem despercebidos, mas por não modificarem, de fato, o curso da ação. Exemplo disso são os algoritmos das mídias sociais, que muitas vezes passam despercebidos, mas modificam a ação/o comportamento, como discutiremos no decorrer desta tese.

Contudo, um requisito para que possamos analisar os mediadores que venham a influenciar determinada ação, é que ele deixe rastros, e visíveis. Assim, a ANT distancia-se de propostas que investem em algo oculto, “por trás” de determinada ação, nas entrelinhas, ou que gostaria de dizer, ao invés do que foi de fato dito, ou mesmo que a ação seja fruto de determinação social. Nas palavras do autor,

Uma ação invisível, que não faça diferença, não gere transformação, não deixe traços e não entre num relato não é uma ação. Ponto final. Ou faz alguma coisa ou não faz nada. Se você mencionar uma ação, terá de apresentar um relato sobre ela e, para tanto, precisará tornar mais ou menos explícito quais provas deixaram tais e tais traços observáveis. (LATOUR, 2012, p. 84).

Embora objetos já constassem na análise de outros sociólogos, a ANT surge com o argumento de que esses também agem. No caso, a intersubjetividade entre humanos deve dialogar com a “interobjetividade” (LATOUR, 2012, p. 283). Outro destaque importante é o distanciamento de um certo determinismo social, como se nossas ações fossem meramente frutos da atuação dos mediadores. Assim, a análise deve investir em “[...] mediadores que *induzam* outros a *fazer* coisas. ‘Induzir’ não é o mesmo que ‘causar’ ou ‘fazer’: há em seu âmago uma duplicação, um deslocamento, uma translação que modifica simultaneamente todo o argumento”(LATOUR, 2012, p. 311-312, grifos do autor).

Conforme apontam Latour (2012) e Lemos (2013), os mediadores nos fazem fazer coisas, modificam nossa forma de pensar e agir. Logo, ocorre uma “*subdeterminação da ação*”, das incertezas e controvérsias em torno de quem e o que está agindo quando ‘nós’ entramos em ação – e não há, é claro, nenhuma maneira de decidir se essa fonte de incerteza reside no analista ou no ator” (LATOURE, 2012, p. 74, grifos do autor).

Finalmente, isso nos permite compreender a noção de rede. A rede é, justamente, uma “concatenação de mediadores” (LATOURE, 2012, p. 93), já que os mediadores se modificam mutuamente e, por possuírem componentes humanos e não humanos, podemos denominá-la de **rede sociotécnica**²⁹.

Para justificar o argumento de que a rede sociotécnica se constitui em um processo de concatenação de mediadores, Bruno Latour usa o exemplo das marionetes:

Embora marionetes constituam, na aparência, o exemplo mais cabal de causalidade direta – apenas obedecem aos cordões -, os titereiros raramente se comportam como se controlassem completamente. Dizem frases engraçadas como “os bonecos nos sugerem coisas que nunca pensamos ser possíveis” [cita Victoria Nelson – *The Secret Life of Puppets*, 2002]. Quando uma força manipula a outra, isso não significa que seja uma causa a gerar efeitos; pode ser também a ocasião para outras coisas começarem a agir. A *mão*, oculta na etimologia latina da palavra “manipular”, é tanto um indício de controle *quanto de falta dele*. Então quem puxa os cordéis? Os títeres, além dos seus. Não que eles o controlem quem os manipula – isso inverteria a ordem da causalidade – e, sem dúvida, nenhuma dialética faria mágica. Nessa altura, o interessante não é decidir quem está agindo e como, mas passar de uma certeza para uma *incerteza* em relação a ação: determinar o que age e de que maneira (LATOURE, 2012, p. 93–94, grifos do autor).

Temos outro exemplo semelhante, mais próximo de nós, brasileiros: A morte de Tom Veiga, intérprete do Louro José, no dia 1º de novembro 2020. Em artigo publicado na *Revista Uol*, por Leandro Carneiro³⁰, em 2 de novembro de 2020, é resgatado o seguinte relato de Tom Veiga: “O Louro diz coisas que eu não diria jamais para ninguém, apesar de ser meio palhaço”. Por sua vez, Ana Maria Braga, reforçava: “São duas pessoas completamente diferentes”. Sob o prisma da ANT, não somente Tom Veiga fazia com que o Louro José agisse, mas também Ana

²⁹ Vale ressaltar que o autor não apresenta uma explicação específica para essa expressão, tampouco a defende com veemência. Aparece apenas em alguns momentos, de modos distintos, como “controvérsias sociotécnicas” (LATOURE, 2012, p. 120), “tramas sociotécnicas” (LATOURE, 1994, p. 12), “confusões sociotécnicas” (LATOURE, 1994, p. 139). Contudo, consiste em um modo oportuno de apresentar as articulações entre humanos e não humanos, além da expressão “rede sociotécnica” ser utilizada por diversos autores que operam suas análises a partir da ANT, assim, passamos a adotá-lo. O autor opõe-se radicalmente à noção tradicional de “rede”, como algo estável e fortemente assimétrica (entre humanos e não humanos), ressignificando o termo (muitas vezes na forma “ator-rede”, mas não o desprezando).

³⁰ Por Leandro Carneiro. Duas pessoas em uma: Histórias de Tom Veiga e Louro José se confundem, mesmo com personalidades diferentes. Uol - De Splash. São Paulo, 2 de novembro de 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/reportagens-especiais/tom-veiga-morre-aos-47-anos/index.htm>. Acesso em: 3 nov. 2020.

Maria Braga, as câmeras, o diretor, o público, a arquitetura pensada anos anteriores e o próprio boneco papagaio. Isso porque todos, inclusive o Louro José, também faziam com que Tom Veiga agisse.

O exemplo sugere que, na perspectiva da ANT, a tomada de decisão que culmina em determinada ação não ocorre de modo isolado. Diante da “indução” de mediadores, aí incluso também a subjetividade³¹ do indivíduo, a ação é assumida. Logo, não implica uma “força social” externa que passou a agir (um “contexto”, ou mesmo uma “rede”, compreendida como determinista); tampouco uma decisão precisamente autônoma – mesmo ao manipular uma marionete. Para Latour (2012, p. 72), “a ação não ocorre sob pleno controle da consciência; a ação deve ser encarada, antes, como um nó, uma ligadura, um conglomerado de muitos e surpreendentes conjuntos de funções que só podem ser desmaranhados aos poucos”.

Ora, um exemplo interessante nessa direção é o debate sobre o porte de armas, afinal, o mesmo lado que defende a arma enquanto mediador, por um prisma, nega por outro. Segundo os defensores, um bandido pensará duas vezes em realizar determinado crime pela incerteza de saber se a potencial vítima estará ou não armada – logo, a arma seria mediadora, independentemente de ser acionada, pois sua potencial presença modificaria os comportamentos. Ao mesmo tempo, “a arma não mata sozinha”, portanto, estar ou não com uma arma não influenciaria o comportamento de se envolver ou não em uma briga, de cometer ou não um homicídio – logo, nesse argumento, a arma seria apenas um intermediário (e não mediador), pois sua existência não modificaria o comportamento humano.

Evidentemente, nas premissas aqui empregadas (LATOUR, 2012), um objeto pode se configurar como mediador não somente pela sua função primária. É possível que o usuário de um *smartwatch* deixe de realizar sua caminhada em determinado trajeto por receio de ser roubado, por exemplo. No caso, os dados de violência, assim como o *smartwatch*, estariam influenciando essa tomada de decisão. O *smartwatch* não atuou como mediador pelas suas funções primárias – como o monitoramento de sinais vitais, ou mesmo checar a hora. Assim, em primeira análise, já se identifica uma rede sociotécnica constituída por usuário, *smartwatch* e dados de violência. Nesse contexto, entende-se que a concatenação de mediadores ocorre de modo fluido.

Diante dessa explicação teórico-conceitual, compreendemos o que vem a ser um mediador e que sua concatenação, envolvendo humanos e não humanos, constituem uma rede

³¹ Subjetividade é aqui compreendida como “[...] a maneira pela qual o sujeito faz a *experiência de si* mesmo em um jogo de verdade, no momento no qual ele se relaciona consigo mesmo. [...]” (FOUCAULT, 2004, p. 236, grifo nosso), e não algo como oposto de objetividade, ou algo que o sujeito porta.

sociotécnica. Nesse sentido, podemos qualificar a problematização preliminar da seguinte maneira: De que modo um aplicativo *fitness* e a rede *sociotécnica* da qual faz parte *atuam* na *mediação* de ações para uma vida *fitness*? Contudo, para termos de fato um problema de pesquisa, falta definir qual aplicativo *fitness*. Em seguida, uma explicação acerca de como a rede sociotécnica à qual esse determinado aplicativo integra foi analisada.

Para a definição acerca de algumas questões metodológicas, e compreender como os estudos têm abordado a relação entre exercícios físicos e tecnologias digitais, realizamos uma revisão integrativa de literatura³² envolvendo esses dois temas (OLIVEIRA; FRAGA, 2020). Buscamos por um conjunto de termos relacionados ao “exercício físico” e outro conjunto relacionado a “tecnologias digitais”, com estudos publicados entre 2013 e 2018, na SPORTDiscus with Full Text (EBSCO) e no Google Scholar, o que resultou em 21 textos selecionados. Os resultados apontam para quatro categorias: compartilhamento em mídias sociais; influenciadores digitais; tecnologias educacionais; e exercícios mediados pela tecnologia.

O compartilhamento em mídias sociais aponta para seu uso como forma de divulgação de determinadas práticas. Muitas vezes, são publicações encadeadas por meio de desafios, uso de *hashtags*, entre outros. Os influenciadores digitais surgem justamente nesse contexto, tidos como referência em determinada área (realização de exercícios físicos e/ou nutrição, por exemplo), tenham eles formação acadêmica para isso, ou não.

As tecnologias educacionais dão suporte para professores, especialmente os de Educação Física, por trabalharem com temas que envolvem exercícios físicos. Manifestam-se de diversas formas, indo desde os Jogos Eletrônicos de Movimento, ao uso de mídias sociais para compartilhamento de conteúdos. Por fim, os exercícios mediados pela tecnologia, que guardam mais relação com esta tese, e coincidentemente a categoria que, neste levantamento, contou com menos estudos realizados no Brasil, quando comparados com trabalhos de outros países.

Incluem duas perspectivas de discussão: um grupo de tecnologias que auxilia o profissional de Educação Física a prescrever o exercício físico, e outro grupo de tecnologias que prescreve de modo autônomo, como é o caso do *personal trainer* digital (OLIVEIRA; FRAGA, 2020). Embora sejam vertentes distintas, muitas vezes essas quatro categorias aparecem articuladas.

³² Publicado na *Revista Conexões: Educação Física, Esporte e Saúde* da Faculdade de Educação Física da Unicamp. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8658059>. Acesso em: 8 out. 2020.

Nesse sentido, as contribuições dessa revisão de literatura para a presente tese permeiam não somente a complexidade do fenômeno, mas também o cuidado metodológico de não restringir o estudo a somente uma mídia enquanto empiria. Demonstra que, muitas vezes, os rastros de associação na cultura digital transitam por distintas mídias, com diferentes linguagens.

Pela diversidade de aplicativos *fitness* disponíveis atualmente, foi preciso estabelecer alguns critérios para a escolha, inicialmente, em qual deles investir. Para tanto, além da revisão de literatura (OLIVEIRA; FRAGA, 2020), foi preciso adentrar em leituras do campo da comunicação e mídia, onde alguns aspectos relevantes, particularmente no contexto contemporâneo de pesquisas com mídias, ficaram evidentes, como as características da narrativa a ser analisada.

Grosso modo, trata-se do argumento de que, ao investir analiticamente em determinada mídia, estando limitado a um único canal, teria uma perspectiva demasiadamente restrita. Vale dizer que, etimologicamente, mídia significa um instrumento mediador, ou seja, que intermedia relações – muito embora o *personal trainer* digital conecte os usuários a um *software* e não propriamente a outro comunicante.

Assim, é importante entender os conceitos de *cross-media* (crossmídia), bem como de narrativa transmidiática, ou, simplesmente, transmídia. Crossmídia é caracterizada como o conteúdo com a mesma essência, em diferentes plataformas (aí incluídas as mídias digitais, ou não), como um mesmo artigo de jornal publicado em mídias como Instagram, Facebook, entre outros, mas com conteúdo praticamente igual. Ainda assim, há diferenças, já que cada mídia se especializa em determinado fim: O Instagram se caracteriza mais pelas imagens, o YouTube mais pelos vídeos e o Twitter mais pelos textos, por exemplo. Já a transmídia consiste em uma narrativa que se desenvolve em diferentes plataformas, cada um com sua contribuição peculiar para o entendimento do “todo” (JENKINS, 2009).

Os exemplos de narrativa transmídia são diversos, como as narrativas *Guerra nas Estrelas*, *Matrix*, *Pokémon*, *Vingadores*. Mais recentemente, foi possível visualizar esse recurso sendo utilizado por Manu Gavassi, na vigésima temporada do *reality show* Big Brother Brasil (edição 2020). A influenciadora digital, antes de adentrar ao confinamento, gravou diversos vídeos que dialogavam com o que viria a acontecer durante o programa, publicados oportunamente, tais como a ocasião de se tornar líder, ser semifinalista e até mesmo finalista. Assim, para o entendimento do todo, era preciso acompanhar paralelamente distintas plataformas. Além disso, alguns fãs também produziam materiais que se assemelhavam a

histórias paralelas, como as *fanfics*³³. Com essa estratégia, angariou mais seguidores, consequentemente mobilizou mais gente para votar nela e, muito em função desse movimento, chegou a ser finalista do programa. Assim, entende-se que a narrativa transmídia tem como premissa básica que, para se entender o todo, é preciso o consumo de diferentes mídias: jogos, quadrinhos, filmes, artigos, etc.

Apesar dessa definição, a noção de crossmídia apresentada por Boumans (2004) evidencia alguns elementos que se confundem com essa compreensão de transmídia: envolve mais de uma mídia, que se apoiam mutuamente com seus pontos fortes específicos; visa a uma produção integrada; é acessível em diferentes dispositivos (*notebook, smartphones, etc.*); é necessário, muitas vezes, mais de uma mídia para o entendimento da narrativa (tema, história, propósito, objetivo, mensagem); a narrativa possui relevância quando é necessária a interação em diferentes mídias para seu entendimento, não sendo mera justaposição.

Independentemente da denominação, vale destacar que, no contexto contemporâneo, investigações que centralizam a empiria em apenas uma mídia têm mais chances de não vislumbrar parte importante do fenômeno. Assim, para fins de estudo, tornou-se oportuno a escolha de um aplicativo que tivesse diversas funções e publicações em diferentes mídias, por possibilitar mais elementos para análise. Logo, definimos os seguintes critérios para escolha do aplicativo: que prescrevesse exercícios físicos, preferencialmente de modalidades diversas; que tivesse possibilidade de pareamento com tecnologias vestíveis; que possuísse quantidade significativa de usuários no Brasil; e, por questões éticas, que possuísse publicações do tipo “modo público” em mídias sociais.

Ainda não há dados consistentes sobre a quantidade de usuários de aplicativos *fitness* no Brasil. Contudo, a empresa SimilarWeb³⁴ ranqueia, dentre várias vertentes, os melhores aplicativos na Google Play Store e na Apple App Store, inclusive na categoria *Health & Fitness*. O ranqueamento é feito em três possibilidades: *top grossing*, que são os mais rentáveis; *top free*, que são os melhores gratuitos; e *top paid*, que são os melhores pagos. Os dados são atualizados recorrentemente. Dentre o conjunto de possibilidades, optamos por investigar os aplicativos na Google Play Store, já que há mais aparelhos com sistema operacional *Android*

³³ *Fanfic* é a abreviação de *fanfiction*, uma ficção de fã. Basicamente, consiste em histórias paralelas criadas pelos fãs, em continuidade de determinadas obras. Há diversas *fanfic* da série *Star Wars*, por exemplo.

³⁴ A SimilarWeb é uma empresa especializada em *marketing*, com origem em Israel, que conta com 400 profissionais em quatro continentes. Atuam em 240 categorias distintas, em 60 países. Disponível em: <https://www.similarweb.com/apps/top/google/store-rank/br/health-and-fitness/top-grossing>. Acesso em: 5 abr. 2020.

no Brasil; e na categoria *top grossing*, já que provavelmente possuem certa quantidade de recursos que gera adesão ao público, por ser a que engloba os “mais rentáveis”.

Essa busca foi feita em 27 de fevereiro de 2018, quando projetávamos a qualificação deste estudo para o mês de maio daquele mesmo ano. Na ocasião, figuravam nas três primeiras colocações os seguintes aplicativos: 1) 8fit - Workouts, Meal Planner & Personal Trainer; 2) Strava: Track Running, Cycling & Swimming With GPS; e 3) Freeletics Bodyweight. Contudo, ao analisar a veiculação de informações referentes a esses aplicativos nas mídias sociais, identificamos o seguinte: O aplicativo 8fit - Workouts, Meal Planner & Personal Trainer não tinha muita repercussão no contexto brasileiro, pelo menos do ponto de vista de compartilhamento de informações em mídias sociais; o aplicativo Strava: Track Running, Cycling & Swimming With GPS tinha por objetivo o compartilhamento de informações pertinentes aos treinos, uma espécie de rede social e não propriamente dedicado à prescrição de exercícios físicos; já o aplicativo Freeletics Bodyweight contemplava os critérios. Atualizamos essa busca em 1º de fevereiro de 2020, em que constam dados de 30 de janeiro de 2020. Desta vez, o Strava: Track Running, Cycling & Swimming With GPS passou para a primeira posição, e a Freeletics subiu para o segundo, com o nome Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset. Logo, o aplicativo Freeletics nos chamou a atenção e procuramos saber mais a seu respeito.

Em notícia recente, publicada em 23 de janeiro de 2020, por Lucas Agrela (2020), na revista *Exame*, ficou evidente o caráter disruptivo dessa tecnologia, destacadamente o aplicativo de treinamento da Freeletics. A chamada já evidenciava uma preocupação contemporânea para profissionais de Educação Física: *Fim do personal trainer? Brasileiros se interessam por treinador em APP: Pesquisa mostra que brasileiros optariam por orientação virtual por preço mais acessível*. Os dados apontavam para uma projeção favorável aos aplicativos fitness, artigo no qual a academia Smart Fit também é citada:

São Paulo – Grandes redes de academias, como a Smart Fit, já contam com seus próprios aplicativos para mostrar, com vídeos, a forma correta de executar exercícios físicos durante o treino de musculação ou aeróbicos. Os apps em academias ou para exercícios em casa fazem parte de uma tendência global bilionária. Segundo a consultoria americana Grand View Research, o setor de aplicativos para exercícios passará de 2,6 bilhões de dólares em 2020 para 10,9 bilhões de dólares em 2026, registrando crescimento anual de 21,1%.

Uma pesquisa feita pelo aplicativo Freeletics, divulgada com exclusividade por **EXAME**, mostra um aumento no interesse de brasileiros por aplicativos que contam com *personal trainers* virtuais. O estudo, feito com mil pessoas das cinco regiões do país, indica que 77% das pessoas acreditam que um treinador pode ajudar a atingir seus objetivos, como condicionamento físico, ganho de massa muscular ou perda de peso.

Apesar de o número representar um aumento de 5,4% em relação ao do relatório de 2019, 71% das pessoas entrevistadas trocariam o acompanhamento de um profissional humano por um personal trainer virtual em um aplicativo para celular. O principal motivo para a troca é o preço cobrado pelos profissionais humanos, que pode ser maior do que o cobrado por mensalidades de aplicativos para exercícios. (AGRELA, 2020, documento eletrônico, grifos do autor).

As primeiras impressões foram bem marcantes e instigaram ainda mais o interesse em entender seu funcionamento. Vale ressaltar que dados semelhantes foram encontrados no ano anterior, no primeiro Mapa Nacional do Impacto da Tecnologia no Esporte e Sedentarismo, promovido pela Freeletics³⁵. Encontramos os seguintes títulos em outras reportagens, todos relacionados à Freeletics: *O personal trainer mais popular do país não é humano: Sua capacidade de aprender com o feedback dos alunos e criar programas de treinamento físico personalizado é um dos seus segredos*³⁶; *Francisco e a união da família por causa de caminhadas e utilização do aplicativo Freeletics*³⁷; *Como perder peso sem ir à academia*³⁸; *Fabiola Gadelha mostra mudança radical de mulher que perdeu 40 kg*³⁹.

Dentre essas chamadas, uma das informações de destaque, e que a nosso ver distingue essa tecnologia de outras, é o que o *personal trainer* digital possuía “capacidade de aprender com o *feedback* dos alunos e criar programas de treinamento físico personalizado”. Isso o diferencia radicalmente do aplicativo *Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável*, estudado por Abib (2019), justamente pelo fato de não somente reproduzir treinamentos (no caso, desafios) pré-prontos para diversas pessoas.

No aplicativo *Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável*, assim como a maioria dos outros aplicativos para a prática de exercícios físicos, a atividade proposta é a mesma, seja qual for o usuário. Outra diferença crucial é na própria concepção dos aplicativos. O *Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável* surge como uma política de governo, particularmente do

³⁵ Por Globoesporte.com. *Academias não motivam mudança de estilo de vida, segundo estudo com sedentários: pesquisa mostra que 74% dos brasileiros que não praticam exercícios frequentemente acreditam que poder se exercitar em qualquer hora ou lugar é muito mais estimulante*. Publicado em 3 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/eu-atleta/noticia/academias-nao-motivam-mudanca-de-estilo-de-vida-segundo-estudo-com-sedentarios.ghtml>. Acesso em: 14 fev. 2020.

³⁶ Por Abril Branded Content, publicado em 7 de junho de 2017, na Revista *Veja* - Editora Abril. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/o-personal-trainer-mais-popular-do-pais-nao-e-humano/>. Acesso em: 2 fev. 2020.

³⁷ Por Ana Bracarense, publicado em 28 de maio de 2018, no site Torcedores. Disponível em: https://www.torcedores.com/noticias/2018/05/francisco-filho-nora?enable-feature=new_layout. Acesso em: 2 fev. 2020.

³⁸ Vídeo veiculado no canal do Youtube Edilson Atleta Livre, publicado em 10 de janeiro de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yzIEvTEhnoE&feature=youtu.be>. Acesso em: 2 fev. 2020.

³⁹ Publicado em 15 de maio de 2018, no canal SP NO AR, da Record. Disponível em: <https://noticias.r7.com/sp-no-ar/videos/fabiola-gadelha-mostra-mudanca-radical-de-mulher-que-perdeu-40-kg-15052018>. Acesso em: 2 fev. 2020.

setor da Saúde, pressupondo que seus usuários buscam por prevenção e promoção da saúde. Enfatiza uma vida ativa, ou seja, não necessariamente treinamentos sistematizados.

O Freeletics não é iniciativa de estado, tampouco do setor de saúde institucional. Sequer é brasileiro, pois tem origem alemã, mesmo que quase totalmente traduzido para a língua portuguesa. Pressupõe que seus usuários são atletas, ainda que alguns deles sejam iniciantes, e a relação com a saúde é apenas uma das possíveis consequências. Enfatiza uma vida *fitness* na qual o treino sistematizado necessariamente faz parte da rotina.

Ao buscar a justificativa para essa “capacidade [do *personal trainer* digital] de aprender com o *feedback* dos alunos”, encontramos uma tecnologia pouco citada nos estudos da Educação Física: inteligência artificial. Essa característica reforça o termo “*personal trainer* digital”, tanto pelo caráter de treinador “pessoal”, como da prescrição de treinamento “personalizado”. Uma tecnologia potencialmente mais disruptiva ainda para a área, já que aquelas que transmitem informações prontas já eram difundidas há um tempo, como foram os programas *fitness* de Jane Fonda, na década de 1980. Do ponto de vista da ANT (LATOURET, 2012), que fundamenta nossas análises, a inteligência artificial é um dos mais relevantes mediadores na cultura *fitness* digital, pois sua atuação é ainda mais perceptiva, na medida em que os treinos são reajustados à condição física dos usuários.

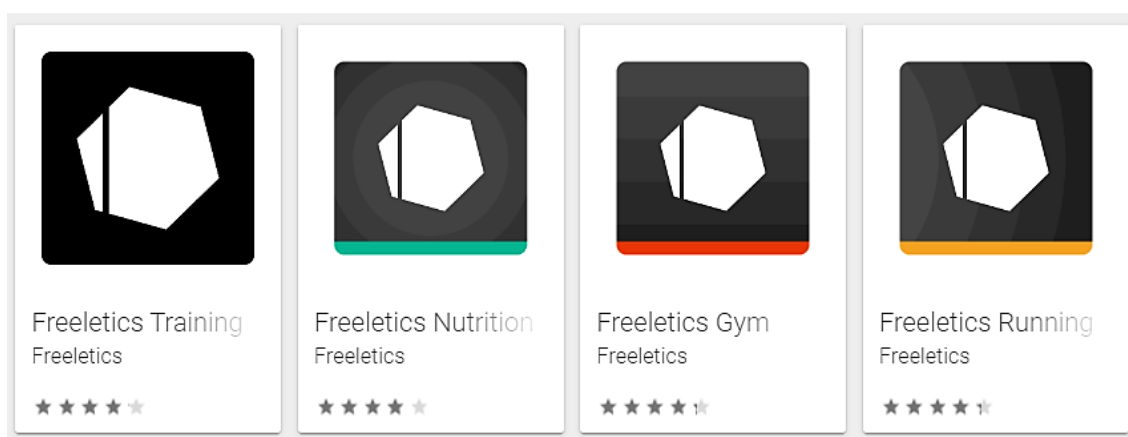
Um modo interessante de definir inteligência artificial é proposto por Alan Turing, conforme se observa na citação direta realizada por Joshi (2020, p. 4, tradução nossa): “Se existe uma máquina atrás de uma cortina e um humano está interagindo com ela (por qualquer meio, por exemplo, áudio ou digitação, etc.) e sente que está interagindo com outro humano, então a máquina é artificialmente inteligente.”⁴⁰. Joshi (2020) alerta que isso não significa que se trata de uma máquina extraordinariamente inteligente, mas que ela seja capaz de produzir comportamento semelhante ao humano. No caso do *personal trainer* digital, o *software* reajusta os treinamentos continuamente, a depender das características dos usuários e do nível de resposta ao treinamento. Ou seja, “aprende” com o *feedback* dos alunos.

Isso é salientado e fomentado pelo *marketing* da empresa. A tela inicial do *site* da Freeletics possui as seguintes mensagens: “Treine com o melhor *coach* digital: Ouse ser livre com o *Coach* de Inteligência Artificial do Freeletics. Exclusivo no aplicativo Freeletics”; “Coach digital aprovado por 36 milhões de usuários”; “Training Journeys personalizadas para você. Seu Coach analisa seu nível de condicionamento e objetivos. Quanto mais você treinar,

⁴⁰ Original: “If there is a machine behind a curtain and a human is interacting with it (by whatever means, e.g. audio or via typing etc.) and if the human feels like he/she is interacting with another human, then the machine is artificially intelligent”.

mais ele se adapta a você” (FREELETICS, 2020a). Outra questão importante, do ponto de vista metodológico, foram as constantes mudanças realizadas no *personal trainer* digital. Em setembro de 2020, a Freeletics possuía dois aplicativos, mas, no início de fevereiro de 2019, bem como na época da elaboração do projeto desta tese, a Freeletics possuía quatro aplicativos, a saber:

Figura 1 – Representação dos quatro aplicativos Freeletics no Google Play



Fonte: Google Play (GOOGLE LLC, 2020a). Acesso em: 3 fev. 2020.

A seguir, está descrita a função principal de cada um deles.

1. *Freeletics Bodyweight* – para exercícios físicos com o peso do próprio corpo;
2. *Freeletics Nutrition* – para alimentação;
3. *Freeletics Running* – para treinos de corrida;
4. *Freeletics Gym* – para exercícios físicos com uso de materiais.

Conforme já anunciado, a Freeletics mantém somente dois aplicativos, um para prescrição de exercícios físicos e um para nutrição, ambos baseados em inteligência artificial. Logo, o Nutrition, muitas vezes chamado de “nutricionista de bolso”, permanece. As características do Running e do Gym foram incorporadas ao Bodyweight, além disso foram incluídos os treinos Mindset (ou treinos da mente). O aplicativo passou a se chamar Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset. Os treinos são, principalmente, constituídos por exercícios com o peso do próprio corpo (calistênicos), seguindo princípios do HIIT (treino intervalado de alta intensidade), embora com a inclusão do Running e do Gym, exercícios de corrida e com implementos tenham sido inseridos. Os treinos Mindset, ou “Coach da Mente”,

é um recurso inserido em janeiro de 2020 e, basicamente, são *podcasts* que transmitem mensagens que integram a cultura vinculada à marca: “oferecendo lições em áudio para ajudar os usuários a criarem hábitos saudáveis, lidarem com contratempos, gerenciarem o estresse e melhorarem seu foco, recuperação e sono” (FREELETICS, 2020b, documento não paginado). Possivelmente por ainda não estarem traduzidos para o português, esses treinamentos da mente são pouco difundidos no Brasil.

Os treinos são organizados em Training Journeys, variando entre 6 e 12 semanas (FREELETICS, 2020b), o que pode representar uma periodização feita pelo *personal trainer* digital. Possui um léxico próprio, no qual os treinos recebem nome de deuses gregos. Os usuários são chamados de Atletas Livres, já que, em tese, podem treinar de forma livre, em qualquer hora e lugar. Aqueles que se destacam e se tornam referência aos demais Atletas Livres se tornam Embaixadores⁴¹. De acordo com o *site* oficial Freeletics, os Embaixadores possuem as seguintes características:

Os Embaixadores do Freeletics são usuários ativos com um amplo conhecimento sobre a marca, produtos e treino da Freeletics. Eles são Atletas Livres há mais de 2 anos e têm um nível mínimo de 55 no Freeletics App.

Possuem um envolvimento significativo na comunidade Freeletics, tanto offline quanto online. Os embaixadores organizam sessões regulares de treinamento em sua própria cidade e apoiam Atletas Livres dentro e fora do aplicativo.

Devem estar presente nas mídias sociais. Os embaixadores têm um perfil no Instagram onde compartilham sua jornada no Freeletics. Eles também atuam em grupos Freeletics locais / nacionais do Facebook.

Todos os Embaixadores do Freeletics têm um grande número de seguidores no aplicativo Freeletics e se envolvem com muitos deles diariamente.

Eles inspiram e motivam outras pessoas através de sua própria jornada atlética no aplicativo Freeletics. Os embaixadores têm histórias inspiradoras que mostram claramente seu alto compromisso e motivação. (FREELETICS, 2020a)⁴².

Embora não esteja explícito, outro motivo importante para a denominação Embaixadores é sua capilarização pelo mundo. De acordo com o Kit de Imprensa elaborado pela marca, o *personal trainer* digital está em mais de 160 países e em 10 idiomas (inglês, francês, alemão, italiano, japonês, polonês, português, russo, espanhol e turco). A Freeletics é uma empresa alemã. Nesse sentido é como se fossem Embaixadores dessa empresa, que é alemã, pelo mundo. Não há menção à possível existência ou não de remuneração aos Embaixadores e, aparentemente, não demanda formação em alguma área específica, já que são

⁴¹ Vale ressaltar que, embora os Embaixadores estejam de certa forma vinculados à Freeletics, as opiniões e orientações que prestam são autônomas e de responsabilidade dos próprios sujeitos, portanto, não necessariamente refletem a opinião da empresa.

⁴² Disponível em: <https://help.freeletics.com/hc/pt-br/articles/360009298460-Embaixadores-Freeletics->. Acesso em: 4 set. 2020.

“pessoas comuns”, portanto, qualquer um pode atingir os mesmos resultados e a mesma posição.

Apesar de os aplicativos poderem ser baixados gratuitamente, alguns serviços requerem assinatura, que pode ser de 3, 6 ou 12 meses. A assinatura pode incluir somente o *Coach* de Treino, ou estar associada ao *Coach* de Nutrição (o Nutricionista de Bolso). Há a garantia de que o cliente obterá seu dinheiro de volta em até 14 dias, caso esteja insatisfeito (FREELETICS, 2020a). Os aplicativos da Freeletics estão disponíveis para os sistemas Androide, iOS e Windows.

Outro diferencial é que as publicações oficiais da Freeletics são feitas em diferentes meios - *site* oficial, Facebook, Instagram, YouTube e Twitter -, contudo, o conteúdo publicado geralmente é o mesmo. No *site* oficial – em consulta realizada em 8 de abril de 2020 (FREELETICS, 2020a) –, além das abas “treino”, “nutrição”, “*blog*” e “loja”, há *links* das páginas da empresa no Facebook (com 3.375.977 “curtidas”), Instagram (com 1,3 milhões de seguidores), Twitter (com 41 mil seguidores) e YouTube (com 219 mil inscritos).

Diante disso, tanto o aplicativo Freeletics quanto esses diversos elementos a eles vinculados (a “rede sociotécnica” a qual ele faz parte) foram se consolidando como objeto empírico a ser analisado na tese. Portanto, a partir desse momento, ao nos referirmos a “*personal trainer* digital” estaremos tratando especificamente do aplicativo Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset.

Uma vez definido o aplicativo que atende aos critérios de escolha elencados, evidenciamos o problema de pesquisa em sua versão definitiva: **De que modo o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de ações para uma vida *fitness*?**

Vale ressaltar que o aplicativo Freeletics é utilizado com um objetivo bem delimitado, direcionado à questão apresentada, portanto, os resultados não colocam em questão sua efetividade, eficiência ou eficácia, tampouco é uma tese “sobre o aplicativo”, mas sim de uma dada cultura *fitness* digital, ou seja, “o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte” será o material empírico analisado. Dito isso, passamos a explicar como essa pergunta pôde ser respondida e, por fim, estruturá-la na forma de objetivo. Assim, continuamos a qualificar o material empírico (o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte) e a organizar a análise dos modos pelos quais os mediadores operam nas ações realizadas pelos usuários.

Do ponto de vista metodológico, dentre o amplo conjunto de possibilidades de apreensão de material empírico para análise, torna-se pertinente explicitar quais foram as

principais fontes, ou seja, onde as ações e os respectivos mediadores foram identificados. Para isso, é preciso, antes, explicitar o que vem a ser *affordance*, expressão que não conta com tradução em português que abarque o significado atribuído no idioma original.

Broch (2010) estudou o conceito de *affordance* relacionado à área de *design* de produtos orientados para a versatilidade. Credita sua origem a James Gibson⁴³, autor que destaca a relação entre seres vivos e os ambientes (aí incluídos os objetos). Para Broch (2010, p. 16), uma *affordance* pode ser entendida como “produto desta relação [entre seres vivos e os ambientes (aí inclusos os objetos)], ou seja, tomando um objeto qualquer, é a possibilidade de ação/uso que o agente percebe poder executar com o objeto” (BROCH, 2010, p. 16).

Em outros termos, trata-se de um *design* intuitivo, a exemplo da maçaneta de uma porta, ou o cabo de um martelo, os quais, apenas em olhá-los, sabemos onde pegar e como manipulá-los. Podem ser também indutivos, a exemplo da página de seleção de assentos, ao comprar passagens aéreas, onde normalmente, a opção “escolha seu assento mais tarde” aparece em local e tamanho de difícil visualização, em relação ao de “confirme sua seleção”, atualmente pago (apenas se o cliente resolver escolher o assento).

O *design* do botão na compra da passagem, como mediador, pode induzir a compra do assento, mesmo com a possibilidade de avançar sem dispêndio desse valor. De modo semelhante, alguns “botões” (*affordances*) inseridos no *personal trainer* digital também são mediadores e podem “induzir” certos comportamentos. Nesse sentido, foi feita a assinatura do aplicativo Freeletics para identificar algumas *affordances* para análise.

Uma ressalva importante é que investimos mais fortemente nos frutos das interações (as ações efetivamente assumidas) e não propriamente no que as *affordances* procuram induzir (as ações projetadas). Isso repercute no problema de pesquisa. Perguntar *que ações são produzidas* é diferente de perguntar *quais ações são demandadas*. Essa explicação é necessária para o entendimento de que não seguimos o que a rede sociotécnica projeta que os usuários façam, o que nos levaria a entendê-las como intermediários, mas, no limite de nossa capacidade metodológica, tivemos como foco os frutos das interações, devidamente identificadas por meio dos rastros digitais.

Por exemplo, veremos que no *personal trainer* digital há uma funcionalidade que prescreve o treino de modo a não incomodar os vizinhos com barulho. Evidentemente, a análise dessa cena poderia passar por diversos mediadores, em diferentes temporalidades: a relação com o vizinho; as regras do condomínio, a existência ou não de um espaço para exercícios

⁴³ O autor trata da obra *A study in the psychology of decorative art*, de 1979, onde tematiza a Teoria das *Affordances*.

físicos no condomínio; a condição socioeconômica, ou mesmo familiar, de poder frequentar um local mais adequado, até mesmo o arquiteto que projetou toda a estrutura anos atrás. Contudo, em geral, não fomos tão longe assim na análise.

Por outro lado, não nos limitamos a supor o que tal botão projeta: as pessoas acionam para que possam treinar sem incomodar os vizinhos com barulho. Exercendo papel de mediador, outros *outputs* são gerados, como quando o Embaixador (que também é um mediador) recomenda o uso dessa funcionalidade para um Atleta Livre, que possui uma prótese articular de joelho, pois essa função prescreve treinos sem saltos e saltitos, logo, se adéqua melhor à condição do usuário. Portanto, com foco nas interações, e compreendendo os atores/actantes (humanos e não-humanos) como mediadores, procuramos não seguir a trilha daquilo que se projeta, mas sim das ações efetivamente assumidas.

Outra fonte relevante para a constituição do material empírico analisado foram as publicações oficiais disponibilizadas no *site* e nas mídias sociais com conta oficial da Freeletics; as interações pelos Atletas Livres, especialmente aqueles que tratam da experiência com o aplicativo; bem como o material produzido pelos usuários, como as postagens em canais do YouTube.

Vale a ressalva de que essas fontes também possuem *affordances* e não somente o *personal trainer* digital. Dentre todos esses espaços, os mais utilizados foram o *site* oficial da Freeletics (FREELETICS, 2020a), e o grupo de Facebook intitulado Freeletics Brasil – Oficial, que conta com participação contínua e ativa, totalizando 7.982 membros, oito administradores e moderadores, em 8 de fevereiro de 2020 (FREELETICS BRASIL - OFICIAL, 2020). O grupo é configurado no modo público (qualquer pessoa pode ver quem está no grupo e o que é publicado nele) e visível (qualquer pessoa pode encontrar o grupo), características importantes do ponto de vista da ética em pesquisa, como evidenciaremos mais à frente. Algumas postagens em contas de usuários do *personal trainer* digital, em modo público, também foram analisadas.

Definidas as principais fontes do material empírico, passamos a apresentar como organizamos a análise dos modos pelos quais o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica atuam, especialmente no que concerne aos mediadores que operam nas ações assumidas pelos usuários. Basicamente, identificamos os **pontos de confluência** dos mediadores atuantes em determinado conjunto de ações, derivadas da rede sociotécnica que o *personal trainer* digital integra.

Pontos de confluência não são necessariamente pontos de convergência, justamente por se tratar de fluidos, que se dissolvem e espalham-se por novos caminhos, recorrentemente; são, portanto, transitórios. Trata-se de uma característica tão marcante que cogitamos denominá-los

de antenas, que captam e/ou transmitem ondas, cujo conteúdo é transitório e depende da frequência; da tecnologia empregada, entre outros aspectos. Na verdade, se fossem antenas não simplesmente transmitiram, e sim traduziriam tais ondas.

Por fim, considerando o modo pelo qual os mediadores atuam, optamos por denominar esses pontos de confluência de **imperativos**. Ou seja, os imperativos foram considerados uma espécie de etiqueta dos pontos de confluência. Vale dizer que, na língua portuguesa, as formas verbais aparecem nos modos indicativo, subjuntivo ou imperativo. O modo imperativo não aponta somente ordem, um dever, mas também um pedido ou uma sugestão; na medida em que nos distanciamos de uma perspectiva determinista, na interpretação corriqueira do imperativo enquanto ordem, essa delimitação foi oportuna. Estes, por sua vez, no escopo desta tese, revelam características de adeptos da vida *fitness*, cuja única característica que tomamos como fixa é a realização de exercícios físicos. Nesse sentido, denominamos de **imperativos para uma vida *fitness*** e passamos a incorporá-los no problema de pesquisa. A preposição “para” foi oportuna, pois reporta uma finalidade do *personal trainer* digital e sua rede: fabricar uma vida *fitness* para seus usuários, não restrita à prática de exercícios físicos.

Nesse sentido, com base especialmente nas ações derivadas de interações na rede sociotécnica da qual o *personal trainer* digital faz parte, e não por meio de qualquer delimitação prévia, foram estruturados quatro imperativos, que constituíram os capítulos da tese: espetacularização *fitness*; datificação de si; desempenho *fitness*; e autoconhecimento. Uma caracterização geral sobre cada um desses imperativos é apresentada ao final desta introdução, quando sintetizamos o que é abordado em cada capítulo.

Essa sistematização foi tarefa difícil, fruto de diversas reconstruções, já que as ações, aqui agrupadas em pontos de confluência, ocorrem de modo integrado e fluido; por vezes escapam desses pontos, ou se fazem presentes em mais de um. Por exemplo, uma imagem que reporta a postagem de um usuário comemorando (espetacularização *fitness*), o fato de ter registrado a quantidade de passos diários (datificação de si) suficiente para atingir determinada meta e conquistar uma pontuação específica (desempenho *fitness*); e, com base nesses dados, repensou algumas de suas condutas (autoconhecimento), transita por todos os imperativos.

A decisão metodológica de identificar as ações nas telas que vinham a aparecer, nas imagens postadas pelos usuários e seus respectivos comentários; nas manifestações e frutos de interações tensionadas por *affordances*; em textos do *site* oficial implicou uma complexa tarefa analítica, já que optamos por não direcionar respostas em potencial por meio de perguntas ao estudo, como seria, por exemplo, no caso de uma entrevista ou um roteiro de observação de campo.

Desse modo, foi possível apreender manifestações rotineiras dos usuários do aplicativo. Os imperativos foram recorrentemente repensados, reajustados, reagrupados e dissociados, culminando no formato em que apresentamos esta tese. Para Latour (2012, p. 160), a ANT visa “desdobrar séries de mediadores”, tarefa à qual nos dedicamos. Nesse processo, a análise compartilhada com o orientador, com os integrantes do grupo Polifes e a apresentação em eventos acadêmicos, foi fundamental; oportunidades em que algumas contradições se tornaram visíveis.

A captação de informações empíricas deu-se desde a qualificação do projeto, realizada de maio de 2018 até julho de 2020, com consultas eventuais a essas mídias. Para resguardar a identidade dos usuários, que porventura tiveram alguma postagem aqui analisada, os nomes e fotos que permitam identificação foram borrados, inclusive aqueles que são, indubitavelmente, figuras públicas (casos em que não seria necessário borrar nome e rosto). Algumas imagens que integram o mesmo eixo de discussão foram agregadas (apresentadas em conjunto), sem alterar o conteúdo manifestado.

Outro cuidado importante, do ponto de vista ético, é que, cada postagem, no caso do grupo do Facebook, por exemplo, gera um *link*. Logo, para resguardar a identidade dos usuários, facilmente identificável por meio do *link* em questão, consta, na referência, apenas o *link* da mídia em que a postagem foi feita: do canal de YouTube; do grupo público de Facebook; etc. Uma ressalva importante é que não temos objetivo comercial, ou seja, não há conflito de interesse.

Ainda do ponto de vista ético, de acordo com a Resolução 510/2016 do Conselho Nacional e Saúde (CNS), pesquisas que utilizam informações de domínio público não necessitam ser registradas nem avaliadas pelo sistema Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)/Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep). Em geral, existem três tipos de mídia social. 1. Mídia social pública, que abrange sua maioria, inclui todos os lugares onde o acesso foi definido como “público” e a entrada é livre (sem um moderador); 2 Mídia social privada, que abrange áreas que os usuários não querem que se torne acessível e inclui publicações privadas e grupos em que a entrada requer aprovação por um moderador; 3 Mídia social de pesquisa de mercado, que envolve pesquisa de opinião, social e de mercado, e, geralmente, assume o caráter de espaço privado (ESOMAR, 2011).

Embora a empiria tenha se constituído apenas de mídia social pública, solicitamos anuência formal por *e-mail* à equipe de suporte da Freeletics, e obtivemos autorização com as seguintes condições: “1- para fins exclusivamente acadêmicos; e 2- conforme informado por você, todos os materiais citem a Freeletics como fonte, de acordo com os padrões acadêmicos

vigentes, em especial a ABNT⁴⁴. Por se tratar de uma pesquisa acadêmica sem conflitos de interesse, tais condições já seriam contempladas, independentemente da solicitação da empresa.

Dada essa contextualização dos elementos teóricos e empíricos apresentados, é possível vislumbrar que a fundamentação teórico-conceitual para a análise aqui empregada foi da ANT, e que a empiria foi constituída pela rede sociotécnica da qual o *personal trainer* digital faz parte. Após a incursão teórico-empírica apresentada, estruturamos o entendimento de que o *personal trainer* e a rede sociotécnica da qual ele faz parte, produzem ações que podem, considerando o modo pelo qual os mediadores atuam, ser agrupadas em pontos de confluências, aqui chamados de imperativos da vida *fitness*. Logo, torna-se oportuno e possível anunciar o objetivo da tese: **Analisar como o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*.** Como objetivos específicos, temos: **Identificar características do funcionamento da rede sociotécnica em torno do *personal trainer* digital, aí incluso o próprio aplicativo; Desdobrar os mediadores que vêm a atuar na produção de ações derivadas de interações; e Estruturar pontos de confluência dessas ações, ainda que transitórios.**

Nesse sentido, o primeiro capítulo da tese é a presente introdução. No segundo capítulo, discutimos o **imperativo da espetacularização *fitness***: Um conjunto de mediadores que fazem com que os usuários tomem a decisão de exibir a vida *fitness*, ser inspiração, ao apresentar aspectos cotidianos, como a própria transformação ou os treinamentos, de modo espetacularizado. Isso gera um caráter colaborativo das comunidades vinculadas à Freeletics, com uma série de repercussões também discutidas nesse capítulo.

No terceiro capítulo, discutimos o **imperativo da datificação de si**: Um conjunto de mediadores que fazem com que os usuários tomem a decisão de converter informações sobre si mesmos, tanto pessoais, quanto de treinamento, em dados, no seio da cultura *self-tracking*. Isso se torna não somente importante como também um requisito para o funcionamento do *personal trainer* digital, já que a prescrição dos exercícios com base na inteligência artificial depende de dados dos usuários para operar. Além disso, reconfigura os mecanismos de vigilância e ativa outros algoritmos, além do *personal trainer* digital, constituindo uma bolha *fitness*.

No quarto capítulo, discutimos o **imperativo do desempenho *fitness***: Um conjunto de mediadores que faz com que os usuários tomem a decisão de aprimorar seu desempenho *fitness*, e que possui características como a ubiquidade da pressão por desempenho (o usuário pode praticar em qualquer hora e lugar); gamificação da vida *fitness* (reconfigura a tradicional

⁴⁴ E-mail enviado pelo endereço braulio.oliveira@ifma.edu.br em 15 de maio de 2020, obtendo resposta positiva, cujo conteúdo está expresso em citação direta, em 19 de maio de 2020.

pedagogia do medo para a pedagogia da gamificação); e com glorificação do sofrimento (seguindo a lógica *#NoPainNoGain*). Dentre suas repercussões, temos a emergência de uma culpabilização *fitness*.

No quinto capítulo, discutimos o **imperativo do autoconhecimento**: Um conjunto de mediadores que faz com que os usuários tomem a decisão de realizar um gerenciamento ou estudo de si, através dos números, alinhado ao movimento *quantified self*. Em síntese, são práticas *data driven* em que, algumas delas, são mais vinculadas a caminhos sugeridos pela tecnologia, a exemplo dos ciclos de *feedbacks* para mudança de comportamento, enquanto outras envolvem uma *self-experimentation* (autoexperimentação), onde os *biohackers* se destacam. São fomentados investimentos em si mesmo, constituindo um sujeito empreendedor de si.

Nas **considerações finais**, que constituem o sexto e último capítulo, discutimos alguns pontos centrais dos quatro imperativos para uma vida *fitness* aqui estruturados, com algumas reflexões derivadas dessas análises.

2 IMPERATIVO DA ESPETACULARIZAÇÃO *FITNESS*: SEJA INSPIRAÇÃO

No Freeletics celebramos todo o esforço, as transformações e a jornada bem como o resultado. Aplaudimos aqueles que começaram lá de baixo. Onde tem um azarão, a gente também está lá.

É por isso que os rostos que você vê no novo vídeo do Freeletics 4.0 não são daqueles modelos deslumbrantes, atletas profissionais ou dublês, mas de atletas e embaixadores do Freeletics que representam a marca com perfeição: pessoas comuns, que tomaram a decisão de se destacar na multidão, desistir de todas as desculpas e se dedicar todos os dias para se transformarem em sua melhor versão. (FREELETICS, 2020a)⁴⁵.

O uso de imagens é recorrente, na cultura contemporânea, de modo geral. Dentre os Atletas Livres adeptos do *personal trainer* digital, não é diferente. Nas mídias sociais, é comum observarmos imagens de pessoas praticando exercícios; exibindo a própria alimentação, dentre outras ações. Contudo, na perspectiva da empiria aqui analisada, os Atletas Livres não “tomaram a decisão de se destacar na multidão” por mero acaso, mas por atuação de mediadores, os quais, com os cuidados metodológicos expostos na introdução, cabe aqui explorar.

A esse movimento de intensa exibição, especialmente na forma de celebração da rotina comum, vinculada à vida *fitness*, intitulamos de espetacularização *fitness*. Logo, diante do objetivo de analisar como o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*, identificamos que o *seja inspiração* é um ponto de confluência, alicerçado aqui no que denominamos **imperativo da espetacularização *fitness***.

Exibir-se é um elemento fundamental, no processo de construção de uma vida *fitness* que possa ser inspiração. Para isso, diversos mediadores operam, como as *affordances* do *personal trainer* digital, que preparam a publicação tão logo o treino é finalizado. Nesse âmbito, é fomentado que todos podem ser inspiração, inclusive as “pessoas comuns”, ainda que exista certo padrão estético a ser alcançado, redimensionando a noção de corpolatria, retomada mais à frente. Constitui, portanto, o primeiro tópico de discussão deste capítulo.

Nesse contexto, a própria imagem adquire certo valor, a exemplo da campanha vinculada à hashtag *#My12weeksTransformation*, cuja prática pode ser representada na exposição do “antes e depois”. Nesse escopo, um aspecto que merece atenção é que, com a mesma intensidade com que os usuários desenvolvem práticas colaborativas, tais como mostrar a própria evolução e produzir conteúdo, a Freeletics ganha, dentre outras finalidades, visibilidade. Constitui, portanto, o segundo tópico de discussão deste capítulo.

⁴⁵ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/rostos-do-freeletics/>. Acesso em: 10 jul. 2020.

2.1 EXIBIÇÃO DE SI: MOSTRE SUA TRANSFORMAÇÃO

O ato de *ser inspiração* pode ser exercido de modo passivo, na medida em que não necessariamente aquele que é fonte de inspiração precisa ter essa intenção ou desenvolver ações nesse sentido. Contudo, veremos, no decorrer deste tópico, que a produção desse interesse, especialmente as ações demandadas para se tornar inspiração, são sugeridas por alguns mediadores.

A princípio, é possível identificar um léxico imagético, cuja discursividade apresenta semelhança, um certo padrão, nas postagens. Por parte da Freeletics, normalmente, as imagens contém pessoas esteticamente com um preparo físico aparentemente treinado, frase de efeito, paisagens ao fundo e semblante de felicidade ou seriedade (ao reportar comprometimento). É preciso, contudo, um “ar de verdade”, algo não artificial, portanto, com pouca produção: que sejam “pessoas comuns” e não “modelos deslumbrantes, atletas profissionais ou dublês”, como consta na epígrafe de abertura do presente capítulo. Inclusive, ao buscar postagens vinculadas à *hashtags*, como a *#freeletics*, identificamos semelhança em distintas culturas, em países diferentes, o que pode representar uma sobreposição cultural.

A propósito, um mediador que merece atenção no cenário do imperativo da exibição é o uso de *hashtags*. Uma *hashtag* (#) é um indexador que vincula todas as publicações em determinada mídia social com uso da mesma palavra. Por exemplo, a *hashtag* *#freeletics*, no Instagram, possuía, em 11 de abril de 2020, um total de 743.596 publicações⁴⁶. Assim, consegue juntar determinados nichos de público, encontrar pessoas com interesses semelhantes, dentre outras abrangências. Muitas vezes, é um recurso utilizado por campanhas publicitárias, a exemplo da *#My12weeksTransformation*.

Quanto à exibição de determinados aspectos da própria vida nas mídias sociais, como aqueles vinculados a uma vida *fitness*, Abreu (2015), ao apresentar um debate já existente, evidencia o conceito de *self-disclosure* (ou autorrevelação), em articulação com a hipervisibilidade. Uma espécie de relato autobiográfico, caracterizado especialmente pela exposição imagética. Segundo a autora, “Trata-se de narrar e compartilhar emoções, estados emocionais íntimos e situações do dia a dia com outras pessoas, não necessariamente conhecidas” (ABREU, 2015, p. 199).

De certo modo, na vanguarda brasileira acerca dessa temática, temos a argentina Paula Sibilia (2008), principalmente no que intitulou “*show* do eu”. No âmbito internacional,

⁴⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/freeletics/>. Acesso em: 11 abr. 2020.

podemos dizer que esse postulado de Sibilia (2008) integra o conjunto de estudos que abordam as práticas *self-disclosure*, ou seja, uma cultura na qual as pessoas revelam informações de si mesmas para outras. Consiste na incorporação de elementos midiáticos, incluindo características de celebridade, a “pessoas comuns”. A autora faz uso do termo “*show*” porque implica um espetáculo, uma *performance* e não necessariamente corresponde à realidade. Ocorre uma espécie de fabricação da própria imagem, uma curadoria de si.

Nesse contexto, o olhar do outro é requisito, considerando que não existe *show* sem plateia. Já o termo “eu” implica a centralidade em si mesmo, aspecto potencializado com a facilidade de acesso a câmeras digitais e à recorrente produção de *selfies*. Logo, o que outrora integrava o escopo da esfera privada, passa a ser público, exposto. Vale reiterar, exposto, mas não de qualquer modo, e sim como forma de espetáculo, midiaticizado. Na particularidade de nosso estudo, compreendemos que a exibição de elementos rotineiros integra a vida *fitness*.

Diversas campanhas publicitárias reforçam esse aspecto, tais como a Pessoas Reais, Resultados Reais”, divulgada pela Freeletics, entre 2016 e 2017. Nesse contexto, são apresentados vídeos de pessoas consideradas comuns, que exibem sua “transformação”, por meio de fotos, vídeos e entrevistas (FREELETICS - YOUTUBE, 2020)⁴⁷. Desse modo, um importante mecanismo para a produção de engajamento nessas práticas é o argumento de que, primeiro, qualquer um consegue obter os resultados que deseja e, segundo, que qualquer um pode ser inspiração para os demais. A seguir, expomos um dos “rostos do Freeletics”, divulgado no *site*.

⁴⁷ Playlist no YouTube relativa à campanha: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxolyhc597emT1uxIqLgPTfdf42GBLpGS>

Figura 2 – Imagem do *site* Freeletics, que reporta “os rostos do Freeletics”



De dia Dorian é um desenvolvedor Web na França. Mas quando ele não está no escritório, você vai encontrá-lo no local de treino. Um Atleta Livre apaixonado há mais de 3 anos.

Fonte: Freeletics (2020a). Acesso em: 22 fev. 2020.

Dorian, além de Atleta Livre, é um dos “Embaixadores”. Esses, dentre outras caracterizações a serem aqui discutidas, podem ser considerados influenciadores digitais que, em geral, atuam de diferentes formas: na produção de engajamento, no auxílio aos praticantes, na criação de grupos paralelos (de WhatsApp, por exemplo) e são inspiração para os demais (assim como alguns Atletas Livres).

Nessa lógica, já que são “pessoas comuns”, ou seja, possuem outras profissões e dedicam apenas parte de suas rotinas ao treino, em tese, qualquer um pode atingir esse mesmo patamar. Logo, na mesma medida em que é possível conquistar os mesmos resultados, a exibição de todo o processo também pode ser feita por qualquer um. Além disso, alguns mediadores sugerem que a exibição seja realizada, tais como algumas campanhas publicitárias que demandam postagens por parte dos usuários. Uma delas, representada pela *hashtag* *#My12weeksTransformation*, movimentou grupos de Facebook vinculados à empresa em diferentes países⁴⁸.

⁴⁸ O Termos e Condições para competir indicam a necessidade de o usuário ser integrante de um dos seguintes grupos: Freeletics France, Freeletics Köln, Freeletics Leipzig, Freeletics Chicago, Freeletics US, Freeletics Mexico, Freeletics Rio, Freeletics Training Ground Berlin, Freeletics Simbach, Freeletics Zurich, Freeletics Sevilla, Freeletics Poland, Freeletics Italia, Freeletics Brasil, Freeletics München, Freeletics Brussels, Freeletics Madrid, Freeletics Femme, Freeletics Japan, Freeletics Colombia, Freeletics New York, Freeletics DACH, Freeletics Toronto, Freeletics Latam (FREELETICS BRASIL - OFICIAL, 2020).

Ao mesmo tempo em que pessoas comuns passam a ser mostradas, a “vida comum” passa a ser o pano de fundo. Desse modo, além de fomentar que qualquer pessoa deve se exhibir, qualquer lugar também é pertinente. O espetáculo é, portanto, o cotidiano. Nesse sentido, o cenário altamente preparado, com sofisticadas estratégias tecnológicas e de *marketing*, também pode ser dispensado, atribuindo um suposto caráter de verdade, não maquiado. Exemplo disso é caso do Whindersson Nunes, um proeminente *youtuber* do Brasil, que insiste em gravar seus vídeos sem muita sofisticação: basta a câmera do celular e filmar-se, em qualquer lugar.

Políticos de alto escalão mostrando-se em público, supostamente lavando a própria roupa a mão e a estendendo ao sol, enquanto o mesmo vídeo demonstra haver máquinas de lavar com função de secagem, é, realmente, coisa do “nosso tempo”. De fato, tanto Whindersson Nunes, quanto tais políticos, têm a opção de contar com ambiente midiáticos sofisticados. Logo, o fato de não contar com esses ambientes pode ser algo de caso pensado, já que o ambiente sofisticado poderia representar momentos artificializados, maquiados, portanto, não legítimos. Sibilia (2008, p. 240) desenvolve esse argumento:

Com essa transformação, não só deixou de ser necessário que a vida em questão seja extraordinária, como era o caso das biografias renascentistas, mas agora tampouco é um requisito imprescindível que ela seja bem narrada, como exigiam os ímpetus românticos e as tradições burguesas. Porque neste novo contexto cabe à tela, ou à mera visibilidade, a capacidade de conceder um brilho extraordinário à vida comum recriada no rutilante espaço midiático. São as lentes da câmera e os holofotes que criam e dão consistência ao real, por mais anódino que seja o referente para o qual os flashes apontam.

Nesse contexto, imagens cinematográficas, televisivas e publicitárias, já não são mais tão necessárias (ou ao menos não por parte do olhar da plateia). Vale destacar que, mesmo publicada há mais de dez anos, a tese de Sibilia (2008) já expressava uma realidade em que elementos midiáticos de não sofisticação se destacavam, especialmente de escrita, como uso de siglas, acrônimos e *emotiocons* (SIBILIA, 2008). Assim, o que parece um “não *marketing*”, pode ser justamente o contrário.

No pleito eleitoral de 2018, no Brasil, esses mecanismos foram fortemente utilizados, com a produção de *lives*, nas quais o valor de verdade era representado pelo fato de os proponentes estarem supostamente de *cara limpa*, abrindo a porta das respectivas casas. Em campanha realizada pela Rede Globo, exibida em programas de jornais, intitulada *O Brasil que eu quero*⁴⁹, as “pessoas comuns” eram convidadas a se pronunciarem, por meio de vídeo, sobre que Brasil queriam para o futuro. Não ocasionalmente, a campanha atingiu 99,5% dos

⁴⁹ *O Brasil que eu quero*. Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/o-brasil-que-eu-quer/>. Acesso em: 11 fev. 2019.

municípios, aspecto que, definitivamente, não implica que as reivindicações foram ou serão contempladas, mas demarca uma reformulação de estratégia de *marketing*, onde a sensação de protagonismo fez com que “pessoas comuns” se mostrassem. Desse modo, a plateia passou a ser participante, ao produzir conteúdo.

No contexto da vida *fitness*, a própria imagem ganha relevo significativo, inclusive para avaliação quanto ao objetivo pessoal com os treinos. Com efeito, antes de iniciar os treinamentos, ao contratar o *personal trainer* digital, um *e-mail* da Freeletics recomenda tirar uma foto de corpo inteiro semanalmente. Logo, uma das primeiras ações sugeridas pelo aplicativo é o uso da própria imagem como forma de acompanhar a evolução. Após a inserção do cadastro para uso do aplicativo, o *e-mail* recebido da Freeletics, com informações para a “Semana 1: como usar o *Coach*”, em 23 de janeiro de 2019, sugeria:

[...]

Antes de você começar o seu primeiro workout, tire uma foto de corpo inteiro. Nas próximas semanas você ficará surpreso de ver como seu corpo vai se modificar. Tirar uma foto por semana é a sua motivação e o melhor modo de acompanhar o seu progresso físico. Agora pense em um exercício que te dá medo. Pullups? Burpees? Pushups? Lembre-se da sua resposta, pois você vai encarar esse medo. Vai vencê-lo.

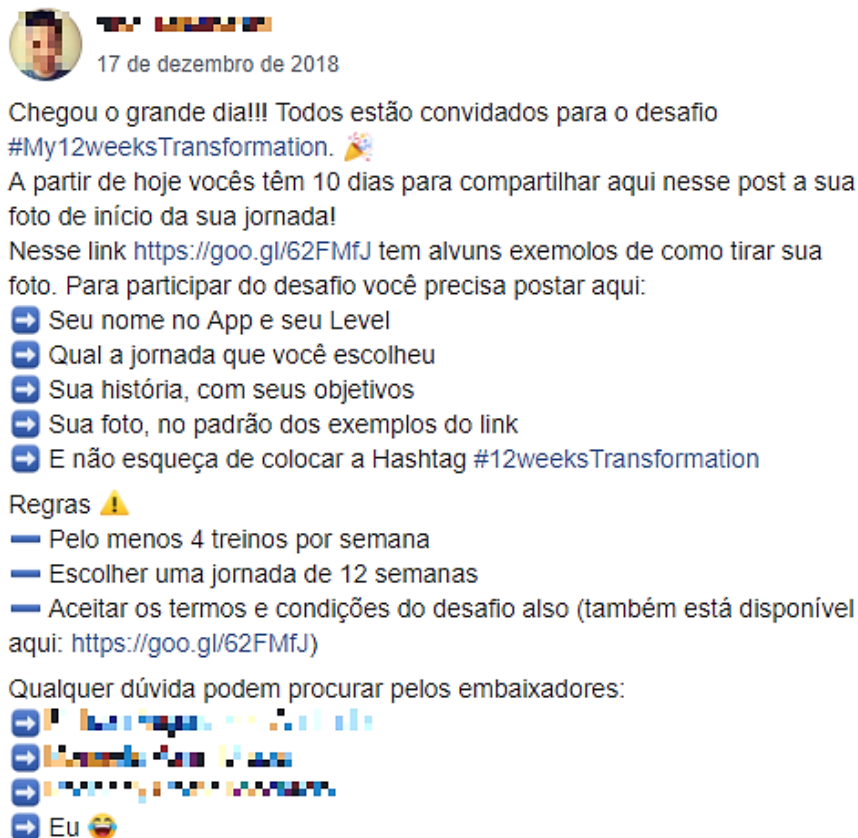
[...]

Evidentemente, uma primeira análise do *site* oficial Freeletics, bem como das mídias sociais que os Atletas Livres integram, permite perceber que tais informações não servem apenas para o controle pessoal da evolução, mas é apresentada aos demais como forma de *ser inspiração*. A propósito, não questionamos a ação sugerida por meio desse *e-mail* recebido: o registro de fotos periódicas, de fato, permite identificar as mudanças corporais e pode ser um marcador importante para o controle pessoal, inclusive, utilizado em distintas práticas (como é o caso dos fisiculturistas); contudo, cabe analisar os mediadores que operam nessa ação: a dimensão que a própria imagem passa a assumir. Desse modo, entendemos que a espetacularização da própria vida é remoldada à perspectiva da vida *fitness*, constituindo o que intitulamos **espetacularização *fitness***. Nesse escopo, o valor de uso da imagem é utilizado de diversos modos, a exemplo da publicação de informações particulares, como a própria história, altura, peso e afins. Todos, agora com reforço do aplicativo *fitness* e outras mídias relacionadas, passam a ser os “protagonistas do momento”. Os mediadores, sugerem: “Seja inspiração! Mostre sua transformação!” Para consolidar tais indicações, a exibição de si é o caminho.

No contexto do imperativo da espetacularização *fitness*, portanto, não basta somente a captura das imagens apenas para controle pessoal da dita evolução, mas também é oportuna a publicação dessas informações que, de fato, ocorre. Assim, apresentamos a seguir duas capturas de tela representativas do desafio *My 12 weeks transformation*: a curadoria da postagem,

orientada por um dos Embaixadores, bem como a postagem de um dos usuários, ao seguir tais recomendações.

Figura 3 – Postagem de um Embaixador da Freeletics ao informar aos usuários do grupo como participar do desafio (campanha publicitária)
#My12weeksTransformation



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 20 dez. 2018.

Figura 4 – Postagem de um dos Atletas Livres, referente à campanha publicitária (desafio) *#My12weeksTransformation*



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial – Oficial (2020).
Acesso em: 20 dez. 2018.

Desse modo, o Embaixador, por meio do desafio em questão, sugere que informações outrora apenas de controle pessoal relativas à evolução, se tornem públicas, o que pode vir a fortalecer tanto o engajamento de usuários, quanto a consolidação da própria marca. De acordo com Sibilia (2008), no contexto do *show* do eu, ocorre um borramento entre aquilo que outrora era considerado privado e o público, mas não sua exclusão. A autora atribui características que se assemelham ao modelo “confessional” de diário íntimo, porém exposto; nesse caso, diário *éxtimo*. A *extimidade*⁵⁰ implica montar espetáculos de si mesmo, ao exibir uma intimidade ajustada.

O uso confessional, na particularidade de diário *éxtimo* proposto por Sibilia (2008), consiste em uma ressignificação do gênero autobiográfico: quem fala é, simultaneamente, autor, narrador e personagem. Não um personagem qualquer, mas o protagonista. Assim, a autora questiona: Trata-se de vida ou obra? Ela mesma propõe respostas: Não se trata propriamente de ficção, mas, ao mesmo tempo, é uma fabricação da própria imagem, uma curadoria de si (SIBILIA, 2008).

⁵⁰ De acordo com a resenha da obra de Sibília, escrita por Marcela Antelo, e publicada no *site* da Jornada Brasileira de Psicanálise, *extimidade* é um conceito postulado por Jacques Lacan na década de 1960. Segundo a autora, Lacan diz que “devemos ‘fazer a palavra *éxtimo*’ para dizer do que se trata o campo do gozo”. Portanto, o sentido original não tem vinculação com a forma na qual Sibília emprega (ANTELO, 2018).

Byung Chul Han (2014), por outro lado, alerta para a instalação de um consistente processo de aceleração da sociedade, onde há certa ênfase na hipervisibilidade, fruto da intensa exposição de imagens. No que denominou sociedade da transparência, em uma de suas diversas analogias, defende um rearranjo da variável *tempo*, que outrora se caracterizava por uma narração e passa a ser uma adição. Na adição, como se sabe, a ordem dos fatores não altera a soma, logo, o problema não é somente a aceleração dos acontecimentos, mas uma “discronia temporal” (HAN, 2014, p. 77).

Com efeito, segundo o autor, o tempo gira sem rumo, como uma adição da atualidade pontual, sem uma narratividade, ou uma direção. Argumenta que não basta desacelerar, considerando que isso, por si só, não geraria “tato, nem ritmo, nem aroma algum” (HAN, 2014, p. 78). Não há espaço para um estado contemplativo ou uma narração mais elaborada, pois se torna necessária uma nova exibição. A ascensão de usuários brasileiros na mídia social Instagram e Snapchat, cuja ênfase é justamente a publicação de imagens, bem como a ferramenta *stories*, que se caracteriza pela postagem com exibição temporária, incorporada inclusive no Facebook, materializa essa racionalidade e o caráter efêmero dos momentos vividos (hipervisibilidade e hiperaceleração).

No âmbito do *show* do eu, para manutenção da plateia (os seguidores), o *show* (a exibição de si) deve continuar, com novas postagens, sem espaço para um estado contemplativo razoavelmente profundo. Evidentemente e contraditoriamente, na contemporaneidade, a obra 蹴鞠 (*Cuju*), pintada por Su Hanchen⁵¹, possui menos visibilidade e repercussão que a foto de um café da manhã em alguma mídia social do jogador de futebol masculino Neymar Júnior. Inclusive, de acordo com a Hopper⁵², uma empresa que possui uma ferramenta de planejamento e programação do Instagram, uma postagem nessa mídia social pelo atleta custa US\$ 704 mil, algo em torno de R\$ 3,8 milhões, em 12 de outubro de 2020.

Para argumentar a diferença entre narração e adição, Han (2014) usa como metáfora a diferença entre o caminhar de um peregrino (jornada realizada por um religioso) e de um turista. Uma procissão é um evento narrativo, especialmente pelo seu caráter cerimonial-ritualístico. Temporalmente, do ponto de vista narrativo, envolve ações anteriores e posteriores: a reflexão sobre pecados cometidos, uma penitência, a obtenção possível de graças futuras. Acelerar esse

⁵¹ Essa obra foi título de um artigo publicado na revista *El País*, por Lola García-Ajofrín, em Xangai, em 3 de agosto de 2018 e remete a pensar uma versão do futebol praticada há pelo menos 2.300 anos, na China. Ainda de acordo com o artigo, a Fifa reconhece essa como a origem do futebol e não na Inglaterra. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/31/deportes/1533032389_053090.html. Acesso em: 4 jul. 2020.

⁵² Plataforma Hopper. Instagram Rich List 2020. Disponível em: <https://www.hopperhq.com/blog/instagram-rich-list/neymar-da-silva-santos-junior/>. Acesso em: 12 out. 2020.

processo seria um sacrilégio, haja vista que o caminho apresenta riqueza semântica da narratividade.

Ao turista, a narratividade do caminho torna-se algo estranho, na medida em que esse vive o presente – uma adição de vários momentos atuais. Nesse contexto, o ritual, a cerimônia, não se adéquam à sociedade da transparência, notadamente pautada na hipervisibilidade e aceleração (evidentes em mídias sociais como Instagram e Snapchat). A narração e o pensar, contudo, envolvem um estado contemplativo, um ritual, cuja configuração atrapalha a aceleração e circulação da informação. Em busca da melhor *selfie*, pode-se dizer que, de modo geral, a subjetividade contemporânea nos aproxima da figura do turista.

Contudo, na prática de exercícios físicos mediada pelo *personal trainer* digital há uma espécie de “ritual”, ou, ao menos, uma sequência lógica de ações e uma aspiração por algo futuro. O “ritual”, nesse caso, limita-se a vestir a roupa *fitness*, acionar o aplicativo, realizar os exercícios prescritos, atribuir *feedback* em relação ao nível do treino e à execução da técnica. Consta, ainda, exibir o momento, que possibilita incluir texto e imagem em sua linha do tempo (o *feed* de mensagens), com a respectiva pontuação conquistada – ou mesmo filmagens independentes para compartilhar com os demais Atletas Livres.

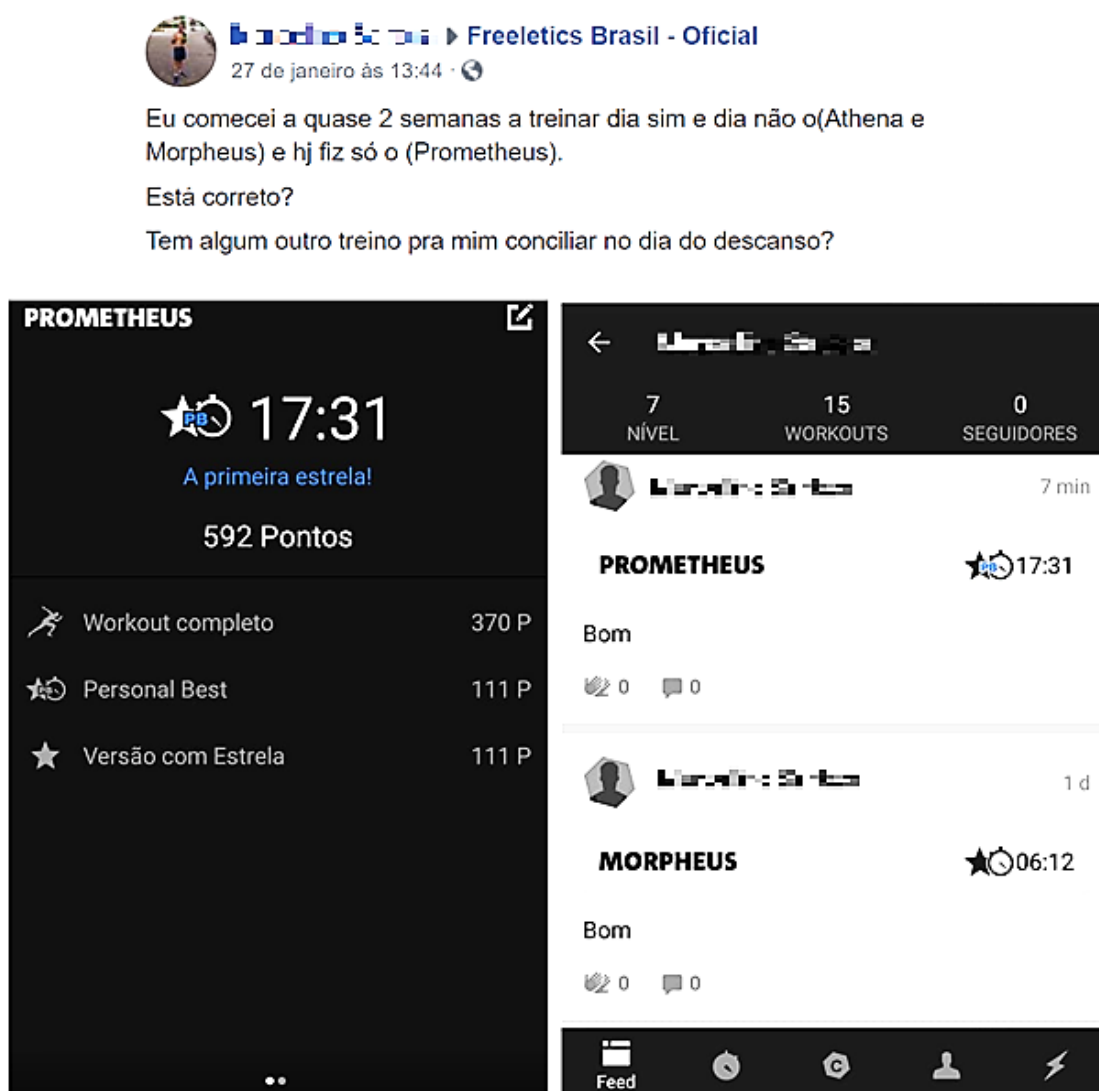
O “algo futuro” é a constante busca por alcançar a melhor versão de si. A expressão narrativa também faz sentido, por tratar-se de uma fabricação de si, uma história contada, nem propriamente real, nem propriamente ficcional. Assim como Han (2014), destacamos que esse percurso ocorre, de fato, de modo aligeirado, esvaziado semanticamente, pois, de modo geral, o que vale é a exibição e o valor (momentâneo) da imagem, o que torna inadequado denominá-lo como um ritual.

Essa discussão torna-se oportuna na medida em que há uma espécie de evangelizador em relação às condutas a serem tomadas, posição normalmente ocupada pelos Embaixadores. Esses, pela representatividade de serem Atletas Livres experientes, fomentam tanto modos de praticar exercícios físicos, como também em relação a outros aspectos, como a produção de conteúdos e postagens. Portanto, auxiliam a tomada de decisões que se assemelha a um certo “ritual”, embora marcada pela hiperaceleração da sociedade. Na metáfora proposta por Han (2014), sobre as condutas sugeridas, os Atletas Livres se assemelham aos turistas, em processo aditivo, em detrimento da noção de peregrinos, em processo narrativo.

Além da atuação dos Embaixadores, algumas *affordances* fomentam esse processo, como o caso das telas que surgem ao finalizar o *workout* (treinamento). A captura de tela, nesse momento, demonstra que finalizar o treino não implica “terminar”. Surgem, ainda, duas telas: a primeira, que mostra ao usuário sua “conquista”, e, a segunda, cuja função é preparar a

publicação e “Salvar o treino”. Só é possível registrar o treino realizado ao publicar no *feed* (uma espécie de linha do tempo do aplicativo, vinculado ao Google Fit⁵³). No conjunto de capturas de telas representado na Figura 5, um usuário questiona aos integrantes do Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial – Oficial (2020), se está executando o exercício de modo correto. Em outra, retirada diretamente do uso pessoal do aplicativo, apresentamos a tela para “Salvar o treino”.

Figura 5 – Postagem de um Atleta Livre, ao solicitar apoio aos integrantes do Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, com as duas imagens inseridas: a primeira, com as conquistas após o treino e, a segunda, com o *feed* de notícias atualizado.

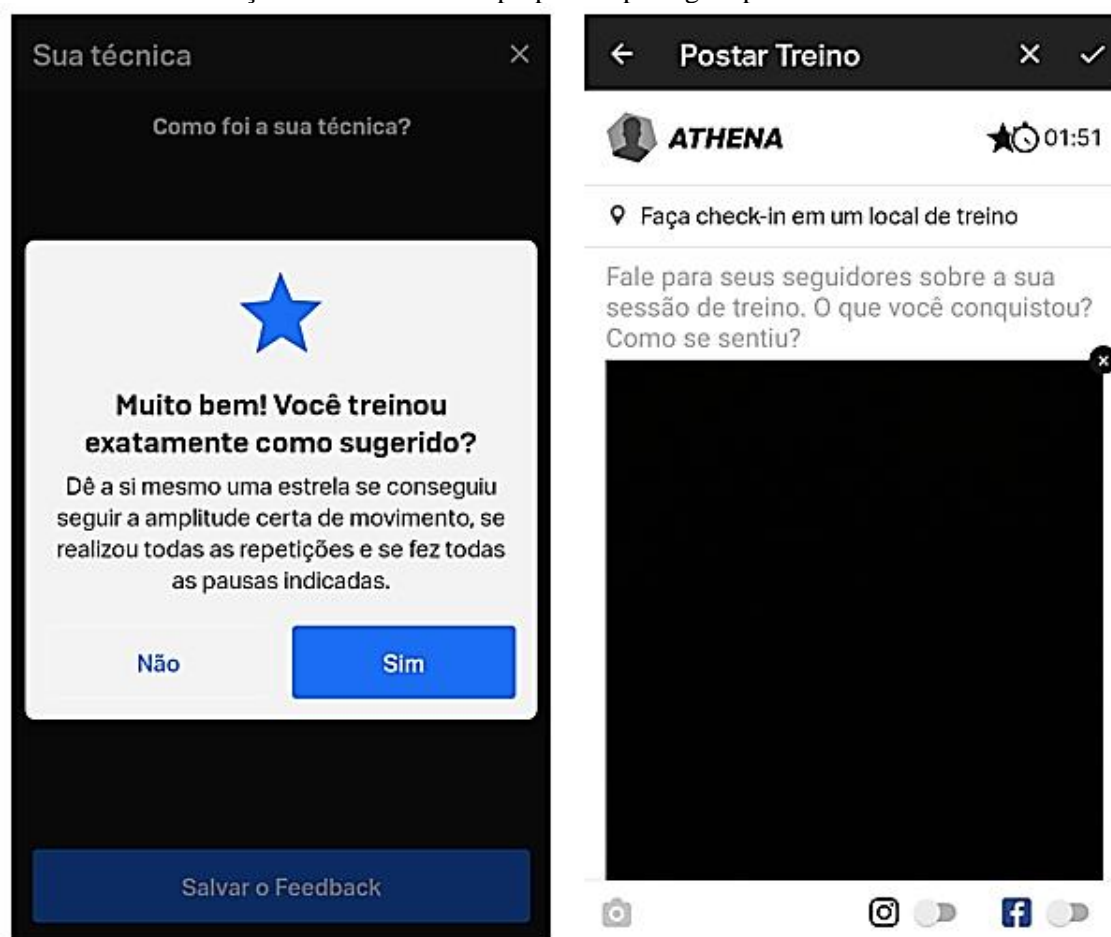


Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 14 abr. de 2020.

⁵³ A vinculação direta do aplicativo com outras mídias, como o Google Fit, Instagram e Facebook, possui outras repercussões, além da exibição de si, como a constituição do que denominamos aqui de bolha *fitness*. O debate com esse viés será trabalhado no próximo tópico.

Entre a primeira e a segunda imagem apresentada na Figura 5, existem outras tarefas, não expostas pelo usuário. As telas suprimidas dessa publicação demandam: atribuir *feedback* ao *personal trainer* digital; avaliar o próprio desempenho no treino, ao passo que o usuário é parabenizado; realizar uma postagem do treino, em modelo já organizado pelo *personal trainer* digital, com postagem necessária no *feed* do aplicativo, a exemplo da postagem apresentada anteriormente (vinculado ao Google Fit), como também pode ser compartilhado diretamente em mídias sociais, como Facebook e Instagram. Apresentamos, na Figura 6, essas duas últimas telas.

Figura 6 – Capturas de tela do aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset, ao parabenizar a finalização do treinamento e preparar a postagem para salvar o treino



Fonte: Aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset – uso próprio.
Acesso em: 14 abr. 2020.

Dentre essas telas, vale ressaltar a preparação da postagem após a realização de cada *workout*, já com um certo padrão de *layout*. Evidentemente, a segunda captura de tela, representada na Figura 6, aponta esse elemento: indica o treinamento realizado (Athena), a duração do treinamento (1h51); o *check-in* do local de treino; o que deve conter o texto; a

possibilidade de postagem de uma imagem (no caso em questão, foi tirada uma foto em lugar escuro, motivo pelo qual aparenta uma tela preta).

Além disso, outro destaque oportuno são as *affordances* para compartilhar essa mesma postagem diretamente em outras mídias sociais, como Instagram e Facebook. Dentre as diversas discussões que essa tela possibilita, o debate acerca da necessidade de realizar a postagem merece aprofundamento, nesse momento, por se relacionar mais fortemente ao imperativo da espetacularização *fitness*. Logo, identificamos que o ato de se exibir tem como premissa postar e, assim, atualizar o *feed* pessoal.

Nesse sentido, o título de um dos subcapítulos da obra de Keen (2012, p. 19), diz: “Atualizo, logo existo”. O autor relata uma situação vivenciada em que visitara a University College de Londres, *campus* de Bloomsbury, especificamente quando observara a exposição do “cadáver” de Jeremy Bentham. Atribui-se a Bentham contribuições relevantes na fundação da universidade, bem como o protótipo do Panóptico⁵⁴.

Em seu testamento, Bentham teria pedido para que seu corpo fosse preservado e armazenado, sendo intitulado de Autoícone (um neologismo para representar a própria imagem enquanto ícone). Keen (2012, p. 19), de posse do *smartphone*, ao observar o Autoícone, reflete: “O cadáver poderia fazer mais sentido humano depois que eu me expressasse sobre ele no Twitter [...]”. Um olhar mais atento o fez perceber que as pessoas ao redor o olhavam com estranhamento semelhante ao que ele olhava para Bentham. Desta vez, refletira sobre o que os estudantes provavelmente pensavam dele: “Um estrangeiro globalmente conectado, mas solitário”.

Keen (2012, p. 19) encontrara a si mesmo no exibicionismo de Bentham, que optou por se tornar um Autoícone e ser observado pós-morte. Assim, o autor narra: “Como, pensei, eu podia provar minha própria existência ao meu valioso exército de seguidores no Twitter, a imensa maioria dos quais não me conhecia nem jamais iria conhecer?”. Esse processo o faz repensar o título do subtópico, e a postagem no Twitter, recuando a publicação do “atualizo, logo existo” após digitar, quando seu polegar já estava sobre o botão “enviar”. Resolve, então, publicar do seguinte modo: “Atualizo, logo não existo”, ocasião em que teve que lidar com outra questão e novas reflexões: o *smartphone* o questionou se gostaria de publicar sua localização (KEEN, 2012, p. 22).

⁵⁴ O Panóptico é um projeto arquitetônico de uma prisão ideal, cujos princípios são encontrados em diversas instituições, como escolas e hospitais. Contudo, o modelo se difundiu fortemente após os estudos de Michel Foucault, debate que será retomado no Capítulo 3 Imperativo da Datificação de Si: Seja *Self-Tracker*.

Notadamente, Keen (2012) relata uma experiência particular relativa ao exibicionismo, tensionada pelos seguidores digitais e observadores analógicos. No contexto do *personal trainer* digital, não são somente os seguidores digitais que produzem esse efeito, haja vista as *affordances* pós-treino, em que a publicação é requisito para “Salvar o treino”. Conforme observamos nas capturas de tela anteriores, há um modelo para o preparo da publicação (e, portanto, para a curadoria de si): envolve uma menção à conquista em termos de pontuação; o tempo que o usuário levou para concluir o treino; uma breve mensagem de texto; e, no lado esquerdo da parte inferior da tela, a postagem de uma imagem.

Nesse contexto, paira a seguinte questão: É preciso postar para existir? Keen (2012) aponta elementos importantes: Existir, nas mídias sociais, pode representar um apagamento fora dela. Às vezes, parece que vale tudo por uma boa *selfie*, tanto é que algumas pessoas já morreram, ao tentar captar boas imagens⁵⁵. Para Sibilía (2008, p. 240), no contexto da cultura digital, tem-se a sensação de que algo só acontece quando exibido: “Tudo quanto faz parte do mundo só se torna mais real ou realmente real se aparecer projetado em uma tela”. Cabe desconfiar daquilo que não é exibido, a exemplo do misticismo em torno do “sumiço” da atriz Ana Paula Arósio após novela gravada em 2010 e “reaparecimento” em comercial publicado em 2020⁵⁶.

Em algumas modalidades da cultura *fitness*, diz-se que o treino só faz efeito quando postado. Como veremos mais à frente, a postagem é, inclusive, uma forma de mostrar que o recorde pessoal em determinado treino, representado pelo tempo que o Atleta Livre levou para executá-lo, possui maior reconhecimento quando conta com um vídeo, uma espécie de prova. Nesse sentido, o *personal trainer* digital não faz só com que as pessoas pratiquem exercícios físicos, mas também que elas se mostrem, juntando “o útil ao agradável” (no caso daqueles adeptos ao – e constituintes do – *show* do eu). Possivelmente, esse é um critério de existência ainda mais importante para a manutenção da Freeletics do que propriamente para o usuário, já que o conteúdo produzido pelos praticantes é utilizado como estratégia de *marketing*.

O fato de haver as *affordances*, não implica, necessariamente, uma captura. O autor das publicações apresentadas na Figura 5, por exemplo, não demonstra muito interesse nessa publicação, tanto é que o texto de seu *feed* é repetidamente a mensagem “Bom”. Não inclui imagens. Contudo, para salvar o treino, as postagens são realizadas.

⁵⁵ Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151006_mortes_selfies_rm. Acesso em: 4 out. 2020.

⁵⁶ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ana_Paula_Ar%C3%B3sio. Acesso em: 10 set. 2020.

A espetacularização *fitness*, portanto, precisa de palcos, posição normalmente ocupada pelo *feed* pessoal nas mídias sociais. O *feed* da Freeletics, que é, na verdade, vinculado ao Google Fit, não proporciona muita visibilidade. Assim sendo, alguns usuários optam por replicar a publicação em outras mídias sociais, aspecto esse também facilitado pelas *affordances* do pós-treino. Os Atletas Livres publicam tanto no *feed* da conta pessoal que possuem em mídias sociais, quanto em grupos paralelos, como os de Facebook e de WhatsApp. Identificamos, no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que alguns Embaixadores são responsáveis por administrar grupos de WhatsApp e Telegram.

Conforme discutido na introdução desta tese, a Freeletics assume característica de transmídia, na medida em que somente uma mídia não permite ampla compreensão do emaranhado de relações vinculado à narrativa fomentada. Como são grupos fechados, para adentrá-los e investigá-los, demandaria mais algumas questões éticas. O fato é que o próprio usuário produz boa parte dos conteúdos disponíveis na internet, o que leva a outras reflexões importantes discutidas a seguir.

2.2 PARTICIPAÇÃO OU COOPTAÇÃO? SINTA A ENERGIA DA COMUNIDADE

Sentir a energia da comunidade implica ser participativo nos grupos que agregam Atletas Livres – inclui desde a produção de conteúdos e trocar informações com os demais integrantes do grupo, à fruição das benesses de mostrar a evolução e, portanto, ser inspiração. Do ponto de vista do senso comum, pode-se dizer que a cultura brasileira, em parte, tem esse ímpeto por cooperar (o que contrasta dos altos índices de desigualdade social, racismo, violência doméstica, entre outros). Ao menos, é isso que reporta um artigo publicado na revista *Veja*, na visão de Gabriel de Oliveira, que respondia pelo aplicativo no Brasil:

A maneira como os usuários brasileiros se engajam em comunidade surpreendeu os alemães. Apesar do rápido crescimento em outras regiões do mundo, em especial nos Estados Unidos, na França e na Grã-Bretanha, o Brasil desponta como um dos mercados líderes para a empresa. Para Gabriel, o jeito como os brasileiros se emocionam e se identificam uns com os outros foi o que tornou o país uma referência dentro do aplicativo. “Uma vez, o pessoal se reuniu dentro da comunidade para comprar o Coach para um usuário que não tinha cartão de crédito para pagar”, conta. Nesse terreno fértil, bastava se esforçar para plantar as sementes. [...] A Freeletics possui grandes produtos, mas a sua verdadeira força está nas pessoas e suas histórias”, conta. Foram essas histórias que tomaram conta das redes sociais, permitindo o crescimento exponencial do app. (GRUPO ABRIL, 2017, documento eletrônico).

O argumento de Gabriel Oliveira remete a pensar não somente o modo pelo qual os Atletas Livres apoiam uns aos outros, como também quanto essa forma de conduzir as relações sociais é potente para a Freeletics. Vale a ressalva de que os Atletas Livres que não se exibem, não integram diretamente o escopo desta tese, que analisa justamente as informações publicadas pelos usuários, embora também estejam inclusos, já que algumas *affordances* analisadas necessariamente afetam todos os usuários.

Desse modo, não se pode generalizar que todos os usuários brasileiros realizam esse apoio mútuo. Por outro lado, os grupos que existem e possuem potente caráter colaborativo, a exemplo do grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial. Nesse cenário, por vezes, a força da comunidade Freeletics materializa-se em *hashtags* como *#StrongerTogether* e *#FreeleticsCommunity*.

De fato, há diversos modos de se relacionar com a tecnologia e os demais Atletas Livres. Muitos aderem ao *personal trainer* digital justamente por não gostarem da exposição e do ambiente nas academias tradicionais, mas aparentemente agem diferente nas relações que ocorrem nas mídias sociais. No relato da Atleta Livre que apresentamos a seguir, ao mostrar sua transformação, é evidente a relevância de “treinar com outras pessoas”, seja nos encontros em eventos agendados pelos Embaixadores, ou mesmo a presença meramente digital, como no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial.

Treinar com outras pessoas foi uma das grandes razões para eu conseguir superar os dias mais difíceis. Nós nos incentivávamos a cada passo do caminho, independentemente dos nossos objetivos e dos desafios, estávamos todos juntos. Treinar junto com outras pessoas me fez gostar de treinar. Levantar cedo para treinar em grupo logo parou de ser uma obrigação e começou a ser algo que eu queria fazer. Quando você sabe que outras pessoas estão contando com a sua presença, não quer decepcioná-las com a sua ausência, (FREELETICS, 2020a)⁵⁷.

Notadamente, a exemplo desse relato, a Freeletics sugere que os usuários mostrem a própria transformação. Isso inclui a produção de conteúdos derivados dos próprios resultados e o processo de “transformação”. Ocorre não somente por meio de produções textuais, como é o caso em questão, mas especialmente pelo uso de imagens. Esse recurso materializa-se em diversos locais: no aplicativo, no *site* oficial, nos vários grupos (como os de WhatsApp), nas mídias sociais (como Twitter, Facebook e Instagram), nos *e-mails*.

No que se refere a práticas colaborativas e de apoio mútuo entre os Atletas Livres, a teorização de Jenkins (2009), particularmente no que se refere à cultura da convergência,

⁵⁷ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/a-transformacao-de-mina/>. Acesso em: 7 jul. 2020.

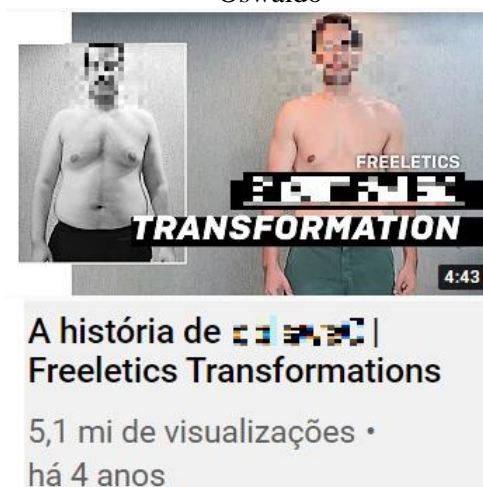
reporta entusiasmo. Inclusive, é no contexto desta tese que o autor descreve o fenômeno transmídia. Na ocasião, defendeu que a convergência poderia culminar com uma inteligência coletiva, semelhante ao descrito por Pierre Lévy, em que plataformas colaborativas, a exemplo do Wikipedia, produziram incremento significativo na evolução humana (LÉVY, 1999). Um argumento central nesse processo seria a inteligência coletiva, como alternativa aos grandes meios de comunicação, em movimento contracultura.

De fato, com uso das potencialidades de cada mídia, entendemos que *a totalidade é superior à soma das partes*. Ou seja, a potência de determinada colaboração pode multiplicar a falta dessa informação para outra pessoa e não somente somar. Por exemplo, alguém que domina diversos aplicativos *fitness* pode não somente fazer com que determinado usuário os conheça, mas ajudar o próprio colega a identificar aquelas funcionalidades que mais potencializam seus resultados. Por outro lado, Primo (2010, p. 28) alerta para uma problemática pertinente: A cultura da convergência, tal como descrevera Jenkins (2009), seria, efetivamente, de convergência (e resistência à mídia de massa), ou de cooptação?

Mesmo que as instituições midiáticas empreendam esforços para proteger seus direitos reservados, elas cingidamente observam a cultura da convergência, assim como descrita por Jenkins, como nova forma de lucro. Mesmo que tardiamente, a indústria aprendeu a aproveitar-se da força de trabalho dos fãs e do mercado ávido por produtos transmidiáticos.

Esse movimento de captura de imagens, especialmente do “antes e depois”, inclusive com registro da história particular da pessoa que, por si só, já favorece a Freeletics, muitas vezes, ultrapassa os limites da rede pessoal do usuário e integra o escopo oficial da empresa. Como dito, isso não ocorre somente de modo textual, a exemplo do relato apresentado anteriormente. Na Figura 7, temos o exemplo de um Atleta Livre, publicado no canal oficial de YouTube da Freeletics, em relato audiovisual.

Figura 7 - Divulgação do canal do YouTube da Freeletics, de modo público, com relato do usuário Oswaldo



Fonte: Canal de YouTube Freeletics (2020).
Acesso em: 19 dez. 2020.

Evidentemente, analisar a efetividade, no que concerne à capacidade do *personal trainer* digital de “transformar vidas”, não integra o escopo do nosso estudo. A história apresentada nesse relato, assim como tantas outras, possui o potencial de inspirar muitas pessoas e, realmente, produzir subjetividades que conduzam pessoas a uma vida *fitness* que considere o cuidado com o corpo. Ora, um dos comentários desse vídeo, que conta com mais de cinco mil “Gostei” e 118 respostas, traz o seguinte (*sic*): “Deus colocou meus olhos neste vídeo! me motivou muitooooo! chega de promessas pra mim mesmo e enganosas! EU VOU FKR ASSIM, EU VOU CONSEGUIR! E SE VOCÊ VAI CONSEGUIR TAMBÉM! CURTI GERAL GALERA. Deus Na Frente vai dar Certo!”.

Dentre essas 118 respostas, há diversos relatos de pessoas que obtiveram êxito (provavelmente por meio do *personal trainer* digital), como: “Eu me inspirei nele, eu estava com 110kg, em um mês perdi 13kg, hoje estou com 97kg [...]”; “Eu me inspirei bastante nesse video e consegui o que eu queria que era emagrecer, pesava 107kg agr estou com 86kg estou muito feliz com meu corpo”. Alguns outros comentários aproveitam a visibilidade do vídeo para divulgar outros modos de conquistar tais resultados.

Por outro lado, cabe problematizar a apreensão midiática das experiências como forma de lucro, afinal, a história exibida possui mais de 5 milhões de visualizações, o que repercute tanto em termos de visibilidade para a Freeletics, quanto da monetização e outros anúncios no YouTube. Se o lucro é válido, torna-se oportuno dar ciência aos usuários, em especial àqueles que, de fato, produzem conteúdo, que se trata disso.

Demarca uma característica relevante da sociedade da transparência: O valor de exposição prepondera em detrimento do valor cultural e passa a ser um requisito para existência (HAN, 2014). Argumento que coaduna com a reflexão de Keen (2012): “Atualizo, logo existo”, que, em sua abordagem crítica, passou para “Atualizo, logo não existo”, fora das mídias.

O palco, posição normalmente ocupada pelo *feed* pessoal nas mídias, passa então a se tornar vitrine e o protagonista, posição normalmente ocupada por “pessoas comuns”, se assemelha a um produto, mercadoria. Vale ressaltar que essa prática (do uso do “antes e depois”) é proibida por parte de alguns conselhos profissionais, como se pode identificar no Código de Ética e de Conduta do Nutricionista:

Art. 58 É vedado ao nutricionista, mesmo com autorização concedida por escrito, divulgar imagem corporal de si ou de terceiros, atribuindo resultados a produtos, equipamentos, técnicas, protocolos, pois podem não apresentar o mesmo resultado para todos e oferecer risco à saúde. (CFN, 2018, p. 19-20).

A idolatria ao corpo, também denominada no Brasil de corpolatria, ganha novos graus de amplitude, na medida em que pode ser utilizada na mobilização de pessoas para a prática de exercícios físicos, especialmente no âmbito dos aplicativos *fitness*. Recebe, também, novos contornos. De acordo com o Dicionário Crítico da Educação Física, corpolatria é um neologismo criado por Wanderley Codo e Wilson Alves Senne, no livro *O que é corpolatria?* (1985) e envolve o culto ao corpo, que passa a incorporar elementos religiosos (um caráter moral - exige sacrifício, assim como a religião; possui templos, vestimenta, adeptos...).

Originalmente, os estudos vinculados à corpolatria analisam a alienação no que concerne ao consumo: O corpo como mercadoria e religião (CODO; SENNE, 2014). Ou seja, em síntese, pode ser entendida como o culto exagerado ao corpo, particularmente o esforço demasiado em atingir um padrão estético “*fitness*” (magro, forte...).

Evidentemente, é um conceito importante para discussão no contexto da cultura corporal de movimento, especialmente na cultura *fitness* digital, porém, o termo não consta na literatura internacional e é pouco discutido pelos profissionais de Educação Física no Brasil, possivelmente por ter sido criado por dois psicólogos brasileiros.

No redesenho da idolatria ao corpo, ou corpolatria, não somente as pessoas que atingem o referido padrão estético “*fitness*” devem *ser inspiração*, apesar de que a “melhor versão de si” ainda busca esse padrão. Ao menos no âmbito do Freeletics, ainda não se percebe uma apreensão do diferente para a categoria do exótico, que consistiria, na perspectiva aqui estudada,

na captura de outros modos de ser no âmbito *fitness* – tais como as modelos *plus size*, no campo da moda.

O padrão esteticamente magro, forte e musculoso, prevalece. Logo, todo aquele que se distancia do padrão, e até mesmo os que o atingem, são passíveis de uma coação sistêmica para sua busca ou manutenção. Dentre as subjetividades possíveis, tem-se desde problemas relativos ao transtorno dismórfico corporal, quanto a potência de um novo sentido para a vida.


Outra questão recorrente é que, normalmente, apenas o sucesso é reportado, durante um curto intervalo de tempo (um caráter imediatista). No vídeo, cuja captura de tela foi apresentada na Figura 7, a demarcação de 6 meses para aqueles resultados é evidenciada, mas, e aqueles que atingem resultado semelhante nesse período? Na espetacularização *fitness*, boa parte do que é feito para obter determinados resultados é deixado de lado. Durante esse tempo de observação na rede sociotécnica, em torno do *personal trainer* digital, não foi identificado nenhum relato de uso de recurso ergoênico ilícito, por exemplo. Há relatos que envolvem dificuldades nos grupos mais restritos e não no *feed* pessoal das contas em mídias sociais dos Atletas Livres.

Nesse âmbito, é comum o julgamento em relação ao valor de determinado conteúdo pela quantidade de seguidores, em detrimento da qualidade do material produzido. Para Han (2014), o veredito se dá pelo “curtir”, pelas visualizações, a quantidade de amigos, os seguidores; no léxico do Freeletics, se dá pelo “*ClapClap*” (*affordance* semelhante ao “curtir” do Facebook). Esse processo não demanda um estado contemplativo e se adéqua à hipervisibilidade e aceleração da sociedade, conforme defendido pelo autor. O valor de exposição não ocorre meramente pela exposição, mas também pelo olhar do outro. Sibilia (2008, p. 235) destaca que o “eu” possui, “acima de tudo, uma subjetividade que deseja ser amada e apreciada, que busca desesperadamente a aprovação alheia, e para tanto procura tecer contatos e relações íntimas com os outros”. Logo, em nossa análise, apresenta-se como espécie de narcisismo digital.




Para Sibilia (2008), na contemporaneidade, a construção de si se dá como personalidade alterdirigida, ou seja, direcionada ao olhar do outro, e não introdirigida, orientada para dentro de si mesmo, como em outros momentos históricos. Nesse contexto, a personalidade alterdirigida não é, por vezes, sinônimo de autoconfiança, força, autenticidade; de um eu triunfante. Revela, em alguns casos, fragilidade pela falta de sentido. Constitui-se de uma carência que evidencia “[...] o crescente valor atribuído ao mero fato de se exibir, de ser visível mesmo que seja na fugacidade de um instante de luz viral, e mesmo que não se disponha de nenhum sentido para apoiar e nutrir essa ambição” (SIBILIA, 2008, p. 242). Em outros termos, trata-se da necessidade de se afirmar no olhar do outro.


O olhar do outro, na perspectiva do *personal trainer* digital, revela, ainda, outra faceta: Os grupos em que as pessoas se mostram, possuem, além da necessidade de apreciação, uma demanda de apoio na realização dos exercícios. O *personal trainer* digital, apesar de “ouvir” os Atletas Livres, especialmente por meio do *feedback* dos alunos ao final do treino, não analisa qualitativamente o movimento e outras possíveis demandas que venham a surgir – embora questione a dificuldade de execução. Não se pode afirmar que ambos os aspectos estejam dissociados (o mostrar-se para apreciação do outro e a necessidade de apoio em relação às práticas), como se observa nas capturas de tela contidas na Figura 8.


Figura 8 - Publicação de um Atleta Livre, no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, ao solicitar apoio na alimentação

 **Atleta Livre**
4 de fevereiro às 01:33

Bom dia atletas!
Retomando o app depois de 2 anos meio parada.
Tenho uma dúvida: faço os exercícios de manhã cedo, e logo depois tomo café da manhã. Como fonte de proteína tenho usado iogurte Integral.
Alguém poderia sugerir fontes alternativas ou algum whey protein (antes que eu enjoje do iogurte hahaha)
Obrigada!

 Curtir  Comentar  Compartilhar

 **O ideal é vc ter uma dieta sustentável.** Não restrinja seu café a um dois alimentos. Utilize proteína das carnes, do ovo e do leite. Uma omelete, uma carne picadinha com algum carboidrato são boas pedidas. Whey Protein eu recomendo da  ou da . Preço bom e qualidade boa.
Curtir · 4 d

 **Ovo é vida, rs. Excelente fonte de proteína,** como carbo bom pode usar batata doce, ou fazer uma crepioca com frango desfiado,ou alguma outra proteína.
Curtir · 3 d · Editado

Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 8 fev. 2020.

Figura 9 - Publicação de um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, ao solicitar apoio na execução de exercícios



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil - Oficial (2020).
Acesso em: 8 fev. 2020.

Esse processo de “solicitação de apoio” em relação às práticas, bem como a exibição do exercício, produz outras formas de subjetividade. Conforme destaca Primo (2013, p. 20), “se tudo agora foi ‘democratizado’, todos querem lucrar com a propaganda, todos sonham com a fama, todos querem explorar as mídias sociais como fonte de renda”. Logo, nesse processo, aqueles que mais se destacam pelo olhar do outro, sob o prisma da hipervisibilidade, se tornam influenciadores digitais; são Embaixadores em potencial, no léxico do Freeletics.

Segundo o *site* oficial: “Por trás do Freeletics, há um grupo dedicado de Embaixadores. Esta equipe ajuda a manter vivo o espírito Freeletics, faz a voz da Comunidade ser ouvida e apoia e motiva cada Atleta Livre. [...]” (FREELETICS, 2020a)⁵⁸. Como já explicitado, é como se fossem evangelizadores, cuja função principal é dar suporte aos usuários e, ao mesmo tempo, ser inspiração, fazendo valer sua exposição. Nesse sentido, um dos Embaixadores brasileiros foi entrevistado, cuja resposta sobre como é exercer essa função foi a seguinte:

Aos Atletas livres brasileiros, digo que somos guerreiros por natureza e com treinos como Freeletics, rápidos e eficientes, podemos ser a nossa melhor versão, não apenas física, mas em tudo. Com determinação é possível conciliar a rotina de treinos com outros afazeres e melhorar nosso desempenho dia após dia.

Ser embaixador é uma forma de retribuir tudo que recebi do Freeletics. Uma melhor autoestima, um novo estilo de vida. Ser embaixador é ser solidário, ajudar os outros a começarem. Além disso, é uma forma de mostrar para o mundo que sim é possível ser uma pessoa fitness tendo uma vida normal, treinando poucos minutos por dia.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/os-bastidores-do-freeletics/>. Acesso em: 12 fev. 2019.

Com Freeletics recebemos algo tão bom que nos sentimos na necessidade de mostrar isso ao mundo. (FREELETICS, 2020a, grifo nosso)⁵⁹.

A caracterização do que vem a ser Embaixador, neste caso, envolve a necessidade de retribuição, melhoria de autoestima, um novo estilo de vida (uma vida *fitness*); vontade de mostrar o quão bom é ser um Atleta Livre. Contudo, não somente os Embaixadores publicam vídeos acerca do modo de usar e do potencial de eficiência do aplicativo. Os integrantes do Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial são extremamente proativos em relação às demandas que são levantadas. Definitivamente, os usuários que cooperam são mediadores relevantes no funcionamento do imperativo da espetacularização *fitness*, ao menos para os usuários que solicitam apoio.

De acordo com Sibilia (2008), a questão é ainda mais profunda, ao tratar da busca de informações, ou mesmo seguir determinado influenciador digital nas mídias sociais. Diferentemente dos séculos passados, em que havia poucos escritores em relação à quantidade de leitores, no contexto contemporâneo, ocorre uma democratização da fala e concomitante redução do público leitor. Isso se materializa mais fortemente no âmbito da cultura digital, em que todos somos criadores e apreciadores, o que gera certa reciprocidade. No final das contas, “para além da qualidade da obra, não é necessário que esta seja lida de fato” (SIBILIA, 2008, p. 237).

Diferentemente do “artesão tradicional”, agora, o importante não é mais o que se *faz*, mas sim o que se *é*. A imagem pessoal é mais valiosa do que, propriamente, a obra. A exibição de um *eu* supostamente autêntico e real faz com que o conteúdo produzido seja uma espécie de ornamentação para a imagem pessoal (SIBILIA, 2008). Nesse cenário é possível, até mesmo, dependendo de quem fala, alguém ser favorável e receber apoio a uma das manifestações mais deploráveis já realizadas na humanidade: a tortura. Sibilia (2008, p. 253) apresenta um exemplo interessante, que demonstra uma personalidade genuinamente alterdirigida:

Somente neste contexto é possível compreender a decisão do australiano Nicael Holt, estudante de filosofia e surfista de 24 anos de idade, que publicou um anúncio no site de subastas [site de leilões] eBay oferecendo sua vida a quem quisesse comprá-la. “Você quer ser eu?”, propunha o jovem na internet. O pacote incluía nome e sobrenome, história pessoal, amigos, trabalho, ex-namoradas e futuras candidatas a ocupar essa posição, bem como um telefone, seu endereço, todos os seus pertences, a prancha de surf e o direito de ser Nicael Holt formalmente assinado e garantido pelo (ex-)proprietário. Houve vários interessados no negócio, que finalmente foi encerrado pelo preço de 5.800 dólares, montante que incluía também o imprescindível cursinho básico de quatro semanas para aprender a ser Nicael Holt. O comprador da personalidade à venda não precisa se preocupar pelas incertezas do futuro, pois o vendedor declarou que “ele pode ficar com a minha vida o tempo que quiser, eu vou

⁵⁹ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/historia-do-vinicius/>. Acesso em: 12 fev. 2019.

criar uma nova vida para mim, se ele quiser ficar com aquela” [Cita a reportagem de Pamdaram e Allely (1997)] (SIBILIA, 2008, p. 253).

Ainda que se trate de uma situação cômica, cuja apropriação da vida de Nicael Holt provavelmente não tenha sido satisfatoriamente consolidada pelo comprador, o que é interessante ressaltar é a produção da personalidade para outros. O comprador estaria interessado em assumir a personalidade de Nicael Holt e, assim, agregar o valor de exposição dessa imagem a si próprio. No limite em que quem se *é* passa a ser mais importante do que o que se *faz*, tem-se personalidades que exercem mais influência do que propriamente profissionais com formação acadêmica.

Dentre as pessoas que se destacam nas mídias sociais, algumas possuem formação em alguma área da saúde e outras não. Um caso polêmico é da influenciadora digital Gabriela Pugliesi, que contava (em abril de 2020) com mais de 4,5 milhões de seguidores no Instagram⁶⁰, além de outras mídias sociais e a produção de dois livros⁶¹: *Raio X: Gabriela Pugliesi* [2014] e *A vida é mara!* [2016]. Apesar de não possuir formação na área de Nutrição e Educação Física, suas dicas - principalmente de alimentação saudável e exercícios físicos - provocam manifestações conflitantes por parte dos Conselhos Federais das respectivas áreas (CFN e Confef)⁶².

Envolvida em outras polêmicas, Pugliesi revela também o “tribunal da internet”, a exemplo de quando realizou uma festa durante a pandemia por Covid 19 e, em 24 horas, perdeu mais de 133 mil seguidores, bem como alguns patrocinadores⁶³. No léxico da cultura digital, foi “cancelada”. Após relatar estar arrependida, a influenciadora desativou a conta, reativando-a no final de julho, contando atualmente (em agosto de 2020) com cerca de 4,3 milhões de seguidores.

Tais manifestações se intensificaram, a partir da aprovação para que a produtora Rio Cinema Digital pudesse pleitear a captação de recurso, via incentivos fiscais para empresas, no valor de R\$ 2.280.030,35, com contrapartida do proponente de R\$ 120.001,60, para produção de um Reality Show da vida da “musa *fitness*”, com o mesmo título de seu segundo livro⁶⁴. Contudo, a influenciadora digital relatou ter sido surpreendida pela produtora, por não ter

⁶⁰ Conta de Gabriela Pugliesi no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/?hl=pt-br>. Acesso em: 11 abr. 2020.

⁶¹ Disponível em: <http://reptileditora.com.br/catalogsearch/result/?q=pugliesi>. Acesso em: 13 fev. 2019

⁶² Disponível em: <http://www.confef.org.br/confef/comunicacao/clipping/1145/> Acesso em: 13 fev. 2019.

⁶³ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/04/27/perfil-de-gabriela-pugliesi-no-instagram-sai-do-ar.ghtml>. Acesso em: 11 abr. 2020.

⁶⁴ Processo 01416.022516/2017-42. Disponível em: <http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do;jsessionid=6E2FAEB75006FD79F4A41BB6C9BE5A33?method=detalharProjeto&numSalic=170378>. Acesso em: 11 abr. 2020.

conhecimento da solicitação de captação do recurso, declinando do interesse em produzir o programa⁶⁵.

Ao buscar compreender um pouco melhor os influenciadores digitais da vida *fitness*, a exemplo dos Embaixadores, identificamos três características: ser profissional; ter compromisso com a ciência; e ser influenciador digital. O cenário demonstra que tais características são independentes, mas com combinações diversas, e a junção dessas compõe o perfil ideal. No final das contas, a personalidade é o que tem pesado na decisão de captar seguidores e não propriamente o compromisso com a ciência ou o conteúdo. Metaforicamente, e de modo muito simplificado diante da complexidade do fenômeno em questão, podemos resumir o argumento na seguinte expressão: Julgamos o livro pela capa.

No contexto em que ser ou não profissional é apenas um detalhe, vale uma pequena digressão em torno do que vem a ser uma profissão. No campo da Sociologia das Profissões, Freidson (1998) entende a noção de profissão relacionada a três aspectos: *expertise* – domínio de um determinado saber; credencialismo – autorização do ponto de vista normativo; e autonomia – relativamente a condutas em torno do exercício da função. Em nossa análise, com a democratização da informação, o domínio do saber é compartilhado e o credencialismo e a autonomia passam a ser deixados de lado, em função da facilidade de acesso. O imperativo da espetacularização *fitness* faz com que as pessoas que possuem visibilidade e legitimação, por parte de seus seguidores, tornem, os três aspectos que caracterizam uma profissão, obsoletos.

A desigualdade social e a falta de tempo dificultam o acesso da população a profissionais das diversas áreas, o que, no âmbito da cultura *fitness* digital, emerge com forte valorização da exibição de si na delimitação dessas lideranças. Essa produção de conteúdo por parte dos usuários pode ser classificada como um *free labour* (trabalho livre). Trata-se de uma categoria que envolve relações de trabalho não remuneradas, e ao mesmo tempo não coagidas (SCIORTINO; WRIGHT, 2017). Possui diferentes perspectivas, dentre as quais se destacam a produção livre de conteúdos pelos usuários das redes, tais como discutimos até aqui, como a realização de postagens vinculadas a Freeletics.

Uma obra clássica, que permite diversos *insights* sobre a espetacularização *fitness*, é *A sociedade do espetáculo*, de 1967, escrita pelo francês Guy Deboard. De inspiração marxista, a análise vai desde a naturalização de programas de telejornalismo criminal, exibidos ainda hoje em alguns canais, mesmo em horário de almoço, ao fetichismo de mercadoria, em que,

⁶⁵ Por Helder Maldonado, no *R7*, publicado em 8 de setembro de 2017. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/gabriela-pugliesi-desiste-de-serie-que-captaria-r-2-milhoes-06102019-1>. Acesso em: 11 abr. 2020.

espetacularizada, a vida social possui um antolho que restringe o olhar para a mercadoria, tornando, todas as relações mercantilizadas, “alienantes” (NEGRINI; AUGUSTI, 2013). São recorrentes as situações em que, na ocorrência de algum tipo de sinistro, como um acidente de trânsito, mesmo na possibilidade de ajudar, as pessoas optam por filmar.

A tese de Deboard ganha novos contornos, no contexto do *free labour*, considerando sua releitura publicada na obra *The spectacle 2.0: Reading debord in the context of digital capitalism*, especialmente no capítulo que trata do nexos conceitual entre o conteúdo gerado pelo usuário e a produção de valor (SCIORTINO; WRIGHT, 2017). Na perspectiva do espetáculo 2.0, a “atividade gratuita” (*gratuitous activity*) dos usuários, portanto, o *free labour*, envolve uma nova forma de produção de valor, principalmente no âmbito de suas próprias relações sociais – uma comodificação ou mercantilização da vida social (*commodification of social life*), no contexto do capitalismo de rede (*network capitalismo*).

Dentre outras possibilidades, evidencia-se, nesse contexto, um deslocamento de manutenção de certas funções que deixa de ser exercida por trabalhadores especializados e passa a ser realizado por meio de programas que processam metadados gerados pelos usuários automaticamente, a exemplo do *personal trainer* digital – gerando novas formas de produção de valor, mais eficientes para acumulação do capital. Isso permite tanto a redução de custos de manutenção, como melhor direcionamento de anúncios – na especificidade das mídias sociais (SCIORTINO; WRIGHT, 2017). Logo, o capitalismo de rede altera relações sociais e trabalhistas, seja por meio de conteúdos propriamente produzidos pelo usuário (*free labour*), ou mesmo aqueles gerados automaticamente por *softwares* com base nos metadados dos usuários.

A propósito, o *free labour*, especialmente a exponencial cultura do empreendedorismo, impacta os profissionais de Educação Física na contemporaneidade. Nessa esfera, a existência de influenciadores digitais é apenas uma das questões. Para a categoria, o que merece mais atenção é a precarização do trabalho, a exemplo dos destaques feitos no capítulo de introdução da tese: a “uberização” do trabalho. Entendido como empreendedor, o profissional atua praticamente sem estabilidade ou salário fixo, por demanda, em processo forjado na modernização e flexibilização das relações trabalhistas. Na ocasião, apresentamos o exemplo do programa Brasil em Movimento, em discussão pelo Ministério da Saúde, que ainda não se consolidou. Trata-se de “um aplicativo para *smartphones* que permitirá que os profissionais de

Educação Física ofertem diferentes modalidades de atividade física presencial em espaços adequados para a prática aos cidadãos de todo o país”⁶⁶.

Também dito na introdução, vale reiterar as tentativas, por parte do Conselho de Educação Física, de regular o mercado de aplicativos, a exemplo da solicitação de suspensão do aplicativo *Smart Fit Coach* que, aparentemente, oferece uma sequência de exercícios aos usuários das academias da franquia *Smart Fit*. Evidencia, portanto, a produção de valor por meio de uma função exercida por um não humano (aplicativo *Smart Fit Coach*). A manifestação do Conselho de Educação Física permite vislumbrar que o referido aplicativo impacta na categoria dos profissionais de Educação Física, contudo, não houve posicionamento semelhante da entidade em relação ao programa Brasil em Movimento, mas apenas do CBCE.

No âmbito da produção de valor, por meio da atuação de *softwares*, a exemplo do *personal trainer* digital, temos ainda o Dr. Google, que incide na área médica. Apesar de algumas pessoas julgarem, pelo senso comum, que o advento das tecnologias não impactaria em áreas mais tradicionais, esta também é influenciada por tecnologias disruptivas. Nesse sentido, apresentamos o seguinte relato:

Em seu consultório, as queixas mais comuns dos pacientes são dor de garganta, resfriado, alergia e tosse, mas vem crescendo o número de pessoas que buscam respostas para quadros de ansiedade e depressão. Alguns doentes dizem ter recebido o diagnóstico correto graças as informações passadas por ele. Outros reclamam de que suas hipóteses são alarmistas e levam a um pânico desnecessário frente a qualquer sintoma. Dr. Google, como vem sendo chamado, não é formado em Medicina nem sequer humano, mas 26% dos brasileiros recorrem primeiramente a ele ao se deparar com um problema de saúde. (CAMBRICOLI, 2019, documento eletrônico).

Além disso, um artigo de Fabiana Cambricoli, publicado no *Estadão Conteúdo*, em 2019, tem o seguinte título: “Brasil lidera aumento das pesquisas por temas de saúde no Google” (CAMBRICOLI, 2019). Pela densidade de fontes não confiáveis, a Google, em parceria com médicos do hospital Albert Einstein, criou um mecanismo em que, após o usuário realizar a busca por determinadas patologias ou sintomas, surge uma área diferenciada, com informações disponibilizadas nas seguintes abas: sobre; sintomas; tratamento. Esse processo ganha contornos ainda mais robustos no campo da prescrição de exercícios físicos e de dietas, cuja proteção corporativo não é tão consistente quanto na área médica, em que há, por exemplo, falsos médicos que respondem criminalmente por homicídio doloso. Logo, ainda que

⁶⁶ Por Núcleo de Comunicação da Secretaria de Atenção Primária à Saúde (SAPS), com título *Primeiros passos do Brasil em movimento*, publicado em 12 de novembro de 2019. Disponível em: <http://saude.gov.br/noticias/agencia-saude/45994-primeiros-passos-do-brasil-em-movimento>. Acesso em: 5 abr. 2020.

em caráter simplificado, a inteligência artificial auxilia, inclusive, em atendimentos da medicina.

O *free labour* é também fomentado de outros modos. Presentear amigos ou desconhecidos, bem como ganhar prêmios, são mecanismos relevantes no que se refere ao fomento dessa forma de trabalho. No caso do *personal trainer* digital, uma série de condutas são tomadas como forma de fazer com que os próprios participantes tomem a decisão de divulgar a marca. Nas Figuras 10 e 11, alguns dados apresentam informações referentes à divulgação direta pelos usuários, ao se exibirem.

Figura 10 – Divulgação de desconto na assinatura do aplicativo Freeletics realizada por um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 4 ago. 2018.

Figura 11 – Divulgação de um Atleta Livre sobre como ganhou um tapete para treinos, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 4 ago. 2018.

Nesse contexto, a frase popularizada pelo liberal Milton Friedman faz sentido: não existe almoço grátis⁶⁷. A expressão surge no contexto estadunidense em que bares “presenteavam” com uma refeição “sem custo”, na intenção de captar clientes para o consumo de bebidas. Na ocasião, o presente, que atribui um desconto para novos ingressantes, implica ganhos também para quem presenteou e, ao mesmo tempo, divulga a marca Freeletics. As pessoas, por vontade própria e também pela retribuição, caso os convidados venham a aderir, realizam publicações.

Diante do exposto, compreendemos que o imperativo da espetacularização *fitness* envolve um processo de exibição de si, na medida em que é fomentado que qualquer pessoa pode ser inspiração. Por outro lado, ocorre certa curadoria de si, em que determinados aspectos da rotina são mostrados. Considerando o valor que a imagem possui no contexto contemporâneo, a cooperação que ocorre entre os próprios usuários auxilia não somente no apoio mútuo entre eles, como também no *marketing* da empresa. Vale ressaltar que, por não

⁶⁷ "There ain't no such thing as a free lunch". Vale destacar que esta é também utilizada equivocadamente para contestação de políticas públicas, cuja racionalidade é o coletivo.

integrar o escopo do estudo, não colocamos em questão a legitimidade dos (auto)relatos de “vidas transformadas”, recorrentemente exibidas na espetacularização fitness. Alguns Atletas Livres manifestam, na exibição de si, o quão importante foi o *personal trainer* digital em suas vidas. Por outro lado, podemos afirmar que os mediadores da rede sociotécnica em questão tencionam uma espetacularização *fitness*.

Todo esse contexto, que inclui ações como produção e compartilhamento de conteúdo, exibição de si, ou mesmo a navegação pela rede de forma geral, envolve uma captura de dados. Esses alimentam algoritmos que operam de distintos modos, seja por meio de filtros que nos mostram apenas o que nos agrada, na rede de modo geral, ou na prescrição de exercícios físicos, no caso do *personal trainer* digital. Nesse sentido, uma premissa relevante envolve justamente os dados sobre si mesmo, processo este que denominamos aqui de datificação de si, tema do próximo capítulo.

3 IMPERATIVO DA DATIFICAÇÃO DE SI: SEJA *SELF-TRACKER*

Ao usar os aplicativos Freeletics, o Treinador Freeletics fornecerá treinamento personalizado e planos de nutrição com base em suas informações pessoais, treinamento ou preferências nutricionais e sessões concluídas com sucesso. Aqui, usamos um algoritmo complexo para analisar, entre outras coisas, o desempenho do seu treino e comparamos com o desempenho de treino de outros usuários semelhantes a você, para te oferecer unidades de treino perfeitamente personalizadas. (FREELETICS, 2020a)⁶⁸.

O *personal trainer* digital, baseado em inteligência artificial, depende dos dados do usuário para operar. Conforme anuncia a epígrafe apresentada, a personalização é realizada “com base em suas informações pessoais, treinamento [...]”. Desse modo, torna-se oportuno mensurar e registrar as atividades diárias, preferencialmente de modo automático, e convertê-las em dados: uma datificação. Trata-se, portanto, de um imperativo que é também requisito para o funcionamento do aplicativo. Logo, diante do objetivo de analisar como o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*, identificamos que o *ser self-tracker* é um ponto de confluência, alicerçado aqui no que denominamos **imperativo da datificação de si**.

Essa datificação de si pode ser exemplificada pela já difundida tecnologia, que realiza contagem da quantidade de passos diários de determinada pessoa, por meio de GPS. Em geral, as tecnologias capazes de monitorar esses aspectos da vida diária são chamadas de *self-tracking*. Entendendo que, normalmente, ultrapassam os limites da tecnologia em si, denominamos, nesta tese, de cultura *self-tracking*. Além disso, o aplicativo é munido de inteligência artificial, cuja premissa é a captação de dados (metadados, no formato legível para a tecnologia) para que os reajustes na prescrição do treinamento de modo autônomo, ou seja, sem intervenção direta de um profissional da área. Para isso, não bastam os dados individuais, mas de vários usuários, por meio de análise automática do que chamamos de *big data*. Portanto, para fazer a “roda girar” e tornar possível a ordem para que o usuário obtenha a “melhor orientação”, uma datificação de si se faz necessária. Constitui, portanto, o primeiro tópico de discussão deste capítulo.

Essa datificação de si, especialmente a análise algorítmica dos dados, sejam relativos aos dados de treinamento, ou da navegação pela internet, de modo geral, possui algumas consequências, como a produção do que chamamos aqui de **bolha fitness**. Reconfigura modos de vigilância já conhecidos, em que a figura metafórica do olhar externo (o vigia) é substituída por uma pressão que é exercida de si para consigo, uma vez que o próprio usuário é que se automonitora e autorregula. Constitui, portanto, o segundo tópico de discussão deste capítulo.

⁶⁸ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/pages/privacy/>. Acesso em: 2 nov. 2019.

3.1 DATIFICAÇÃO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: OBTENHA A MELHOR ORIENTAÇÃO

O recurso tecnológico da inteligência artificial é um dos fatores de destaque na Freeletics. Isso quer dizer que o algoritmo que constitui o *personal trainer* digital é baseado em inteligência artificial. O termo "algoritmo" abrange diversas definições, não somente relacionada à computação. Pode ser compreendido como "um procedimento passo a passo para solução de um problema", ou "uma sequência detalhada de ações a serem executadas para realizar alguma tarefa" (MEDINA; FERTING, 2006, p. 13). Uma receita de bolo, por exemplo, é um algoritmo. Possui o passo a passo, a tarefa a ser realizada, o *input*/entrada (os ingredientes) e o *output*/saída (o bolo).

No campo da computação, os algoritmos são constituídos por meio das linguagens de programação (MEDINA; FERTING, 2006, p. 13). Já a inteligência artificial, conforme apontado na introdução desta tese, é um recurso que envolve o processamento extremamente rápido de grande quantidade de dados, de distintas fontes, em que os resultados podem ser transmitidos às pessoas (JOSHI, 2020). Esses resultados podem envolver aspectos como o entendimento da linguagem humana, o desenvolvimento de tarefas mecânicas complexas, a resolução de problemas que envolvem muitas variáveis, entre outros (JOSHI, 2020).

Vale ressaltar que a inteligência artificial é utilizada mais fortemente como *marketing* pela Freeletics, mas há menções pontuais ao *machine learning*. O termo *machine learning* (aprendizagem de máquina) foi criado por Arthur Samuel, em 1959, e consiste em um *software* potencialmente capaz de aprender a produzir um comportamento não previamente programado (JOSHI, 2020). Desse modo, pode criar algo novo, não pensado pela equipe de desenvolvedores. Trata-se, portanto, de um modo particular de inteligência artificial, com alguns avanços.

Independentemente da tecnologia empregada, em síntese, sua função primária no âmbito do aplicativo é a readequação dos treinamentos em função dos dados do usuário, especialmente seu condicionamento físico, com produção automática de *insights*, ambos a partir dos dados de uso e de *feedback* dos usuários. Justamente por ser um diferencial, o caráter personalizado do *personal trainer* digital, ou seja, o fato dos treinamentos serem adequados à condição do usuário, é evidenciado na página principal do *site* conforme consta na Figura 12.

Figura 12 – Mensagem no *site* oficial Freeletics



Fonte: Freeletics (2020a). Acesso em: 13 maio 2020.

Vale reiterar que o próprio conceito de inteligência artificial já pressupõe a disponibilidade de dados para que possa operar. No caso do *personal trainer* digital, metadados dos usuários, que incluem informações pessoais (idade, peso...) e de treinamento (*feedbacks*, objetivo...) são utilizados. Desse modo, uma ação requerida dos usuários é que eles disponham os seus próprios dados para o bom funcionamento do *software*. Isso incide nas tecnologias que integram a cultura *self-tracking*.

Literalmente, a expressão pode ser traduzida para autorrastreamento, representando uma espécie de rastreamento promovido pelo próprio usuário, sobre si mesmo, por decisão consciente, geralmente vinculado à vida ativa e à vida fitness. Embora ambas sejam significativas, essa tradução e definição não contemplam a complexidade desse fenômeno, por não considerarem os diversos sentidos representados pela cultura *self-tracking*.

Com produção acadêmica consistente nessa área, Deborah Lupton dedica um de seus textos especialmente a esse debate; na obra, apresenta o conceito, bem como distintas dimensões da cultura *self-tracking* (LUPTON, 2016a). Em geral, os *self-trackers* podem ser entendidos como pessoas que coletam informações sobre si mesmas, de modo intencional e consciente (*knowingly* e *purposively*), podendo ser ou não relacionados a uma busca por otimização e melhorias da própria vida (LUPTON, 2016b). A autora apresenta situações diversas em que essa caracterização geral é redesenhada, ao descrever cinco domínios: *private*, *pushed*, *communal*, *imposed* e *exploited* (privado, forçado, comunitário, imposto e explorado – tradução nossa) (LUPTON, 2016a). A seguir, sintetizamos cada uma delas:

- *Self-tracking* privado (*private self-tracking*) – Realizado por questões pessoais, com dados sob sigilo ou compartilhados apenas no interesse do usuário;

- *Self-tracking* forçado (*pushed self-tracking*) – Semelhante ao *self-tracking* privado, diferenciando-se por haver incentivo de outro ator ou agência. Esses incentivadores estão interessados em visualizar ou usar os dados pessoais dos participantes para seus próprios interesses. Tem relação com o campo da computação persuasiva e automonitoramento para questões de saúde;
- *Self-tracking* comunitário (*communal self-tracking*) – São usuários que usam mídias sociais para comparar e compartilhar dados e, assim, incentivam uns aos outros;
- *Self-tracking* imposto (*imposed self-tracking*) – Semelhante ao *self-tracking* forçado, mas, nesse caso, os *self-tackers* não possuem escolha. Não se trata apenas de um rígido incentivo, mas uma exigência, como as tornozeleiras eletrônicas utilizadas na segurança pública;
- *Self-tracking* explorado (*exploited self-tracking*) – Relaciona-se com todas as outras formas e diz respeito à forma pela qual alguns atores e agências obtêm lucro por meio desses dados.

Com efeito, vale mencionar alguns destaques que merecem maior aprofundamento, não oportunos neste momento. Um deles é que o *self-tracking* forçado, caracterizado pelo forte incentivo ao monitoramento de si mesmo, ocorre em alguns programas de promoção da saúde em empresas, especialmente aquelas de seguro de vida e de seguro saúde, bem como na educação física escolar.

Evidentemente, essas tecnologias ainda não estão inseridas na Educação Física escolar brasileira, ou se encontram de modo muito pontual, mas em outros países o *self-tracking* já é utilizado como parte da disciplina, para que dados vitais dos alunos sejam monitorados e estudados. Isso gera outros debates relevantes, como o uso desses dados por outras agências, bem como o possível interesse do aluno por não compartilhar ou mesmo monitorar os próprios dados (LUPTON, 2015).

Em algumas experiências, a prática nesse cenário torna-se um *self-tracking* imposto, na medida em que o incentivo passa a ser exigência, como no monitoramento realizado em função do isolamento social, que ocorreu em algumas realidades independentemente da anuência das pessoas. Portanto, fomenta diversos debates, que giram em torno do público e do privado, da liberdade e da privação.

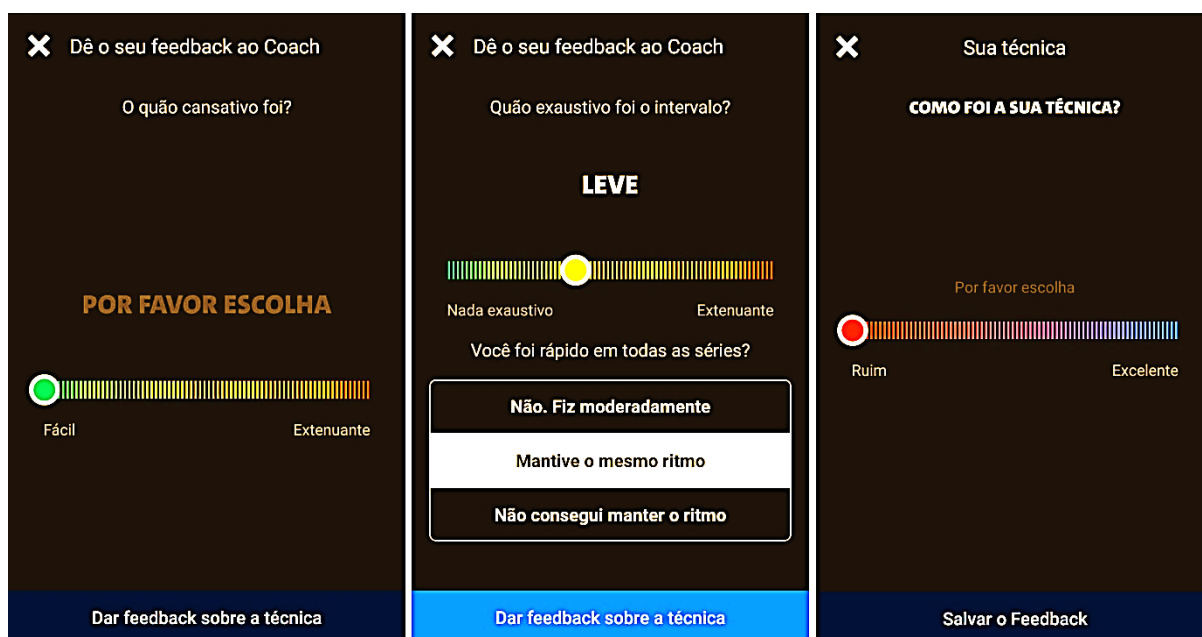
Por exemplo, é ético “forçar” ou “impor” que alunos se submetam a tecnologias *self-tracking* para fins de comparação de resultados e avaliação na disciplina escolar Educação Física? Esse debate permeia ainda a noção do *self-tracking* explorado, haja vista que é possível haver lucro a partir desses dados – neste caso, não diretamente pelo professor, mas por parte de

empresas que fazem uso dos dados captados. Essa discussão é parcialmente retomada e aprofundada ao tratarmos da bolha *fitness*, no próximo tópico do presente capítulo.

De modo geral, a dimensão que mais se observa, no contexto da Freeletics, especialmente na empiria desse estudo, é o *self-tracking* comunitário. Isso engendra alguns debates profícuos, dentre os quais, é oportuno, neste momento, discutir, como os dados, enquanto *commodities* (portanto, envolvem lucro), são captados, reconfigurando a noção tradicional de vigilância.

Compreender essas dimensões da cultura *self-tracking* permite avançar, com mais profundidade, em como o *personal trainer* digital atua. Assim, apresentamos, na Figura 13, uma captura de tela que representa alguns dos *feedbacks* por meio dos quais os usuários disponibilizam informações sobre o treinamento realizado. As telas são apresentadas logo após a realização de um *workout*.

Figura 13 – Capturas de tela relativas ao modo pelo qual o *feedback* é atribuído pelo Atleta Livre ao *personal trainer* digital, retidas do uso pessoal do aplicativo



Fonte: Aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset – uso próprio. Acesso em: 4 ago. 2018.

Observa-se que o *feedback* segue uma escala de resposta psicométrica, estilo escala de *Likert*, semelhante à Escala de Borg⁶⁹, uma variável relevante para que os treinos sejam

⁶⁹ Uma Escala de Likert engloba respostas psicométricas que, *grosso modo*, envolvem o nível de concordância em relação a determinada afirmação. Já a Escala de Borg é uma escala de percepção subjetiva de esforço em que o praticante indica o esforço percebido, que vai desde fraco à exaustão, normalmente de zero a dez, em que outras versões são elaboradas, a exemplo de imagens representativas de pessoas que demonstram esforço fraco até exausto.

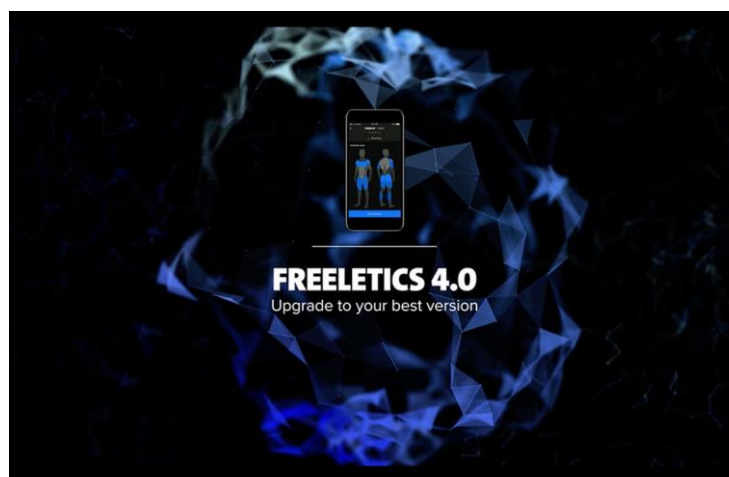
reajustados. Esse método é pertinente, se considerarmos que a inteligência artificial opera a partir de dados estruturados (numéricos/quantificados), sejam eles estruturados *a priori*, ou uma quantificação de dados qualitativos, conforme o exemplo da imagem.

Dados como a quantidade de *ClapClap* (curtidas ou *likes*, na linguagem da Freeletics) atribuídas a determinada postagem no *feed* do *personal trainer* digital, por exemplo, são facilmente analisados, já sendo, *a priori*, um dado estruturado. Isso se estende para uma abrangência mais ampla, na medida em que existem tecnologias (de gerenciamento de dados) cada vez mais avançadas, que preparam (ou seja, estruturam) dados não estruturados para o uso: Análise de textos, de áudio, de imagem, de vídeo, de mídias sociais e de preditores, por exemplo (GANDOMI; HAIDER, 2015).

Tecnologias de reconhecimento facial, transcrição automática de áudio em vídeos e indicação de determinados produtos com base em textos publicados em mídias sociais, correção automática de texto, são apenas alguns exemplos, viabilizadas por algoritmos de análise, com os quais convivemos diariamente.

Outro destaque importante é que o algoritmo do *personal trainer* digital não leva em consideração apenas os dados individuais do praticante na elaboração de treinamentos e produção de *insights*. Por meio da inteligência artificial, em tese, são analisados dados de milhares de usuários. Justamente por essa característica, um dos artigos, cuja ênfase é a personalização dos treinos, indica que constava, em dados de 2017, cerca de 13 milhões de usuários. No caso, o argumento da busca pela melhor versão de si já era fomentado, conforme se observa na Figura 14 e no trecho a seguir.

Figura 14 – Captura de tela do website da Freeletics representativo da ação da inteligência artificial na prescrição de treinamentos



Fonte: Site oficial Freeletics (2020a). Acesso em: 12 abr. 2020.

A seguir, apresentamos um trecho do anúncio do Freeletics 4.0, em 2017, o qual acessamos em 12 de abril de 2020.

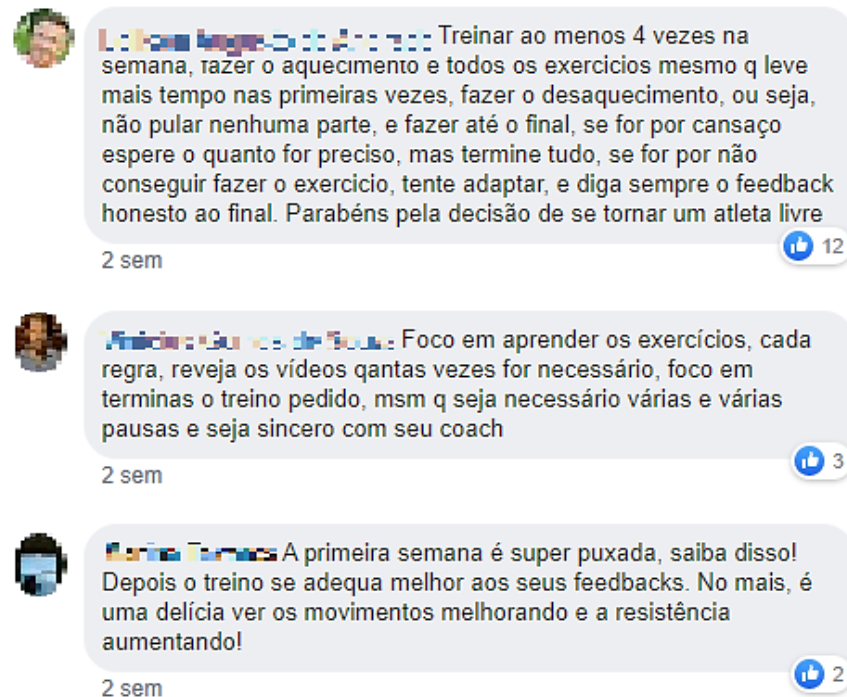
O Freeletics Bodyweight Coach ficou mais inteligente do que nunca. Com base na mais recente tecnologia, o Coach leva em consideração a experiência e o progresso de mais de 13 milhões de Atletas Livres em todo o mundo e aprende com eles para gerar o plano de treino perfeito para você. Para cada treino intervalado, o Coach seleciona os exercícios e o número de repetições perfeitos para sempre te gerar um workout personalizado. É por isso que o nosso novo treino intervalado está disponível somente para usuários do Coach. (FREELETICS, 2020a).

A menção à expressão “Freeletics 4.0” pode estar relacionada à emergência da indústria 4.0, entendida como a quarta revolução industrial, caracterizada pela capilaridade de tecnologias digitais “inteligentes”, especialmente pela automação proporcionada, como o *personal trainer* digital. Conforme consta nessa explicação, o algoritmo leva em consideração a experiência e o progresso de todos os Atletas Livres. Em 2020, portanto, três anos após essa publicação, a Freeletics relata existirem cerca de 40 milhões de usuários (FREELETICS, 2020b).

Entende-se, assim, que, por meio de inteligência artificial, o algoritmo faz análise de *big data*, o que implica maior relevância no caráter colaborativo da “comunidade” Freeletics, assim como remete a pensar em mais complexidade no desenvolvimento/programação do *personal trainer* digital. Nesse sentido, destaca-se que a caracterização de *big data* abrange mais elementos que simplesmente o volume de dados. O conceito tradicional envolve quantidades significativas de informações relativas a volume, variedade e velocidade (os “três Vs”) (GANDOMI; HAIDER, 2015). Na complexidade desse fenômeno na contemporaneidade, sugere-se ainda outros três Vs: veracidade, variabilidade (de fontes e não somente na variedade entre estruturados, semiestruturados e não estruturados) e valor (GANDOMI; HAIDER, 2015).

Considerando que, em geral, a maioria dos dados gerados é não estruturado, algo estimado em 95% (GANDOMI; HAIDER, 2015), sua conversão em dados estruturados é um desafio. Todo esse processo é facilitado quando os dados já são disponibilizados de modo estruturado, como o *feedback* do treino por escala de Linkert. A eficiência do *personal trainer* digital no reajuste dos treinamentos é legitimado pelos Embaixadores. A seguir, na Figura 15, apresentamos dois dos 25 comentários feitos em 18 de maio de 2020, em uma postagem de 27 de abril de 2020, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, com o seguinte texto: “Olá pessoal! Acabei de assinar o freeletics. Alguma dica para iniciantes?”.

Figura 15 – Comentários gerados pela postagem de um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, com os dizeres: “Olá pessoal! Acabei de assinar o freeletics. Alguma dica para iniciantes?”



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 27 abr. 2020.

Além disso, na Figura 16 apresentamos uma postagem na conta pública de Instagram de um dos Embaixadores, que relata sua experiência com um reajuste na prescrição do exercício pelo *personal trainer* digital.

Figura 16 – Captura de tela de postagem de uma Embaixadora Freeletics, representativa dos ajustes do aplicativo Freeletics em relação ao treinamento



Fonte: Conta pública de Instagram em modo público, 2020.
Acesso em: 27 abr. 2020.

Essas manifestações revelam outra ação que se constitui como requisito ao bom funcionamento do *personal trainer* digital: “Ser sincero” em relação a como foi o treinamento. Além disso, resistir até que os treinos sejam devidamente reajustados. Na tecnologia que consta no *personal trainer* digital, até o presente momento, esta é a principal via de disponibilização dos dados de treinamento. Nesse sentido, o usuário poderia mentir sobre seus dados, embora ele mesmo se prejudique. Em tese, caso o usuário atribua que o treinamento foi demasiadamente extenuante, por exemplo, o algoritmo reajustará o nível de dificuldade, prescrevendo um menos extenuante nas próximas vezes em que o *personal trainer* digital for acionado – o que, dependendo da ocasião, pode ser um contrassenso do ponto de vista do treinamento esportivo.

Contudo, para que esse reajuste ocorra, é preciso que o Atleta Livre atribua o *feedback* em uma certa quantidade de treinamentos, ou seja, não basta considerar apenas um determinado treino extenuante, para que a prescrição seja menos extenuante; é preciso algum tempo para que o treino venha a ser reajustado. Para isso, as capturas de tela demonstram que é considerado o quão cansativo e exaustivo foi o treino, bem como a percepção do usuário sobre a própria técnica de execução. Outras informações relevantes para o treinamento esportivo, como, por exemplo, como o usuário vivenciou o pós-treino; se sentiu dores; ou se descansou bem, não são consideradas. De fato, a análise de *big data* na especificidade de dados não estruturados, ou mesmo semiestruturados, são desafios relevantes no desenvolvimento do algoritmo do *personal trainer* digital.

Por outro lado, a alimentação manual e relativamente analógica do *feedback* tende a ser substituído por meios automatizados e digitais, caracterizando uma revolução ubíqua, na medida em que se tornariam imperceptíveis. Isso implica significativa mudança nos mecanismos de vigilância, não somente no sentido de monitoramento da população, mas também no imperativo da datificação de si.

Os dados levantados apontam que essa realidade já ocorre. Nesse sentido, vale destacar as tecnologias *self-tracking*, que podem vir a se tornar esse *feedback* automatizado, ao menos do ponto de vista de quão exaustivo foi o treino, que pode ser mensurado pela variação da frequência cardíaca sob o prisma dos sinais vitais. As tecnologias *wearables*, ou tecnologias vestíveis, monitoram esses dados, inclusive durante o sono.

Embora ainda não haja perfeita conectividade no que se refere ao *feedback*, o *personal trainer* digital já pode ser pareado com alguns *smartwatch* Apple. A imagem da Figura 17 foi publicada em uma comunidade de *designers* gráficos (Dribbble), por Peter Eszes.

Figura 17 – Imagem representativa do *smartwatch* Apple conectado ao aplicativo Freeletics



Fonte: Peter Eszes. Publicada em 25 de outubro de 2015. Disponível em: <https://dribbble.com/shots/2313086-Freeletics-Apple-Watch-App>. Acesso em: 2 nov. 2020.

A emergência de *smartbands* e *smartwatch* (pulseiras e relógios inteligentes) automatizam o processo de monitoramento de tal maneira que há análises e relatórios do desempenho em tempo real. Aos poucos, o *feedback* “analógico” do usuário, indicando a intensidade do exercício, tornar-se-á (ou tem se tornado, melhor dizendo), obsoleto e não mais será possível “mentir” sobre os dados. Dito de outro modo, as sugestões “diga sempre o *feedback* honesto ao final” e “seja sincero com seu *Coach*”, conforme os Embaixadores recomendam na imagem apresentada, tendem a se tornar menos importantes, já que biossensores identificam variáveis de esforço físico e as tecnologias de geolocalização permitem identificar deslocamentos realizados.

A conectividade direta ocorre não só com o Apple Watch, conforme demonstrado na imagem da Figura 17, como também com o Google Fit e o Apple Health. Nesse sentido, um dos artigos da página de ajuda do *site* oficial tem a seguinte sugestão como título: “Use a função do Google Fit ou do Apple Health”⁷⁰ (FREELETICS, 2020a). Em síntese, o Google Fit capta dados de diferentes aplicativos e dispositivos, inclusive do Freeletics e do Apple Health. O Apple Health, por sua vez, capta diversas variáveis. Durante o dia, por exemplo, são

⁷⁰ Freeletics Help Center. Disponível em: <https://help.freeletics.com/hc/pt-br/articles/115004675105-Use-a-fun%C3%A7%C3%A3o-do-Google-Fit-ou-do-Apple-Health>. Acesso em: 21 maio 2020.

automaticamente monitorados dados como a quantidade de passos, de minutos intensos de exercício, de horas de sono profundo ou não; revisar os treinos realizados e os respectivos dados inerentes a ele durante toda a semana.

Há tecnologias que permitem a análise automática dos treinos, com produção em tempo real de relatórios na forma de gráfico; emitem *insights*, inclusive durante a prática – se o ritmo está adequado ou não, por exemplo -, bem como a produtividade do treino e orientações sobre condutas. Logo percebemos que a datificação de si se torna cada vez mais automatizada e sofisticada.

Nesse contexto, um destaque importante é que, em artigo publicado em fevereiro de 2017, Edward Dale reportou que a equipe de engenharia da Freeletics estuda a adição de tecnologia de reconhecimento de movimento (*fitness motion recognition*)⁷¹ - portanto, mais um diferencial do algoritmo do *personal trainer* digital. Basicamente, trata-se de um rastreamento automático do treinamento por meio de uma tecnologia vestível.

Uma das referências utilizadas por Edward Dale, é fruto de trabalho realizado por pesquisadores da Microsoft, que intitulam essa tecnologia como RecoFit. Trata-se de um sistema que rastreia automaticamente exercícios repetitivos, por meio de um sensor usado no braço (*arm-worn*), o qual conta com três desafios: Captar a alternância entre períodos de exercícios e de não exercícios; reconhecer qual exercício está sendo realizado; e contar repetições (MORRIS *et al.*, 2014). Esses exercícios repetitivos incluem os calistênicos, a exemplo dos prescritos pelo *personal trainer* digital, portanto, a automação e a ubiquidade tendem a se tornar cada vez mais presentes.

Esse potencial de conectividade, formas de monitoramento tanto de si para consigo (no caso das tecnologias *self-tracking*); quanto de si em relação aos outros (no caso da espetacularização *fitness* e o sentimento de comunidade, em que uns comentam experiências dos outros), reconfigura modos de vigilância já conhecidos. O isolamento social imposto pela pandemia mundial que vivenciamos intensifica ainda mais esses meios: é preciso monitorar as pessoas para saber se estão ou não aderindo ao isolamento social, por exemplo.

Essas mudanças repercutem, inclusive, nos conceitos adotados por análises realizadas por autores da Educação Física, como poder disciplinar e biopolítica. Esses conceitos fundamentam trabalhos de autores como Homero Luis Alves de Lima; Alex Branco Fraga; Luiz Carlos Rigo; Ángela Aisenstein; Ricardo Crisorio; Pablo Ariel Scharagrodsky, conforme consta

⁷¹ Por Edward Dale, publicado em 7 de fevereiro de 2017, no *blog* dedicado a publicações dos engenheiros da Freeletics. Disponível em: <https://freeletics.engineering/2017/02/07/fitness-motion-recognition-with-android-wear.html>. Acesso em: 12 abr. 2020.

no estudo de revisão de Pich e Rodrigues (2014), além de outros, como Carmen Lucia Soares; Terezinha Petrucia da Nóbrega; José Geraldo Soares Damico; Alan Goularte Knuth; Yara Maria de Carvalho; Cláudio Lúcio Mendes; Alexandre Palma; Felipe Wachs (CARVALHO, 2001; DAMICO; KNUTH, 2014; MENDES, 2006; MENDES; GLEYSE, 2014; NÓBREGA, 2001; PALMA, 2001; SOARES; FRAGA, 2003; WACHS, 2013).

Nesse sentido, vale destacar alguns deslocamentos significativos que a racionalidade disciplinar e a biopolítica operam no âmbito da cultura *fitness* digital, especialmente pela relação desses com a produção do imperativo da datificação de si. Para compreender esse deslocamento, é importante conhecer seu entendimento “tradicional”. Nesse sentido, mesmo não nos vinculando a esses conceitos na fundamentação teórico-conceitual desta tese, nos permitimos realizar uma curta digressão acerca da noção de poder disciplinar e biopolítica, utilizados por vários dos autores supracitados e, após isso, apresentamos os deslocamentos aos quais nos referimos.

O poder disciplinar é temática aprofundada na obra *Vigiar e punir*, por Michel Foucault (FOUCAULT, 2014). Nesse caso, o autor postula que a disciplinarização é constituída por diversos mecanismos, e destaca a disposição espacial da instituição (disciplinadora) em questão. Para tanto, toma como base o modelo arquitetônico do Panóptico (pan-óptico – do grego *pan*, todos, mais *optikós*, visão), criado por Jeremy Bentham. Basicamente, trata-se de uma estrutura composta por celas circulares, com grades voltadas para uma torre de vigilância.

A ideia é que haja uma luz direcionada para as celas (visível), de modo que os encarcerados não consigam saber se havia alguém vigiando determinado momento (inverificável) e, assim, interiorizam a sensação de estar sendo observados o tempo todo. Logo, exercem uma vigilância de si, mantendo-se disciplinados, em face do olhar pan-óptico, o olho *que tudo vê*. Lógica semelhante, inclusive em termos de estrutura espacial, é reproduzida em outras instituições, como escolas, hospitais e manicômios (sendo, a prisão, a instância de controle, quando as demais instituições disciplinares falham). Na Figura 18, expomos imagem representativa do Panóptico de Bentham, em um presídio de Cuba.

Figura 18 – Imagem representativa de uma experiência arquitetônica de presídio, cuja construção se assemelha ao modelo panóptico



Fonte: Foto interna do Presídio Modelo, localizado na ilha/município de Ilha da Juventude, em Cuba, desativado em 1967. Disponível em: <https://de.wikipedia.org/wiki/Panopticon>. Acesso em: 6 nov. 2019.

No exemplo em questão, o medo, que faz com que o indivíduo incorpore determinados comportamentos, representa um dos modos pelos quais o poder disciplinar opera. Esse, portanto, tem por objetivo gerir e controlar a vida humana. Em outros termos, produzir corpos dóceis e úteis. Assim, há um de caráter político, no sentido de tornar os corpos dóceis, por meio de diversas instituições, como as prisões, as escolas e os hospitais, diminuindo assim a capacidade de luta, insurreição, contra as ordens do poder; e outro de caráter econômico, direcionado a tornar os corpos produtivos/úteis, ampliando a força produtiva de trabalho (FOUCAULT, 2014; MACHADO, 2015). Isso é fortemente presente na Educação Física, prática em que o medo é orientado pela noção de sedentarismo, apesar de aparecer de modo distinto na cultura *fitness* digital, temática a ser retomada no capítulo seguinte (o imperativo do desempenho *fitness*).

A narrativa de combate ao sedentarismo ajuda a compreender que o poder disciplinar intenciona aprimorar e adestrar o corpo e não necessariamente reprimi-lo. É um movimento de fabricar o indivíduo e não de destruí-lo. Tem por características principais, portanto, a organização do espaço individualizado, classificatório e combinatório; o controle do tempo, no sentido de promover eficiência/eficácia; a vigilância, que investe ao indivíduo a capacidade de ser vigilante de si mesmo; bem como o registro contínuo de conhecimento, tendo em vista que concomitante com o exercício do poder, há uma produção de saber. Esses atributos emergem

inter-relacionados, embora de maneira diversa, nas múltiplas instituições (hospício, prisões, escolas, etc.) (MACHADO, 2015).

Já em *História da sexualidade 1: a vontade de saber*, Foucault (1988) identifica que os dispositivos não são apenas disciplinares, e traça uma forma não necessariamente diferente da disciplina, mas complementar. Apontou, portanto, que a estrutura/espço, o tempo, a vigilância e o conhecimento, por si só, não davam conta de constituir o indivíduo. Havia também uma regulação não individual, mas das populações, com o objetivo de garantir a existência do próprio ser humano: a *biopolítica* das populações. A biopolítica opera de maneira mais abrangente, ou menos individualizante, fazendo uso, por exemplo, de dados estatísticos como as taxas de natalidade e mortalidade (MACHADO, 2015).

Conforme o professor Selvino Assmann (2014) explica em palestra proferida na Universidade Regional de Blumenau (Furb), a palavra estatística, enquanto saber, surge com a função de regular os indivíduos e a população por meio do estado; deriva da expressão latina *statisticum collegium*, que significa conselho/palestra de estado. Como exemplo, citamos o recente surto de microcefalia, no Brasil, ocasião em que foi recomendado o adiamento da gravidez, como conduta para evitar a doença.

Nesse sentido, a regulação da vida ocorre tanto no campo disciplinar, como também no escopo da espécie humana, gerindo a vida do corpo social (MACHADO, 2015). A Educação Física também faz uso desses mecanismos, como forma de produzir determinados comportamentos, a exemplo de dados estatísticos de obesidade, argumento utilizado para fazer com que as pessoas tenham uma vida mais ativa.

A explicação acerca do poder disciplinar (de caráter mais individual) e da biopolítica (de caráter mais coletivo, enquanto espécie) possibilita pensar um exemplo cotidianamente vivenciado por professores de Educação Física nas escolas. Aspectos disciplinares individuais são visualizados em tarefas, como a frequência realizada; a fila para se deslocar entre as atividades; e o atendimento à solicitação do professor de silêncio. Aspectos biopolíticos são acionados, quando o professor realiza certas práticas, por considerar dados de sedentarismo e obesidade da população local.

Embora os conceitos de poder disciplinar e biopolítica não fundamentem nossa tese, ajudam a compreender o *personal trainer* digital. Findada a digressão proposta, podemos, além de apresentar o deslocamento aqui proposto, afirmar que a classificação de cada Atleta Livre; as metas a serem atingidas; e outros aspectos individuais, são, também, manifestações do poder disciplinar. A biopolítica pode ser representada pela análise automática de *big data*. Apesar do

self-tracking ser constituído genuinamente por informações individuais, muitas vezes, os *insights* produzidos envolvem dados de diversos usuários.

Além disso, na leitura de Lupton (2016b), esses dados podem ser utilizados na formulação de políticas, em relações comerciais, educação, bem-estar social, na gestão de grupos e indivíduos, ao mesmo tempo em que demonstra preocupação com o possível mal-uso desses dados. Logo, podem ser importantes para promover políticas mais amplas, em caráter biopolítico e não somente para se obter a melhor versão de si.

Nesse sentido, compreendemos que o *personal trainer* digital possui mecanismos disciplinares e biopolíticos, mas com significativos deslocamentos de boa parte da produção acadêmica ancorada nesses conceitos. Exemplo relevante é a transição descrita até aqui da concepção tradicional produzida pela análise de Michel Foucault acerca dos conceitos que a metáfora do Panóptico permite vislumbrar, tais como a sensação de estar sendo observado por um olho vigilante que tudo vê que, na cultura *self-tracking*, passa a ser exercido de si para consigo (*self-tracking* privado), e dos outros para consigo (*self-tracking* comunitária). Isso não implica somente a dimensão fitness e saúde.

Ora, o Apple Health, que pode ter conectividade direta com o aplicativo Freeletics, foi usado como uma das testemunhas no julgamento de um caso de estupro seguido de assassinato em Freiburg, Alemanha, ocorrido em 2016⁷². No caso em questão, os investigadores teriam descoberto, por meio do Apple Health, especificamente no *smartwatch* com tecnologia *self-tracking* utilizado pelo assassino, variações da quantidade de passos e o tipo de atividade física registrados no dia do crime, em comparação com outros dias.

Evidentemente, trata-se de uma mudança significativa em relação ao modelo tradicional de vigilância, representado metaforicamente pelo panóptico. Nesse sentido, entender como se dá a tradução do que denominamos, em português, de vigilância, se torna crucial, conforme analisam Mann, Nolan e Wellman (2002), ao tratar justamente das tecnologias vestíveis – a exemplo do *smartwatch* da Apple, que pode ser sincronizado com o Freeletics.

Originalmente, vigilância é denominada *surveillance*. Trata-se de uma palavra francesa, embora utilizada em diversas línguas, constituída pelo prefixo *sur* (do francês, acima), mais o radical *veillance* (do francês, vigilância); portanto, é algo próximo a uma vigilância feita de cima, semelhante ao modelo tradicional do Panóptico. Os autores, em releitura dos mecanismos de vigilância, utilizam a expressão *sousveillance*, em que o prefixo *sous* (do francês, abaixo) se

⁷² Por Samantha Cole, em 11 de janeiro de 2018, com o título *Apple Health Data Is Being Used as Evidence in a Rape and Murder Investigation*. Disponível em: https://www.vice.com/en_us/article/43q7qq/apple-health-data-is-being-used-as-evidence-in-a-rape-and-murder-investigation-germany. Acesso em: 12 abr. 2020.

soma ao radical *veillance*. Nessa segunda perspectiva, é o próprio indivíduo (usuário de tecnologias vestíveis, no estudo em questão) que faz a vigilância de si mesmo. Portanto, essa nova conformação da vigilância, a qual podemos intitular *sousveillance*, é preponderante na cultura *fitness* digital aqui analisada, em relação a um “olho que tudo vê”, na perspectiva da metáfora apresentada.

O próprio Bruno Latour (2012) critica análises que buscam um “Contexto”, ou uma teoria social, como regra geral para explicação da sociedade, ao propor “abolir a distinção macro/micro” (entre uma “interação local” e um “contexto global”). Portanto, defende que a “rede”, ligada por hífen na forma “ator-rede”, é “aquilo que conecta os atores”; logo, a rede não seria um contexto global e os atores aqueles que realizam a interação local; não existe, desse modo, um contexto determinista, 2012, p. 260).

Com base nesse argumento, propõe a palavra oligóptico (provavelmente derivada do grego *oligos*, poucos, mais *optikós*, visão), para definir os “macros”, sendo que estes “[...] fazem exatamente o oposto dos panópticos: veem *muito pouco* para alimentar a megalomania do inspetor ou a paranoia do inspecionado, mas o que veem, *veem bem* [...]” (LATOURE, 2012, p. 262, grifos do autor).

Segundo o autor, ao fundamentar o trabalho na ANT, “não estamos atrás de utopias [como o Panóptico], e sim de lugares reais” (LATOURE, 2012, p. 262), logo, não cabe investigar uma estrutura “macro”, embora proponha uma forma de estrela e reconheça alguns locais que repercutem em outras associações, mesmo que de formas distintas, como um “centro de controle e comando do exercito” (em relação às associações/interações dos subordinados), ou um “cubículo de redator de jornal” (em relação às associações/interações do público do jornal).

Evidentemente, o panóptico representa uma estrutura utópica, porém, compreendemos que Foucault, assim como Latour, não esteve atrás de utopias. Evidentemente, interpretações equivocadas da teoria foucaultiana buscam operar análises com o esforço de identificar um panóptico em distintos lugares, como se determinada arquitetura produzisse indiscriminadamente, os mesmos comportamentos, algo que é destoante da arqueogenealogia realizada pelo autor. Possivelmente alinhada a essa afirmação, Latour (2012) afirma, em nota de rodapé, que Foucault fez uso irônico dessa utopia.

A obra *Vigiar e punir*, publicada a quase meio século, possui o panoptismo como tema de apenas um dos dez capítulos, em uma das quatro partes da obra, com materialidade empírica, um projeto confeccionado no século XVIII (FOUCAULT, 2014) repercute na atualidade; contudo, o próprio Foucault aponta que os dispositivos não são somente disciplinares, ao tratar

dos conceitos de biopolítica e governamentalidade, por exemplo. Não identificamos no autor uma pretensão de propor algum tipo de teoria social estável que venha a explicar a sociedade.

A propósito, Latour e Foucault parecem possuir alguns pontos de convergência na concepção de ciência (FERREIRA, 2007; HÜNING; GUARESCHI, 2011; LEAL, 2016). Em última análise, discorrer sobre mecanismos disciplinares dialoga com mediadores que nos levam a fazer coisas. Conforme a proposta da ANT, seguimos desdobrando mediadores que operam nas ações identificadas, sendo, a datificação de si, a ação que sobressai.

Nesse escopo, vale destacar a análise de Bossewitch e Sinnreich (2013), ao propor novas formas espaciais para o “fluxo de informações”, ao considerar o Panóptico como uma delas, originalmente representado por fluxo direcionado ao centro. A *sousveillance*, por sua vez, é projetada de modo descentralizado, com fluxo diverso. Apresenta a transparência, ainda que a reconhecendo como utópica, em que o fluxo de informações seria exatamente o mesmo, em todas as direções. Bossewitch e Sinnreich (2013) evidenciam, ainda, outros modelos (tradução nossa):

- O difusor de informações indiscriminadas (*promiscuous broadcaster*), que se assemelha à transparência, mas com fluxo de informações que não é simétrico. É constituído por indivíduos que se exibem recorrentemente, que pensam não haver nada a esconder. Um exemplo possível são alguns influenciadores digitais que expõem sua vida cotidianamente;
- Fora da grade, ou fora da rede (*off the grid*), que seria a fuga da tecnologia, a opção de não se submeter a esses fluxos, ou seja, alguém completamente desconectado;
- Buraco negro (*black hole*), cuja estratégia seria uma grande captação do fluxo de informações, disponibilizando o mínimo possível de si – tal como fazem agências de investigação criminal, ou mesmo grandes empresas, como a Google;
- O insaciável coletor de dados (*voracious collector*), semelhante ao “buraco negro”, mas, neste caso, conta com captação de dados apenas parcial. Um exemplo possível é a disponibilização do histórico pessoal nutricional, para que algumas empresas possam ofertar possibilidades de alimentos mais adequados. A mesma estratégia se aplica à lógica do *personal trainer* digital já que, em tese, uma pequena parte de dados é disponibilizada pelos usuários – alguns dos dados de *self-tracking*;
- Campanhas de desinformação (*disinformation campaigns*), que consistem na propagação de informações não precisas sobre determinado fato. A maior expressão desse modelo são as chamadas *fake news*. No contexto contemporâneo super acelerado e conectado, muitas vezes, uma nota de reparação posterior não coíbe o dano já produzido. Alguns exemplos

mais escrachados são as campanhas que incriminam erroneamente determinada pessoa, que passa por situações de linchamento, na sequência. Outras práticas são: *Astroturfing* – mascarar patrocinadores de uma mensagem ou organização (como fazem com propaganda infantil de *unboxing* de presentes) ou atrelar uma mensagem como sendo representativa de determinado grupo político sem, efetivamente, ser (como quando utilizam determinado indígena, não legitimado pelos pares, que é forjado como representativo do pensamento coletivo); *face painting* (“pintura de rosto”) ou *MySpin*, que trata do uso de recursos como a sátira e fantasias nas redes, como meio de mascarar e proteger a verdadeira identidade, em um perfil nas redes sociais – produzem, por exemplo, perfis falsos de determinada corporação, ou pessoa pública, e publicam informações polêmicas.

De acordo com Bossewitch e Sinnreich (2013), entender o leque de possibilidades operacionais dessas novas configurações do Panóptico é fundamental para pensar modos de resistência, a exemplo de não ser vítima de campanhas de desinformação (*fake news*), ou ter os dados pessoais usados indevidamente por determinada empresa. Nesse sentido, há um deslocamento na forma de vigilância e governo dos corpos contemporâneos, com fluxo de informações em todas as direções. Esse fluxo disperso, muitas vezes, não permite identificar sua direção e quem o determina. Dentro dessa lógica, a própria cultura *self-tracking* reconfigura o modelo Panóptico para outras estruturas, onde o processo de coleta, armazenamento e análise de dados passa a ser ubíquo e automático.

Ubiquidade consiste na característica de estar presente ao mesmo tempo em (quase) todos os lugares. O objetivo da computação ubíqua é fazer com que não se perceba sua presença, diluindo-a em nosso cotidiano, tal como a eletricidade. Sendo assim, permitiria que a relação com a tecnologia seja algo rotineiro, natural, de tal maneira que os dispositivos detectem alterações no ambiente e vão reajustando suas funções a partir das preferências ou necessidades dos usuários, “transparentemente” (JANDL JUNIOR, 2011, p. 80). A seguir, expomos um exemplo do uso cotidiano da computação ubíqua, que, nove anos após sua elaboração, já é realidade:

[...]. Uma jovem executiva tem uma viagem de negócios programada para o final da manhã. Cedo, em seu escritório, ela revê e ajusta sua apresentação, diretamente no tampo de sua mesa, que ao mesmo tempo exibe um canal de notícias ao vivo e outras informações usadas rotineiramente. Quando o seu táxi, previamente agendado, está a 15 minutos do seu local de trabalho, o aplicativo a informa deste fato, de maneira que ela possa se preparar para sair, transferindo a visualização da apresentação para seu *smartphone*. Enquanto desce de elevador, ela recebe uma chamada de sua amiga, atendendo sem manipular diretamente o aparelho, pois seu casaco, integrado ao mesmo, possui microfone e alto-falantes embutidos na gola. Ao entrar no táxi, a

chamada é automaticamente transferida para o sistema de som privativo do passageiro, ao mesmo tempo que os aplicativos em uso surgem numa tela sensível ao toque disposta à sua frente. Assim, ela finaliza sua apresentação enquanto continua a conversa escolhendo uma peça de teatro para assistirem, consultando a programação disponível na web. Ao chegar no aeroporto, o pagamento é realizado por meio da transferência de créditos, autorizada biometricamente por meio do *smartphone*. Entrando no saguão, ela ouve, por meio do casaco, que seu voo está no horário, mas foi transferido para outro portão de embarque, indicando o caminho que deve ser seguido. Agora ela está tranquila e pode saborear um café enquanto aguarda sua viagem. [...]. (JANDL JUNIOR, 2011, p. 83).

De fato, dessas tecnologias descritas, apresentadas na época como uma perspectiva futurista, já se encontram difundidas. A propósito, com as mudanças nas relações sociais e trabalhistas impostas pelo isolamento social, no contexto da pandemia, até mesmo esse deslocamento se tornou desnecessário, podendo ser exercido por *home office*. Alinhado à noção de ubiquidade, considerando também essa nova conformação, Han (2014), no que intitula panóptico digital, aponta que a tecnologia e, concomitantemente, o rastreamento, não é percebido, embora esteja presente. Esse debate permeia o que o autor chama de sociedade da transparência, que tem como uma de suas características, justamente, que todos controlam todos, permissivamente (HAN, 2014). A expressão panóptico digital ajuda a entender as distintas conformações espaciais apresentadas por Bossewitch e Sinnreich (2013), ao mesmo tempo, destacamos os limites de qualquer tentativa de delimitar modelos geométricos para representar a vigilância em contexto de ubiquidade, que consiste em um relativo apagamento da relação espaço-temporal.

Esse contexto de constante conexão, caracterizando uma hiperaceleração da sociedade, permeia práticas que já são rotina na cultura *fitness* digital. Promove uma pressão de si mesmo por desempenho, ainda que com sensação de liberdade. Isso implica no âmbito da Freeletics, na medida em que a dimensão da liberdade é central na própria progênie do nome, e se materializa também na denominação dos usuários como Atletas Livres. Vale destacar que os dados que constituem uma datificação de si não derivam somente de práticas da cultura *self-tracking*, mas da navegação na internet de modo geral, inclusive a espetacularização *fitness*, discutida no capítulo anterior.

Essa vigilância de dados, ou panóptico digital, que pressupõe uma datificação de si como engrenagem da inteligência artificial, envereda por pelo menos **dois caminhos, que se entrecruzam**: Primeiro, que esses dados acionam algoritmos (não especificamente o do *personal trainer* digital), que filtram o que visualizamos na internet e, portanto, produzem o que chamamos de **bolha fitness**; segundo, diz respeito ao relativo apagamento da dimensão espaço-temporal, fruto do contexto ubíquo, que gera uma **pressão por desempenho**,

caracterizado pelo argumento de que o *ser fitness* passa a não ter mais hora nem lugar. Todavia, a pressão por desempenho aparece com força de imperativo e, portanto, comporta um capítulo específico (o imperativo do desempenho fitness); já o algoritmo, enquanto mediador, na particularidade da produção da bolha *fitness*, demanda aprofundamento, neste momento.

3.2 AÇÃO DE ALGORITMOS E A BOLHA *FITNESS*: SEJA VERDADEIRO EM SEUS *FEEDBACKS*

Até aqui, destacamos como os mediadores atuantes nas ações constitutivas do imperativo da datificação de si opera; como a disponibilização de dados dos Atletas Livres possibilita que a inteligência artificial do *personal trainer* digital possa funcionar. Agora, veremos que não ocorre somente essa forma de captação de dados, bem como não é somente o algoritmo do *personal trainer* digital que atua. No momento em que se está navegando pela rede de internet, de modo geral, outros algoritmos são acionados. Normalmente, não possuem vinculação direta com a Freeletics, mas os resultados apontam que algumas *affordances* sugerem que o usuário acione essas outras mídias.

Em primeiro momento, vale reiterar que o algoritmo do *personal trainer* digital é baseado em inteligência artificial e expor alguns argumentos contidos em um texto publicado na revista *Veja*, reforçando a datificação de si e a reconfiguração da vigilância tratadas no tópico anterior. Nesse caso, em 2017, o potencial de difusão do aplicativo já era evidente, com destaque para o argumento de ele “sabe tudo sobre nós”.

O personal trainer mais popular do país não é humano

Atletas Livres: movimento mundial já tem cerca de milhão de participantes no Brasil

Ele tem uma postura rígida e exige sempre o máximo de seus alunos. É perfeccionista e, por isso mesmo, muito atencioso. Tem seu lado durão, mas sempre sabe o que dizer para motivar. Além disso, é um ótimo ouvinte, e, graças à sua inteligência – uma das mais avançadas do mundo – consegue dar atenção exclusiva a cada um de seus pupilos, prestando atenção em suas necessidades e limitações. Seus 18 milhões de alunos ao redor do mundo (1,5 milhão só no Brasil) o chamam simplesmente de “Coach”.

[...] **“Parece que ele sabe tudo sobre nós”**, diz a psicóloga Ana Agostini, que treina há dois anos com o auxílio do aplicativo.

E sabe mesmo. O sistema de *machine learning* do Coach foi desenvolvido por um time multidisciplinar que recorreu a pesquisas de última linha no campo da psicologia para estabelecer padrões de comportamento. Se o usuário for realista na hora de delimitar seus objetivos e verdadeiro ao dar feedbacks sobre seus resultados, O Coach estará pronto para fazer sua parte. “A partir de um sistema de probabilidades, conseguimos ter uma boa noção de como o usuário vai reagir diante das instruções do

Coach”, explica Hapsgiel (GRUPO ABRIL, 2017, documento eletrônico, grifo nosso).⁷³

Notadamente, para “saber tudo sobre nós” e para “ser uma das inteligências mais avançadas do mundo”, o algoritmo precisa de dados. Retomamos esse tema no início deste tópico para, posteriormente, apontar que essa onisciência envolve outros algoritmos. Conforme Deborah Lupton (2016c) aponta em um dos títulos de suas obras, no contexto da *dataveillance* (vigilância de dados), você é seus dados. Logo, o algoritmo baseado em inteligência artificial precisa de você. Este panóptico digital demanda destacar que, independentemente da vontade de se mostrar, da predisposição em ceder os dados, há captura. Os dados coletados não se limitam às informações conscientemente disponibilizadas pelo usuário, relativamente a características pessoais e dos treinamentos.

Por outro lado, os mediadores sugerem que os usuários se mostrem, o que ficou evidente ao discutirmos o imperativo da espetacularização *fitness*, no capítulo anterior. Para o momento, vale demonstrar a ação dos algoritmos da rede de internet, de modo geral. Ao realizar determinada postagem, ou mesmo durante a simples navegação pela internet, há captura de dados, não necessariamente por parte da Freeletics. O ponto central dessa discussão, a ser retomado após exibirmos mediadores que fazem com que tais dados sejam captados, é que se o algoritmo da Freeletics “sabe tudo sobre nós”, os demais algoritmos da internet sabem muito mais e, assim sendo, sabe também tudo o que queremos.

De fato, na maioria das vezes, assumimos diversos compromissos sem a devida ciência. Ou melhor, sequer conhecemos as funções primárias dos dados que dispomos. No caso da Freeletics, acreditamos ser somente em torno da prescrição de exercícios físicos adequados ao nível de treinamento do usuário. Contudo, a análise algorítmica de *big data* vai além. As “letras miúdas” nas quais, sem ler, clicamos em “concordar”, preveem coleta, processamento e uso de dados de diferentes ordens, conforme atestam os seguintes recortes de diferentes trechos da política de privacidade:

Nós usamos o HealthKit Framework da Apple (Apple Inc., 1 Infinite Loop, Cupertino, CA 95014, USA; “Apple”), que fornece um local central de armazenamento de dados de saúde e fitness no iPhone e no Apple Watch e, com o consentimento expresso do usuário, permite que os aplicativos se comuniquem com o HealthKit Store para acessar e compartilhar essas informações.

[...]

Usamos o Google Fit, do Google (Google Ireland Limited, Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlanda; “Google”), que fornece um local central de armazenamento de dados sobre saúde e condicionamento físico em seu telefone Android e, com a

⁷³ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/o-personal-trainer-mais-popular-do-pais-nao-e-humano/>. Acesso em: 12 abr. 2020.

permissão expressa do usuário, os aplicativos se comunicam com o Google Fit para acessar e compartilhar esses dados.

[...]

Nós utilizamos o serviço Google Analytics do Google Ireland Limited (Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlanda) para analisar os visitantes do nosso site.

[...]

Usamos o serviço Amplitude em nosso site para obter análises comportamentais em aplicativos.

[...]

Nossos aplicativos e site são analisados com tecnologias da AppsFlyer Inc. (111 New Montgomery St, San Francisco, CA 94105, United States).

[...]

Em nosso site, utilizamos o "Taboola Pixel", da Taboola Germany GmbH (Alt-Moabit 2, 10557 Berlim), que nos permite entender as interações dos usuários com o nosso site e otimizar nossas campanhas de marketing em relação a medidas desejadas e úteis.

[...]

Nós utilizamos os serviços de marketing e remarketing do Google Ireland Limited (Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlanda) em nossos apps para exibir anúncios de forma mais orientada que despertam o interesse de usuários.

[...]

Nós utilizamos os "pixels de ação do visitante" do Facebook Inc. (Menlo Park, California) em nosso site para monitorar o comportamento do usuário após o mesmo clicar em um anúncio do Facebook e ser redirecionado para o site no provedor.

[...]

No contexto da publicidade online baseada em uso, o produto Audiências Personalizadas do Facebook (Audiências Personalizadas do Facebook 1601 S. California Avenue, Palo Alto, CA, 94304) também é usado no site.

[...]

Nos nossos aplicativos, usamos os serviços de redirecionamento da Rmerge GmbH (Oranienburger Strasse 27, 10117 Berlin) que nos permitem exibir publicidade personalizada baseada nos interesses ou preferências dos nossos usuários, bem como para analisar o desempenho de campanhas publicitárias.

[...]

No contexto da publicidade online baseada em uso, o produto Audiências Personalizadas do Snapchat (Snap Group Limited, 7-11 Lexington Street, London W1F9AF, Grã-Bretanha) também é usado no site.

[...]

Usamos o serviço do Firebase da Google Ireland Limited (Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlanda) para obter análises comportamentais em aplicativos. Usamos essas informações para ver como os usuários interagem com nosso website e aplicativo.

[...]

Em nosso site e em nossos aplicativos, os dados são coletados e armazenados, a partir dos quais são gerados usando perfis de usuário com pseudônimos para análise da web (FREELETICS, 2020a)⁷⁴.

Vale destacar que o aplicativo Freeletics possui uma versão gratuita, com recursos limitados. Considerando o investimento das empresas evidenciadas na citação anterior sobre os dados de uso, o argumento de que determinada versão é gratuita pode ser discutido. No âmbito da cultura *fitness* digital, na medida em que se usa, que se tem acessos, que dados são captados, alguém lucra. Em alguns casos, portanto, o lucro é justamente os dados e não propriamente o valor que se paga pelo acesso. Uma frase produtiva para materializar essa argumentação,

⁷⁴ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/pages/privacy/>. Acesso em: 28 out. 2019.

segundo Pariser (2012, p. 25), é de Andrew Lewis, com o pseudônimo Blue_beetle, no *site* MetaFilter: "Se você não está pagando por alguma coisa, você não é o cliente; você é o produto à venda"⁷⁵. Nesse caso, seus dados são o produto; seriam, você, seus dados?⁷⁶ Assim, tem-se o argumento de que nossos dados são a *commodity* contemporânea e inauguramos, nesta tese, o debate do valor dos dados para além da prescrição de exercícios físicos.

De fato, essa captura de dados não ocorre somente por meio do uso do aplicativo em si, seja ele em versão limitada ou completa. Ao constituir-se como narrativa transmídia, identifica-se sua capilarização em outras mídias sociais – como o próprio grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa a maior parte da empiria desta análise. Mais do que isso, possui conectividade direta (*link*) com o Facebook e o Instagram, conforme apresentado anteriormente ao delinear o panóptico digital. Vale reiterar que a postagem no *feed* do Freeletics, vinculado ao Google Fits, é obrigatória para registrar o treinamento realizado, e o compartilhamento, nessas demais mídias, opcional.

A seguir, apresentamos alguns dados empíricos em que mediadores sugerem o uso de diferentes mídias. A primeira reporta uma captura de tela da preparação da postagem do treinamento (Figura 19).

⁷⁵ Frase na versão em inglês: "*If you're not paying for something, you're not the customer; you're the product being sold*".

⁷⁶ Vale reiterar o texto de Deborah Lupton (2016c), cujo título principal é "You are Your Data: Self-tracking Practices and Concepts of Data" (Você é seus dados), bem como o livro *The Quantified Self*, cujo quarto capítulo é "You Are Your Data: Personal Data Meanings, Practices and Materialisations" (LUPTON, 2016b).

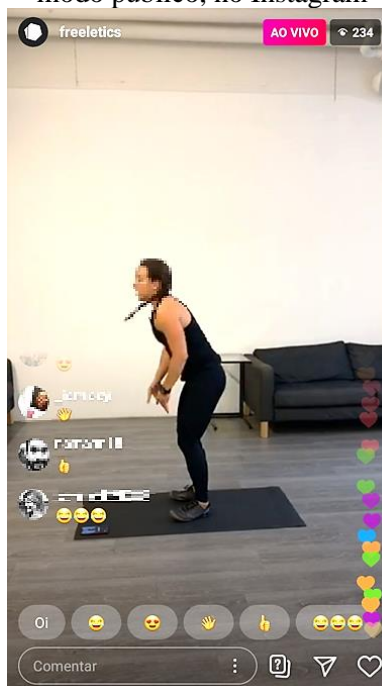
Figura 19 – Captura de tela do aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset, com funcionalidades que preparam a postagem para salvar (e publicar) o treino



Fonte: Aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset – uso próprio.
Acesso em: 14 abr. 2020.

A imagem da Figura 19 apresenta *affordances* que preparam a publicação após o treino e possibilita a publicação automática em outras mídias. O quadro preto no centro da imagem é o local para inclusão de uma imagem, caso seja de interesse do usuário. A postagem é automaticamente efetivada no *feed* do próprio Freeletics. Caso o usuário ative o compartilhamento em outras mídias, que constam no canto inferior da tela, a imagem gerada é replicada. Na Figura 20, vislumbra-se uma captura de tela em que se torna evidente a promoção de *lives* (transmissões *on-line*, em tempo real) na mídia Instagram, pela conta pública de Instagram oficial da Freeletics.

Figura 20 – Captura de tela de uma *live* realizada na conta oficial da Freeletics, em modo público, no Instagram



Fonte: Conta pública de Instagram da Freeletics, 2020.

Acesso em: 19 maio 2020.

A estratégia de promoção de *lives* no Instagram, em que um dos Embaixadores realiza exercícios a serem replicados pela audiência, demonstra que esse tipo de prática não exige a necessidade do uso do *personal trainer* digital. Pelo contrário, é um meio de divulgar a Freeletics. Por vezes, essa *live* é realizada por duas pessoas, de empresas distintas, o que potencializa a possibilidade de quem é seguidor de uma delas, passar a também ser da outra.

Trata-se de uma estratégia recente e, para que o usuário tenha acesso, é necessário ter uma conta na mídia social em questão, aspecto que destacamos para a análise nesse momento. Além disso, a seguir, apresentamos informações contidas na descrição de um vídeo em que um *youtuber*, que possui popularidade justamente pela apresentação de conteúdo na área *fitness*, apresenta o *how to* (como usar) o aplicativo da Freeletics.

[...]

De cara quando você entra no app ele sugere que você adicione seus amigos, eu aconselho que você faça o sincronismo com os contato[s] do Facebook. O Freeletics também é uma comunidade virtual onde você e seus amigos podem ver o que cada um está treinando, assim um vai poder motivar o outro, seja com disputas ou com o “clap-clap”, gíria utilizada fora do país e aqui no Brasil é como se fosse um toque de mãos após realizar com êxito um treino.

[...] (Canal de YouTube No Corre, 2020).

Esses dados empíricos revelam alguns dos modos pelos quais os usuários são convidados a ingressar e, automaticamente, dispor os próprios dados em outras mídias. De certo modo, é uma forma relevante de *marketing* da empresa, considerando que assim é possível atingir pessoas que sequer conhecem a Freeletics, bem como produzir engajamento dos já adeptos. Contudo, no momento em que outras mídias são acionadas, diversos algoritmos também operam.

Lupton (2016b) chama a atenção para os aplicativos e as plataformas que possuem a função *self-tracking* e são mídia social ao mesmo tempo. Usa o exemplo do aplicativo PumpUp. Semelhante ao aplicativo Freeletics, possui *links* que possibilitam (e sugerem) aos usuários a postagem de imagens de vários aspectos: dos treinamentos, da alimentação saudável e do próprio progresso. Esses recursos proporcionam captação de mais dados, por parte de algumas empresas. Nesse sentido, duas características sobressaem: 1) o valor de uso dos dados; 2) as consequências da navegação pela rede, provocada por essas *affordances*.

Em certa medida, alguns comportamentos são fabricados em consequência da análise algorítmica dos dados gerados pelo usuário e, ao mesmo tempo em que consta a navegação pela rede, enquanto um desses comportamentos, as bases de dados são retroalimentadas. Isso produz um valor especial para esses dados, tidos como *commodities*, portanto, adquirindo valor, como exploraremos aqui, sendo preciosos para as ações de *marketing*, por exemplo.

Uma forma relevante de alimentar esses algoritmos são os *cookies*. Não por acaso tem esse nome, um tipo de biscoito/bolacha. Vale dizer que as políticas de privacidade da Freeletics explicam, em 23 de maio de 2020, o que são *cookies*. Nos termos de uso, se torna expresso que eles são necessariamente captados, e que é possível permitir uma captação ainda maior, se autorizado pelo usuário, com o argumento de personalizar ainda mais o serviço. Logo, é oportuno observar como aparece nas políticas de privacidade (FREELETICS, 2020a)⁷⁷.

Cookies e pixels de rastreamento

A fim de melhorar o nosso site e fazer o seu uso o melhor possível, usamos cookies. Cookies são pequenos arquivos de texto que são armazenados em seu computador quando você visita nosso site, que permitem a repetição de comandos no seu navegador. Os cookies armazenam informações, como sua configuração de idioma, a duração da sua visita ao nosso site ou os dados inseridos. Isso evita ter que inserir novamente todos os dados necessários toda vez que for usado. Além disso, os cookies nos permitem reconhecer suas preferências e alinhar nosso site com seus interesses. Com a ajuda de pixels de rastreamento em nossas, cada vez que carregamos nossa página, registramos a frequência com que nosso site é visitado e clicado, sem qualquer intervenção ou inferência em seu computador.

Se você quiser impedir que cookies de publicidade e desempenho sejam salvos, altere suas preferências de cookies abaixo.

⁷⁷ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/pages/privacy/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

A seguir, os *cookies* necessários – independentemente do consentimento do usuário:

Esses cookies são necessários para o site funcionar e não podem ser desativados.

Funcionalidade Permitida

Fornecer login seguro e autenticação do usuário após o login
 Acompanhamento de erros e relatórios
 Segmentação por preço e provedor de pagamentos com base no país
 Uso anônimo de user_id pela Newrelic
 Ativação de ferramentas de teste A/B e análise de dados
 Rastreamento de fluxo de compra, visualização de página no Twitter, Facebook, Google, Braze e/ou Pinterest

A seguir, os *cookies* opcionais – dependentes do consentimento do usuário:

Cookies de Desempenho e Cookies de Publicidade

Esses cookies nos permitem analisar o uso do site para que possamos medir e melhorar o desempenho. Eles também são usados por empresas de publicidade para veicular anúncios relevantes para seus interesses.

Funcionalidade Permitida

Ativação do Twitter e Facebook compartilhando botões no nosso Blog
 Anúncio personalizado nas nossas páginas e nas páginas de nossos parceiros

Notadamente, trata-se de um debate novo, no âmbito da vida fitness, mas não se restringe a esse público. Por esse motivo, vale ressaltar que as reflexões aqui apontadas não se direcionam restritivamente a usuários do *personal trainer* digital, mas a todos que acessam a internet – embora o recorte aqui se direcione à dimensão da vida *fitness*. Outro ponto importante é que diversos *sites*, ao serem visitados, solicitam permissão para armazenamento de *cookies*, que analisam os padrões de tráfego, não sendo uma exclusividade da Freeletics.

No que se refere ao direcionamento de conteúdos a partir dessa captação de dados, evidenciamos os argumentos de Eli Pariser (2012), ao tratar da “bolha de filtros” ou “filtro-bolhas” (*filter bubble*) – que representa, em parte, o que chamamos, no Brasil, de bolha social, porém retrita à cultura digital. Pode ser entendida como “espaço de bem-estar digital constituído por mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós” (PARISER, 2012, p. 14).

Em síntese, a bolha de filtros é a personalização da rede, onde praticamente só o que nos agrada aparece. Uma das consequências dessa personalização, por exemplo, ocorre quando realizamos busca por determinado produto, em um *site* de compras qualquer e, ao visitarmos

outros *sites* (que não esse de compras), algumas propagandas desse mesmo produto são mostradas. Os algoritmos entendem que há interesse no referido produto.

Em síntese, o autor detalha a ação de “filtros invisíveis”, aqui entendidos como algoritmos, que atuam em um processo de personalização da rede e geram algumas repercussões culturais, econômicas, políticas e sociais. Desconstrói o mito de que só a televisão é parcial e ideológica, e que a internet é democrática e transparente. Nesse sentido, vale destacar três características da bolha de filtros: 1) estamos “sozinhos” nela - isso inclui aspectos culturais e políticos, na medida em que o contraditório simplesmente não nos é apresentado; 2) seus filtros são invisíveis – ainda assim, exercem a função de mediadores e, portanto, pertinentes para a análise nesta tese; e 3) não optamos por entrar na bolha – a simples navegação pela rede, com as ferramentas nela inclusas, já tem como premissa a personalização (PARISER, 2012). Vale reiterar que a captura de dados, conforme descrito até aqui, é requisito para a personalização.

No escopo dessas três características, Pariser (2012) evidencia que cada *site*/rede social opera de modo diferente, ou seja, possuem filtros/algoritmos diferentes. O autor destaca o Google, em que “nós somos” o que clicamos, e o Facebook, em que “nós somos” o que compartilhamos. Nessa lógica, somos o que as bases de dados dizem sobre nós. Ainda atual, Pariser (2012) detalha alguns aspectos de como opera o algoritmo (filtro) do Facebook intitulado “EdgeRank”. Pela impossibilidade de vislumbrar tudo o que é compartilhado, visualizamos apenas o que é categorizado pelo algoritmo como mais “relevante”, em função de: 1) afinidade – quanto mais se interage com determinado usuário, mais conteúdo produzido por ele será mostrado; 2) tipo de conteúdo – para determinada pessoa, o conteúdo esportivo pode ser mais relevante, enquanto para outros pode ser o conteúdo musical; e 3) tempo – postagens mais recentes são mais relevantes. Desse modo, a bolha de filtros é efetivamente formada.

Em primeira análise, a equação é relativamente simples: quanto mais personalizada a rede é, mais efetiva será a publicidade e o *marketing*. Dado o grande volume de informações veiculadas na rede, que se configuram como *big data*, entendemos que os algoritmos exercem função importante: de fato, é preciso filtros para que possamos encontrar o que queremos. Imaginemos uma rede social em que buscamos adicionar uma amiga cujo nome é Maria. Possivelmente, haveria milhares de pessoas com o mesmo nome, mas a análise algoritma apresentaria primeiro aquelas que acessam na mesma região e que possuem amigos em comum. Aspecto semelhante ocorre em outros *sites*, para outros fins e em outras dimensões da vida. Por outro lado, cabe discutir algumas consequências, especialmente no âmbito da cultura *fitness* digital, a qual passamos a denominar **bolha fitness**.

Uma ressalva importante é que a bolha *fitness* é consequência do engajamento dos usuários na internet de modo geral, especialmente em mídias como Facebook, Instagram, YouTube, entre outras, com interesse por conteúdo *fitness* (independentemente de serem usuários do aplicativo Freeletics). Uma das formas de “provar” a existência dessa bolha *fitness* é observar o perfil das pessoas mais engajadas e adeptas de uma vida *fitness*. Não cabe mostrar o *feed* pessoal de algumas pessoas, mas, ao visitar o perfil de alguns usuários mais engajados, normalmente, há relativo padrão nas postagens (relativas a uma vida *fitness*), conforme discutimos na espetacularização *fitness*.

Contudo, esse padrão de postagens não nos permite afirmar que essas pessoas integram uma bolha *fitness* e que são, necessariamente, representativos das consequências em potencial a serem descritas mais à frente. Além disso, cabe também dizer que outras bolhas se constituem, direcionadas a pessoas que gostam de outras coisas. Nesse sentido, compreendemos que a bolha *fitness* deriva desse envolvimento e não representa uma ação em si. Portanto, cabe evidenciar justamente algumas dessas possíveis consequências.

Evidentemente, ou, *a priori*, nem tanto, haja vista a invisibilidade dos “filtros”, nossa análise da empiria, inspirada no trabalho de Pariser (2012), aponta que o enclausuramento na bolha *fitness* possui os seguintes custos em potencial: **1) constituição de uma predição informacional, que limita alternativas possíveis; 2) restrição da criatividade e do livre pensar; 3) obscurecimento do diferente (político-social-ideal-culturalmente), com a potencial produção de intolerância ao diferente.** Antes disso, vale reiterar que, para afirmar com precisão a existência da respectiva bolha, precisaríamos adentrar a rede de cada usuário. Dito isso, podemos, então, discutir cada um desses custos em potencial.

O primeiro custo em potencial, particularmente a **constituição de uma predição informacional, que limita alternativas possíveis**, tem por base o que Pariser (2012, p. 20) chama de “determinismo informativo”. Em síntese, trata-se do fato de que nossos rastros digitais condicionam o que veremos, gerando um ciclo vicioso de nós mesmos e, assim sendo, é mediador relevante na produção de determinados comportamentos. Embora, por vezes, um caráter mais determinista ocorra, compreendemos como predição informacional dada certa previsibilidade do que viria a ocorrer, ainda que esse, por vezes, seja realmente determinante. Inicialmente, apresentamos exemplos utilizados pelo autor:

Os estudantes das melhores universidades recebem ofertas direcionadas de empregos dos quais os estudantes de universidades piores nem sequer estão cientes. Os feeds pessoais de cientistas profissionais talvez tragam artigos sobre concursos dos quais os cientistas amadores jamais ficarão sabendo. Ao apresentar algumas possibilidades e

bloquear outras, a bolha dos filtros influencia nossas decisões. E, assim, molda a pessoa na qual nos tornamos. (PARISER, 2012, p. 102).

Nesses exemplos, o autor trata da oferta direcionada de oportunidades, mas, em outros casos, o determinismo é ainda mais incisivo: “Se soubermos (ou apenas suspeitarmos) que os compradores do livro *101 maneiras de consertar a sua pontuação de crédito* recebem limites mais baixos no cartão de crédito, vamos evitar comprar o livro” (PARISER, 2012, p. 108, grifo do autor). De fato, informações como a universidade em que determinada pessoa estuda; quem é cientista profissional; ou mesmo quem comprou o livro *101 maneiras de consertar a sua pontuação de crédito*, são facilmente captadas por algoritmos. Ora, uma instituição financeira, de posse desse banco de dados, provavelmente não aprovaria uma solicitação de crédito feita por essa pessoa.

Bancos de dados, especialmente a interrelação entre eles, podem indicar quais pessoas são mais suscetíveis ao convencimento e, até mesmo, quais horários, qual situação emocional, e qual *marketing* pode ser mais efetivo. Logo, em certos momentos, nos são mostrados conteúdos que podem induzir desde pequenas compras, à decisão relativa à escolha em eleições políticas. Os dados permitem traçar um perfil individual em relação a humor, gostos, desejos, predileções, medo, sofrimentos, entre outros aspectos.

Eu, por exemplo, quando tenho tempo disponível, vejo filmes em determinado *site*; possivelmente, nesses momentos, teria tempo para ver certas ofertas na internet. Quando tenho pouco tempo disponível, vejo vídeos curtos em outro *site*, período em que, provavelmente, não teria tempo para efetuar determinada compra. Quando ansioso, vejo determinados conteúdos; quando feliz, outros. Os algoritmos provavelmente sabem quais *sites* frequento e em que horários sou mais suscetível a determinado *marketing*; o que procuro e em que momento.

Obviamente, esse tipo de ação algorítmica também repercute na vida *fitness*. Já existem campanhas do tipo “medida certa”, nas quais empresas com uso de recurso do *self-tracking* monitoram os trabalhadores. Em artigo de notícias publicado por Siraj Dato, no *The Guardian*⁷⁸, em 2014, portanto, há mais de cinco anos, já havia empresas que faziam uso do *self-tracking* para acompanhar o sono e a prática de atividade física por seus trabalhadores – o que é uma forma, também, de aumentar a produtividade. Em outro artigo, publicado por Sven Tuzovic, no *The Conversation*⁷⁹, esse já mais recente – julho de 2019 – tem-se que empresas

⁷⁸ Por Siraj Dato, na revista *The Guardian*, com título “These companies are tracking the fitness of their employees”, em 17 de março de 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2014/mar/17/why-companies-are-tracking-the-fitness-of-their-employees>. Acesso em: 11 abr. 2020.

⁷⁹ Por Sven Tuzovic, na revista *The Conversation*, com o título “Treat or trick: we asked people how they feel about sharing fitness data with insurance companies”, em 7 de julho de 2019. Disponível em:

de saúde e de seguro de vida fazem uso de informações das tecnologias de *self-tracking* para a tomada de decisões. Outro exemplo possível é o aplicativo Mova Mais – Heartbit⁸⁰, em que os pontos conquistados mediante registro do exercício físico podem ser convertidos em produtos e serviços. Esse, contudo, parou de funcionar em janeiro de 2020⁸¹.

No âmbito da bolha *fitness*, tal determinismo pode ainda ocorrer pela análise de previsibilidade de acontecimentos. Pariser (2012) usa o exemplo da chuva. A chuva acontecerá, independentemente de sua previsibilidade de ocorrência ou não; o empregador ou o gestor de uma empresa de planos de saúde, por outro lado, será influenciado se, com base nos dados de *self-tracking*, o candidato à vaga de emprego tiver tendência a algum tipo de adoecimento, ou mesmo se já for acometido por algo, como uma arritmia cardíaca.

O segundo custo da bolha *fitness* consiste na **restrição do potencial de criatividade e do livre-pensar**. Trata-se de uma espécie de poda do pensamento. Vale dizer que a poda, feita em árvores, quando bem executada, pode promover um crescimento saudável; quando feita de modo incorreto, sua estagnação, ou morte. Em ambos os casos, direciona os caminhos para os quais a planta deve crescer e é nesse sentido que aqui é empregada em relação ao pensamento. A jardinagem envolve um processo artesanal, de afeto e criatividade, em que a poda faz com que a planta tome forma, relação esta que não condiz com a hiperaceleração que caracteriza a vida *fitness*, de modo geral. Na cultura *fitness* digital, esse processo normalmente é feito de modo automatizado, esvaziado, restrito; em última análise, produz pensamentos semelhantes e sujeitos genéricos.

Ora, se fosse possível consultar frequentemente o Mago Supremo da Marvel Comics, Doutor Estranho, que possui o poder de avançar no futuro e saber a probabilidade de ocorrência do desfecho que queremos em determinada decisão, refletiríamos acerca das probabilidades diversas, ou simplesmente tomaríamos a decisão com maior probabilidade de ocorrência do desfecho que queremos? Obviamente, os algoritmos não podem, com tanta precisão, dizer que a chance de os Vingadores vencerem a Guerra Infinita era uma, dentre 14.000.605 possibilidades, contudo, podem direcionar conteúdos com base nas possibilidades do que, provavelmente, gostaríamos de ver.

<https://theconversation.com/treat-or-trick-we-asked-people-how-they-feel-about-sharing-fitness-data-with-insurance-companies-119806>. Acesso em: 11 abr. 2020.

⁸⁰ Aplicativo Mova Mais – Heartbit, com *site* fora do ar, pois não mais existe. Disponível em: <https://heartbit.me/>. Acesso em: 12 out. 2019.

⁸¹ Heartbit: aplicativo que trocava exercícios por milhas parou de funcionar. Disponível em: <https://otrotamundos.com/2020/01/08/heartbit-aplicativo-que-trocava-exercicios-por-milhas-parou-de-funcionar/>. Acesso em: 11 abr. 2020.

Trata-se de um tipo de direcionamento que pode comprometer a criatividade e o livre-pensar, ao considerarmos que os algoritmos já indicam o melhor caminho a seguir. Ao apresentar praticamente apenas o que nos agrada, cada vez mais nos é mostrado “mais do mesmo”. Logo, de certo modo, ocorre uma terceirização da escolha, aspecto esse que se relaciona com conceito de *data driven*, aprofundado mais à frente, no capítulo 5, sobre Imperativo do autoconhecimento.

Um exemplo mais concreto é a opção por filmes. Diz-se que a produção das séries *House Of Cards* (2013) e *Stranger Things* (2016) considerou algoritmos em sua concepção. Com base nas escolhas dos usuários, a Netflix sabe o que seu público gosta: quais temas são mais visualizados; em que momentos é deixada de assistir determinada série; entre outras variáveis. Assim, segundo Sigiliano (2015, p. 94), os assinantes são também coautores; a autora reporta ainda a fala de Jonathan Friedland [ao citar Salon (2013)], diretor de comunicação da plataforma, bem similar ao argumento da psicóloga Ana Agostini sobre o aplicativo Freeletics: “[...]. Sabemos exatamente quem eles são”. Nesse cenário, a dimensão de restrição da criatividade e do livre pensar está, exatamente, no vislumbre apenas do que se gosta, que pode obscurecer outros possíveis, inclusive passíveis, de gostar, a exemplo do filme *Tempos Modernos* (1936), possivelmente não recomendado pelos algoritmos.

Essa complexa discussão pode ser sintetizada da seguinte forma: dentre diversas opções possíveis, a ação de algoritmos/filtros apresenta quantidade limitada, mas direcionadas por mecanismos de predição dos algoritmos, dentre as quais há ainda as consideradas mais apropriadas ao nosso perfil. Nesse sentido, torna a criatividade e o livre-pensar menos importante, especialmente na particularidade desses fins.

Partindo do pressuposto de que, para que a aprendizagem se concretize, o desconforto e a necessidade de repensar as próprias convicções são requisitos, a exclusão desses elementos, produzida pela “zona de bem-estar” criada com a personalização da rede, pode gerar uma espécie de miopia do pensamento. Já vivenciei situações de deslocamento para lugares diariamente orientado por GPS, em que, na eventualidade de não contar com essa tecnologia, simplesmente não sabia como chegar; tratava-se de uma certa terceirização do pensamento de escolha do caminho, que me fazia seguir no “piloto automático”.

Ao direcionar o debate mais específico da Freeletics, o Facebook torna-se pertinente, já que possui conectividade direta (*link*). A funcionalidade do “curtir”, por exemplo, filtra apenas o que é agradável, gerando um mundo “asséptico e bom” (PARISER, 2012, p. 134). Novas ideias são deixadas de lado, no que Parisier (2012, p. 135) chama de “síndrome do mundo bom”. Ao curtir uma postagem, mensagens mais emotivas são perpetuadas, de um certo “mundo

emotivo”, enquanto aquelas do “mundo mau”, ainda que pedagogicamente possam ser interessantes, são silenciadas (PARISER, 2012). A propósito, a captura de dados de usuários da página do Facebook, do aplicativo, está prevista nas políticas de privacidade, no *site* da Freeletics:

Ao utilizar a página do Facebook, os seguintes dados pessoais serão coletados para fins de comunicação com os usuários e publicidade para o público-alvo:

- interações dos usuários (postagens, curtidas etc.)
- cookies do Facebook
- dados demográficos (p. ex., com base na idade, local de residência, idioma ou sexo)
- dados estatísticos sobre interações dos usuários de forma agregada, isto é, sem referência pessoal (p. ex., atividade de página, visitas à página, visualizações de página, curtidas, menções, postagens, vídeos, assinaturas de página, incluindo origem, horários do dia) (FREELETICS, 2020a)⁸².

Conforme observamos, a análise algoritma de dados dos usuários do *personal trainer* digital no Facebook está previsto na política de privacidade, o que fomenta a bolha *fitness*. Byung-Chul Han, ao ser entrevistado por Carles Geli, em artigo publicado no *El País*, em 2018, diz que o indivíduo vive “no deserto, ou no inferno, do igual”⁸³. Obviamente, há sempre subjetividade e modos de resistência que escapam, mas essa tradução nos permite pensar que, ou estamos desconectados, e, assim, vivemos no deserto, desconectados da rede, ou vivemos a personalização, que mostra exatamente quem somos. A “síndrome do mundo bom”, ou o “inferno do igual”, nos mantêm menos expostos a contextos que possibilitam alguma descoberta, algo novo. Isso repercute, ainda, no terceiro custo: **o obscurecimento do diferente (político-social-ideal-culturalmente), com a potencial produção de intolerância ao diferente**. Pariser (2012, p. 9) também apresenta argumentos nesse sentido:

Por definição, um mundo construído a partir do que é familiar é um mundo no qual não temos nada a aprender. Se a personalização for excessiva, poderá nos impedir de entrar em contato com experiências e ideias estonteantes, destruidoras de preconceitos, que mudam o modo como pensamos sobre o mundo e sobre nós mesmos.

Na leitura de Han (2017), esse mundo construído a partir do que é familiar, é premissa da hiperaceleração contemporânea. Conforme já apresentado no capítulo anterior (O imperativo da espetacularização *fitness*), o autor usa a metáfora da passagem da adição para a narração

⁸² Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/pages/privacy/>. Acesso em: 28 out. 2019.

⁸³ Por Carles Geli, na revista *El País*, em 7 de fevereiro de 2018, com título “Byung-Chul Han: “Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização”. Essa frase, no artigo publicado em inglês na mesma revista, é: “The desert, hell or sameness”. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html. Acesso em: 11 abr. 2020.

como característica do que denomina de sociedade da transparência. Nesse argumento, a adição é considerada transparente, destituída da hermenêutica ritualística e cerimonialista da narratividade. O ritual e a cerimônia dependem de ritmo e cadência, por isso é problemático pular etapas. Destaca que o processador é transparente, justamente por operar de modo puramente aditivo e, portanto, acelerado. Com base nessas premissas, o autor alerta para certa passagem de uma “consciência pública”, para uma privatização do mundo. Na versão de seu livro em português de Portugal, o autor argumenta:

As mídias sociais e sites de busca constroem um *espaço de proximidade* absoluto onde se elimina o *fora*. Ali encontra-se apenas o si mesmo e os que são iguais; já não há mais negatividade, que possibilitaria alguma modificação. Essa *proximidade digital* presenteia o participante com aqueles setores do mundo que lhe *agradam*. Com isso, ela derruba [derruba] o caráter público, a consciência pública; sim, a consciência *crítica*, privatizando o mundo. A rede se transforma em esfera íntima ou zona de conforto. A proximidade pela qual se elimina a distância também é uma forma de expressão da transparência.

A tirania da intimidade psicologiza e personaliza tudo, e até mesmo a esfera política não escapa desse processo. Assim, os políticos não são avaliados por suas ações. Seu interesse está voltado para a pessoa, o que provoca neles coerção por encenação. A perda do caráter público deixa atrás de si um vazio onde se derramam a intimidade e as estâncias [instâncias] privadas. No lugar do caráter público entra a publicização da pessoa; o público se transforma em espaço de exposição, afastando-se cada vez mais do espaço do agir comum. (HAN, 2017, grifo do autor, documento não paginado).

Nesse contexto, os acontecimentos são efêmeros; não há tempo para reflexão, pensamento crítico em relação ao diferente, justamente por estar na contramão da hiperaceleração. Logo, a bolha *fitness* apresenta também um certo “padrão de beleza”, ainda que no contexto contemporâneo a figura do diferente seja parcialmente cooptada, na forma do exótico. Entendendo esse padrão como instável e resultante de elementos culturais, econômicos e históricos, torna-se oportuno fomentar a compreensão de que coexistem diferentes modos de vida e composição corporal, haja vista a potencial intolerância engendrada pelo efeito de algoritmos, que muitas vezes limitam o que nos é mostrado a certo padrão.

Além desses três destaques em relação à bolha *fitness*, vale discutir o mito de que a internet acabou com os impérios de dominação do poder centralizado na televisão e em jornais de grande circulação. De fato, houve uma “desintermediação”, uma descentralização da informação de determinados meios de comunicação no sentido da periferia. Um contato relativamente direto com o músico, o comércio, a notícia, produzida por *pessoas comuns*, com uso da mídia. Uma contradição etimológica, se considerarmos o termo mídia como “meio”, na medida que, em tese, gera essa não mediação entre o conteúdo e grandes meios de comunicação. Pariser (2012) evidencia, contudo, que não se trata propriamente de uma desintermediação, mas da ação de novos mediadores invisíveis (os algoritmos). Assim sendo, apesar de ter ocorrido

uma democratização dos meios de comunicação, não são propriamente os usuários que os detêm.

A dinâmica da personalização, ao mesmo tempo em que reduz intermediários (televisão, por exemplo), dando liberdade ao usuário na postagem de modo periférico, aproximando fãs de ídolos, faz com que o poder seja exercido pelas mãos de uns poucos conglomerados corporativos, como a Google. Isso evidencia uma não neutralidade da internet, conforme argumenta Pariser, nos trechos a seguir:

Se todos soubéssemos tudo sobre todos os outros, seria uma coisa; no entanto, algo muito diferente ocorre quando entidades centralizadas sabem muito mais sobre nós do que nós sabemos uns sobre os outros - e, às vezes, mais do que sabemos sobre nós mesmos. Se conhecimento é poder, assimetrias de conhecimento são assimetrias de poder. (PARISER, 2012, p. 131–132).

A tentativa de saber o máximo possível sobre seus usuários tornou-se a batalha fundamental da nossa era entre gigantes da internet como Google, Facebook, Apple e Microsoft. Como me explicou Chris Palmer, da Electronic Frontier Foundation: “Recebemos um serviço gratuito, e o custo são informações sobre nós mesmos. E o Google e o Facebook transformam essas informações em dinheiro de forma bastante direta”. Embora o Gmail e o Facebook sejam ferramentas úteis e gratuitas, também são mecanismos extremamente eficazes e vorazes de extração de dados, nos quais despejamos os detalhes mais íntimos das nossas vidas. O nosso belo iPhone novo sabe exatamente onde estamos, para quem ligamos, o que lemos; com seu microfone, giroscópio e GPS embutidos, sabe se estamos caminhando, se estamos no carro ou numa festa. (PARISER, 2012, p. 12).

Ainda no que concerne à bolha *fitness*, vale destacar alguns modos de resistência. A descrição acerca de como ela é formada, bem como o modo de operar, pode sugerir que não há como fugir dela, como se fossemos um “peixe no aquário”. De fato, o debate acadêmico acerca de alternativas a esse enclausuramento ainda é tímido e merece maior investimento, de modo que encontramos apenas textos não acadêmicos que tratam dessa questão (publicados em *sites/blogs* e não em periódicos científicos). As sugestões contidas nesses textos são bem semelhantes, e envolvem ações como evitar bloquear pessoas de pensamentos diferentes; usar plataformas que não capturam muitos dados (como a “janela anônima” do navegador); usar distintas fontes para buscar informações; desconfiar das informações, ao evitar fontes duvidosas; e estar atento a opiniões fora das mídias sociais⁸⁴.

⁸⁴ Informações encontradas nos seguintes textos: 1. Blog *Internet de Fibra*, com título “Saiba como sair da bolha e acessar mais conteúdo na web”. Disponível em: <https://www.tca.com.br/blog/saiba-como-sair-da-bolha-e-acessar-mais-conteudo-na-web/>. Acesso em: 27 dez. 2020; 2. Por Claudio Yuge, no *site* TecMundo, com o título: “Como fugir da “bolha” do Facebook”, em 6 dez. 2016. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/facebook/112450-fugir-bolha-facebook.htm>. Acesso em: 27 dez. 2020.

O debate acerca da captura de dados também se aplica às tecnologias *self-tracking*, muito presentes na vida *fitness*. Lupton (2016b) indica que apenas uma pequena parte dos dados coletados é acessível aos usuários monitorados. Logo, defende a necessidade de conhecimento da população acerca do uso de seus próprios dados. Denomina a prática em que os usuários não sabem onde seus próprios dados são armazenados e para que fins são usados como um eu rastreado por outros ("*tracking of the self by others*") e não um autorrastreamento (sentido original de *self-tracking*) (LUPTON, 2016b, não paginado). Logo, o argumento reproduzido na epígrafe de abertura do capítulo, ao arguir que “nós sabemos quem você é” passa a fazer mais sentido.

De fato, é comum não lermos as políticas de privacidade, nas quais normalmente são indicados onde estão e o que será feito com os dados. Por outro lado, entende-se que não há muitas saídas. a não ser se submeter a elas. Além disso, Mayer-Schönberger e Cukier (2013) alertam para os casos em que as informações são utilizadas por terceiros, para além dos fins primários (previstos nessas políticas). Ou seja, além de não conhecermos todos os “fins primários”, os dados são vulneráveis. Pode parecer exagero Pariser (2012, p. 12) dizer que o “[...] belo iPhone novo sabe exatamente onde estamos, para quem ligamos, e o que lemos [...]”. Em parte, talvez até seja. Contudo, o fato é que há exemplos que demonstram a vulnerabilidade dos dados pessoais, que deveriam ser privados.

Nesse sentido, temos exemplos, como a incógnita que permeia a suposta influência da Cambridge Analytica, em algumas eleições presidenciais, incluindo o uso de plataformas digitais como o Google, Snapchat, Twitter, Facebook e YouTube; ou mesmo o suposto uso de *fake news* no último pleito eleitoral presidencial brasileiro, em 2018. Há, ainda, exemplos especificamente vinculados aos aplicativos *fitness*, embora de menor repercussão. Um deles foi o vazamento de informações de aproximadamente 150 milhões de usuários do aplicativo MyFitnessPal, da empresa Under Armour⁸⁵. Outra notícia reportou compartilhamento de imagens por usuários via Strava, que possivelmente comprometeu bases militares secretas e a rotina dos militares de vários países⁸⁶.

Vulnerabilidade diz respeito a falhas no sistema e/ou invasores que venham a tomar posse de dados para fins escusos. Vale destacar que, no caso da Freeletics, em consonância com

⁸⁵ Artigo intitulado *Hackers steal data of 150 million MyFitnessPal app users*, publicado no jornal *The Guardian*. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/30/hackers-steal-data-150m-myfitnesspal-app-users-under-armour>. Acesso em: 11 abr. 2020.

⁸⁶ Por Andrew Liptak, com o título: “Strava’s fitness tracker heat map reveals the location of military bases”, publicado em 28 de janeiro de 2018, no portal *online* de notícias The Verge. Disponível em: <https://www.theverge.com/2018/1/28/16942626/strava-fitness-tracker-heat-map-military-base-internet-of-things-geolocation>. Acesso em: 11 abr. 2020.

a legislação vigente, as políticas de privacidade contêm detalhes sobre como os dados dos usuários são utilizados. Além disso, diversos mecanismos de proteção são adotados, como o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) europeu. Há, ainda, a legislação particular de cada país, como é o caso do Brasil, onde temos a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), de 2018. Notadamente, o uso de meios ilegais para beneficiar políticos, gerar *fake news*, ou até mesmo com fins bélicos, como exposto anteriormente, contraria a legislação da área. A propósito, no Brasil, o polêmico Projeto de Lei 2.630/2020 (Lei das *Fake News*) foi aprovado pelo Senado em 30 de junho de 2020.

Neste capítulo, compreendemos que o imperativo da datificação de si engloba mediadores que operam em ações relacionadas ao *ser self-tracker*. Na medida em que as pessoas convertem informações sobre si mesmo em dados, os mediadores reformulam os modos pelos quais a própria vigilância acontece: o modelo representado pelo panóptico, sob a égide de um olho central que tudo vê; passa a ocorrer no âmbito da vigilância de dados, em que cada um controla a si mesmo e aos outros. Além disso, como discutido nesse tópico, o ato de acessar outras mídias, como o Facebook, Instagram, ou a navegação pela internet, de modo geral, aciona outros algoritmos, além do *personal trainer* digital, com a potencial constituição do que chamamos de bolha *fitness*.

Nesse sentido, entendemos que a datificação de si é requisito para fazer a “roda girar”, especialmente a inteligência artificial do *personal trainer* digital, apesar de, agora sabermos, potencialmente constituir uma bolha *fitness*. Esse debate toma, no mínimo, dois caminhos (que se materializam nesta tese como os próximos dois capítulos): um que envolve um comprometimento consigo mesmo, ao sugerir que o usuário seja mais forte que sua melhor desculpa – o imperativo do desempenho *fitness*; e outro, que envolve um estudo de si através dos números, em busca por aprimorá-los, ao sugerir que o usuário seja sua melhor versão – o imperativo do autoconhecimento.

4 IMPERATIVO DO DESEMPENHO *FITNESS*: SEJA MAIS FORTE QUE SUA MELHOR DESCULPA

[...] Em média, uma sessão de exercícios dura 15 minutos diários, ou 1% do dia, e pode ser feito em qualquer lugar, o que diminui as chances - e as desculpas - de você se desmotivar. Treinando de 3 a 5 vezes por semana, os usuários alcançam seus objetivos em cerca de 15 semanas. "Está comprovado que o corpo continua queimando calorias até 48 horas depois dos exercícios físicos de alta intensidade. Por isso, mesmo com treinos curtos e intervalados, o usuário consegue ter uma grande transformação corporal, até quando não está treinando", explica a nutricionista, Fabiana Dias Bellão.

A motivação dos usuários para enfrentar o desafio fica a cargo de um sistema de gamificação e rede social interna. A cada desafio alcançado e melhora de desempenho, o usuário ganha pontos que são adicionados em um ranking. Ainda é possível fazer uma disputa consigo mesmo no modo "ghost", onde o usuário é estimulado a bater seus números atuais. [...] ⁸⁷.

Fazer com que as pessoas se disponham a aprimorar seu desempenho *fitness* é central, na proposta do *personal trainer* digital, tanto é que os usuários são denominados “atletas livres”. Possui características peculiares, apresentadas na epígrafe anterior. Uma delas é a ubiquidade, já que os exercícios podem ser feitos a qualquer hora e em “qualquer lugar”, até porque o *personal trainer* digital está disponível 24 horas por dia. Outra é a gamificação, já que o usuário possui sempre uma meta, um novo desafio a ser conquistado, em que pontos “são adicionados em um ranking”.

Por fim, a glorificação do sacrifício de se submeter à realização de “exercícios físicos de alta intensidade”, na medida em que essas conquistas são compartilhadas na “rede social interna” e também em outras. Portanto, os mediadores que operam nas ações analisadas neste capítulo transitam por esses três elementos: **ubiquidade e pressão por desempenho, gamificação da vida fitness e glorificação do sofrimento**. Logo, diante do objetivo de analisar como o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*, identificamos que *ser mais forte que sua melhor desculpa* é um ponto de confluência, alicerçado aqui no que denominamos **imperativo do desempenho fitness**.

Vale lembrar que, no capítulo 3 (O imperativo da datificação de si), apontamos como fruto dessa transformação de si em dados, dois caminhos que se entrecruzam: o que chamamos de bolha *fitness*, já discutida, considerando que a ação dos algoritmos ultrapassa a dimensão da prescrição de exercícios físicos realizada pelo *personal trainer* digital e, um segundo caminho,

⁸⁷ Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/ia-gamificacao-e-machine-learning-como-um-app-virou-o-personal-trainer-mais-popular-do-brasil.8e58e66211733bb8354a6c7cfb2afc8daaghxpqy.html>. Acesso em: 19 ago. 2020.

aqui discutido, que diz respeito ao apagamento da dimensão espaço-temporal, fruto do contexto ubíquo, gera uma pressão (principalmente de si para consigo) por desempenho, na qual o ser *fitness* passa a não ter mais hora nem lugar, gerando o que denominamos, nesta tese, de culpabilização *fitness*. No contexto da pandemia provocada pelo novo coronavírus, essa dimensão ganha ainda mais força, já que a academia se tornou a casa das pessoas; aspecto esse reforçado por meio da *hashtag* #*TreineEmCasa*. Constitui, portanto, o primeiro tópico de discussão deste capítulo.

Para isso, as formas de persuasão possuem deslocamento significativo na cultura *self-tracking*, de modo geral, inclusive no *personal trainer* digital em análise. Mecanismos tradicionais, como o combate ao sedentarismo, são reformulados, aparecendo de modo gamificado, assim como o desempenho *fitness* em si, para o qual propomos discursividade distinta do combate ao sedentarismo. Logo, o que denominamos gamificação da vida *fitness*, materializado em ações como atingir metas, ganhar pontuações, subir de nível, entre outros aspectos, são fomentados pelos mediadores que operam nas ações analisadas. Constitui, portanto, o segundo tópico de discussão deste capítulo.

Um movimento que, de certo modo, já era difundido afora a cultura digital, é o fato de não somente compreender que é preciso superar certos desafios, especialmente a dor, como também glorificá-los, os exibindo-os como se fossem troféus. Quanto mais difícil e sofrido, melhor, maior a conquista. Evidencia um forte comprometimento que, por vezes, assume certas características no sujeito empreendedor de si, que se materializam em *hashtags* como #*NoPainNoGain*. Denominamos esse processo de glorificação do sofrimento. Constitui, portanto, o terceiro tópico de discussão deste capítulo.

4.1 UBIQUIDADE E PRESSÃO POR DESEMPENHO: #TREINEEMCASA

Para melhor entendimento acerca da noção de ubiquidade aqui tratada, cabe retomar brevemente o debate da *dataveillance*, ou mesmo do panóptico digital. Nesse sentido, resgatamos a passagem da sociedade disciplinar para a sociedade do controle, apresentada em sucinto texto escrito por Deleuze (1992). A propósito, essa passagem que fundamentou a análise realizada por Fraga (2006), ao estudar práticas relacionadas ao discurso da vida ativa, vem também a inspirar nossa análise em práticas relacionadas à vida *fitness*.

Na sociedade disciplinar, o sujeito sempre está em algum “confinamento”, como a família, escola, o trabalho, entre outros grupos. No âmbito da sociedade de controle, essas fronteiras são relativamente rompidas (DELEUZE, 1992), o que dialoga com a cultura *fitness*

digital. No contexto deste estudo, por exemplo, é possível que, no intervalo do trabalho (“esfera” trabalho), o usuário tenha acesso ao *personal trainer* digital e, assim, realize seus exercícios físicos (“esfera” *fitness*); enquanto cumpre o treino, visualizando os exercícios por meio de *smartwatch*, converse com algum familiar (“esfera” família). Logo, ocorre um borramento dessas esferas.

No âmbito da cultura *self-tracking*, dados como a quantidade de passos diários, independentemente de terem sido realizados durante o trabalho, ou o lazer, são registrados. Logo, nesse caso, a esfera *fitness* se encontra presente de modo ubíquo, esteja o indivíduo em atividade de trabalho ou lazer – assim sendo, não é uma “esfera”. Afora a cultura *fitness*, quem nunca esteve em uma viagem de lazer e respondeu a *e-mails* de trabalho? A propósito, no cenário da quarentena imposta pela pandemia do novo coronavírus, milhares de pessoas transformaram a própria casa em escritório, assim como a transformaram em academia. Após a quarentena, provavelmente, parte delas continuará com essa resignificação do domicílio.

Na particularidade do *personal trainer* digital, essa nova configuração implica um “apagamento” temporal (materializado no “treine qualquer hora”), e espacial (materializado no “treine em qualquer lugar”). Portanto, um apagamento espaço-temporal, no âmbito da cultura *fitness* digital. Byung-Chul Han, ao tratar do que intitula sociedade do desempenho, também diferencia a contemporaneidade da sociedade disciplinar proposta por Foucault (HAN, 2015). Na sociedade disciplinar, representada pela metáfora do Panóptico, o indivíduo é constantemente vigiado, submisso a normas e passível de punições, portanto, desse modo, é um sujeito de obediência – tendo a “negatividade” como base.

Por outro lado, na sociedade do desempenho, os sujeitos são empreendedores de si, em que a obrigação passa a ser substituída pela iniciativa e motivação própria, sendo, assim, mais produtivo – portanto, tendo a “positividade” como base. O sujeito empreendedor de si torna desnecessária uma cobrança externa. A seguir, apresentamos o relato de um dos Atletas Livres, publicado no *site* oficial Freeletics como forma de motivação. Elementos como a possibilidade de treinar em qualquer hora e qualquer lugar, bem como o comprometimento de si com relação aos treinos, sem qualquer cobrança externa, são evidenciados.

O que me atraiu de imediato para o Freeletics foi a ideia de que eu poderia treinar em qualquer lugar e a qualquer hora. Isso era ideal para alguém como eu, que tinha horários de trabalho tão variados. Eu queria **mudar por completo meu modo de vida** e precisava de algo sustentável para me ajudar a chegar lá. Meu objetivo era simples: me transformar na melhor versão possível de mim mesmo. Para mim, isso não significava alcançar um determinado peso, ou mesmo ter uma certa aparência. **Tudo o que eu queria era me sentir bem.** Eu sabia que se fizesse certo, se realmente me compromettesse, as mudanças físicas seriam um efeito colateral benéfico.

[...]

Eu mudei mais do que poderia ter imaginado desde o início da minha jornada com o Freeletics. Estou fisicamente mais forte e mentalmente mais confiante. Desenvolvi um enorme senso de compromisso. Não deixo de treinar, independente do clima, do meu horário de trabalho ou do que esteja acontecendo na minha vida pessoal. E em vez de fugir de um desafio, eu o encaro de frente. Eu amo o Freeletics porque não importa quanto eu consiga ser rápido ou forte, ele sempre me incentiva a conquistar mais para eu me tornar ainda melhor. Mas, o mais importante, o Freeletics tem me transformado em alguém de quem eu possa me orgulhar. (FREELETICS, 2020a, grifo nosso)⁸⁸.

Esse recorte demonstra certa cobrança, ou compromisso, assumido pelo próprio usuário sobre ele mesmo. Aponta ainda uma ideia de liberdade, considerando que é possível treinar em qualquer hora e qualquer lugar, não necessariamente em uma academia e em horário predeterminado. A noção de liberdade está impressa até mesmo no nome da empresa. Embora seja uma empresa alemã, o termo deriva de uma justaposição de duas palavras em língua inglesa: o *free*, no sentido de livre, mais *athletics*, que significa atleta, resultando na palavra Freeletics. Além disso, a expressão Atleta Livre, utilizada para representar seus usuários, também deriva da ideia de liberdade. Trata-se, portanto, de uma liberdade paradoxal.

Em análise mais profunda, podemos afirmar a existência de dois paradoxos: um deles, que diz respeito ao funcionamento da inteligência artificial, já que, para obter a liberdade, é preciso se “autorrastrear” (a datificação de si); e outro, agora identificado, que a liberdade é alcançada na medida em que a cobrança deixa de ser de um ente externo e, ao mesmo tempo, passa a ser de si para consigo mesmo. O sujeito é quem cobra de si, assim, simultaneamente, é vítima e algoz, com liberdade e coação consigo mesmo, e acaba por ser mais produtivo que a obediência (HAN, 2014, 2015). O sujeito da obediência (quando as ações são frutos de uma cobrança externa) passa a ser sujeito de desempenho (quando as ações são frutos de uma cobrança que se exerce de si para consigo); embora “livre”, fica preso em seguir na direção do desempenho *fitness*.

Um exemplo desse tipo de cobrança, na esfera do trabalho, são empresas como a Google Inc., eleita entre 2012 e 2017 como a melhor empresa para trabalhar nos EUA, segundo a revista *Fortune*⁸⁹. Em entrevista ao jornal *Valor Econômico*, vinculado ao Grupo Globo, Mônica Santos, então diretora do RH do Google, com base na conectividade, argumenta que:

Entre as coisas que a gente [enquanto empresa Google] prega e que a gente vivencia, passa pelo fato de que a gente acredita que você pode se divertir e trabalhar ao mesmo tempo. Acho que isso cria uma ruptura das pessoas que acham que você precisa estar de terno para ser sério, que você tem que estar no escritório para estar produzindo, que teu chefe tem que te ver. Eu acho que o mundo vem mudando, a gente tem a

⁸⁸ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/a-historia-do-gustavo/>. Acesso em: 28 maio 2020.

⁸⁹ Disponível em: <http://fortune.com/best-companies/google/>. Acesso em: 15 ago. 2017.

questão da mobilidade, da conectividade que permitem com que você trabalhe onde quer que você esteja. Você pode estar se divertindo e trabalhando sério, produzindo resultados, uma coisa não elimina a outra e eu acho que essa ideia e essa imagem é muito atraente para as pessoas pensarem que você pode no trabalho ser quem você é, você não precisa vestir uma máscara e fingir que você é alguém, ou que você tem valores que não são os seus. (SANTOS, 2014, grifo nosso).

Embora seja algo posto como inovador, o exemplo demonstra um pensamento que não é propriamente novo, haja vista que esse recorte da entrevista concedida por Mônica Santos foi publicado a cerca de seis anos (2014). Mais do que isto, evidencia a produtividade, inclusive na esfera do trabalho; da liberdade que se materializa como pressão de si para consigo; em detrimento da necessidade do “*chefe [que] precisa te ver*”⁹⁰. Situações como essa tendem a ser mais recorrentes, após modificações impostas pela pandemia mundial causada pelo vírus Covid 19, já que muitos passaram a trabalhar na própria casa, distante do “chefe”.

No exemplo em questão, no primeiro momento, a dimensão da produtividade não é posta em dúvida. Com a sensação de liberdade, o indivíduo explora a si mesmo. Essa noção paradoxal de liberdade, aparentemente, é mais produtiva. Se é mais ou menos estressante, ainda é uma incógnita, contudo Byung-Chul Han posiciona-se em relação a questões potencialmente patológicas: “A sociedade disciplinar ainda está dominada pelo *não*. Sua negatividade gera loucos e delinquentes. A sociedade do desempenho, ao contrário, produz depressivos e fracassados” (HAN, 2015, p. 24–25, grifo do autor).

Diante dessa generalização ousada proposta por Byung-Chul Han, vale o destaque que uma força motriz relevante da Freeletics é justamente a narrativa oposta à produção de fracassados, ou seja, a produção de “vencedores” – recorrente na cultura do empreendedorismo. Além disso, embora mereça atenção especial, a causalidade direta de que essa cobrança de si para consigo produz depressivos e fracassados, pode ser contestada na particularidade da cultura *fitness* digital, já que há evidências de que a prática de exercícios físicos produz efeito positivo na redução de níveis de depressão (CARTER *et al.*, 2016; JOSEFSSON; LINDWALL; ARCHER, 2014).

Por outro lado, entendendo a liberdade como o incentivo a ações individuais, no sentido de se responsabilizar consigo mesmo, o movimento de culpabilização do indivíduo é fortalecido, aspecto que pode pesar nessa suposta produção de depressão/fracasso. Logo, a relevante provocação de Byung-Chul Han demanda estudos em profundidade no âmbito da

⁹⁰ Essa fala revela ainda outra face do excesso de positividade, especialmente no recorte “Você pode estar se divertindo e trabalhando sério, produzindo resultados [...]”. No âmbito do *personal trainer* digital, se materializa com elementos de gamificação, a ser discutido no próximo tópico.

cultura *self-tracking* para se sustentar, não sendo ênfase desta tese. Por outro lado, amplia o olhar para esse recorrente binômio: vencedores-fracassados.

Grosso modo, esse binômio aproxima-se da noção de sujeito empreendedor de si que, por sua vez, ganha força no escopo de uma racionalidade neoliberal⁹¹ e na vida *fitness*. No âmbito da Freeletics, a campanha *dare to be free*, ou ouse ser livre (em tradução livre), representada também pela *hashtag* #DareToBeFree, sugere um investimento em si mesmo. A seguir, apresentamos trechos de artigos, em formato de entrevista, em que o CEO da Freeletics e um dos Embaixadores comentam sobre essa campanha, especialmente como entendem a dimensão da liberdade. Começamos, portanto, pelo relato de Daniel Sobhani, CEO do Freeletics:

Para mim, Dare To Be Free significa que você deveria dar um salto e experimentar como é deixar para trás as barreiras que você achava que existiam, mas que, **na verdade, só existem na sua cabeça**. Essa campanha está **te desafiando a destravar todo o seu potencial porque te livra de todas as desculpas que você pode usar para se proteger de fracassar**. Ela está criando um caminho onde não havia um. Isso é ser a sua melhor versão à sua própria maneira. Alcançar as suas metas independente do que a vida lançar no seu caminho.

[...] Nós acreditamos em encorajar e ajudar toda e qualquer pessoa aqui no Freeletics a destravar seu potencial. Para fazer isso, **precisamos dar a elas as condições necessárias para que elas possam florescer**, então nós nos apoiamos ao possibilitar tanta liberdade quando for possível. [...] (FREELETICS, 2020a, grifo nosso)⁹².

A seguir, apresentamos o relato de Jan Winter, Embaixador da Freeletics na cidade de Colônia, na Alemanha, sobre o que essa campanha significa para ele:

Eu me viciiei no Freeletics depois do meu primeiro workout - ele me desafiou como nada nunca havia me desafiado na vida e eu amei. Para mim, o Freeletics é como meditação. Me ensina muito sobre mim mesmo e eu aprendi muito sobre concentração e a conexão entre corpo e mente. No começo da minha jornada com o Freeletics, minha motivação foi querer me provar para as pessoas. **Mas logo ele me ensinou que a única maneira de eu me tornar a melhor versão de mim mesmo era treinando sozinho, por mim mesmo**. Eu ainda busco melhorar constantemente, sei que ainda posso crescer porque ainda não consegui dominar aqueles malditos Pistol Squats!

[...]

Para mim, a campanha Dare To Be Free significa não deixar que nada fique no caminho de uma vida saudável e significativa. Isso significa fazer compromissos, quando o assunto é atingir metas e ser feliz. Dia a dia, eu me esforço para **ousar ser livre do medo, das opiniões dos outros** e de qualquer limitação que eu encontre ao meu redor. Isso significa não deixar que nenhuma dessas coisas dite o caminho que eu vou seguir ou as metas que eu quero alcançar. Eu estou cercado de pessoas muito

⁹¹ Vale ressaltar que entender o (neo)liberalismo demanda aprofundamento conceitual e que a forma genérica aqui empregada não contempla todo esse debate.

⁹² Por Ellie, em 2019. “O que a campanha Dare To Be Free significa para o CEO do Freeletics, Daniel Sobhani?” Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/o-que-a-campanha-dare-to-be-free-significa-para-o-ceo-do-freeletics-daniel/>. Acesso em: 29 maio 2020.

positivas e tenho muitas aventuras, então acho que tive muito sucesso, mas sempre tem espaço para melhorar. (FREELETICS, 2020a, grifo nosso)⁹³.

Ambos os relatos, legitimados pela Freeletics já que se encontram publicados no *site* oficial, representativas tanto do pensamento do gestor, quanto de um usuário fortemente engajado (um Embaixador), apontam para uma cobrança que, de fato, é exercida preponderantemente de si para consigo mesmo. O CEO argumenta que as barreiras relatadas pelas pessoas para não praticar exercícios físicos, na concepção dele, existem apenas na cabeça dos usuários (no sentido de que podem ser facilmente superadas), bem como desculpas “para se proteger de fracassar”. Vale ressaltar que o “fracasso” é justamente o aspecto que, segundo Han (2015), a coação de si consigo mesmo, produz.

O Embaixador segue argumento semelhante, ao destacar que o aplicativo ensinou que a única maneira de se tornar sua melhor versão seria treinando sozinho, por conta própria (ainda que com orientação do *personal trainer* digital). Destacou que ousar ser livre seria desconsiderar o medo e a opinião dos outros (remetendo, mais uma vez, à individualidade e ao distanciamento de uma cobrança externa). A propósito, a questão do medo (aprofundada mais adiante), notadamente marcada pela negatividade, também é remoldada nessa relação de mobilização de pessoas para uma vida ativa.

Ora, toda essa noção que gira em torno da busca pela melhor versão de si, transita fortemente pela seguinte questão: Seria o usuário o culpado por não praticar exercício físico? Direcionada à cultura do sujeito empreendedor de si, teríamos a seguinte questão: Seria o usuário o culpado pelo próprio fracasso? Logo, a individualidade excessiva remete a pensar no conceito de culpabilização. A culpabilização, no entendimento aqui empregado, consiste na atribuição de culpa dentro de um contexto sobre o qual o indivíduo não tem controle. Integra uma conjuntura maior que suplanta a individualidade excessiva a outras dimensões da vida.

Em geral, no âmbito da cultura *fitness*, o argumento da culpabilização tem por base a assertiva de que o indivíduo não pratica exercícios físicos por opção própria, sendo, portanto, preguiçoso, displicente, descuidado; na cultura do empreendedorismo, um fracassado. Nesse sentido, exclui dessa equação variáveis como o acesso a espaços físicos de lazer e as condições socioeconômica e cultural; reduz a responsabilidade política do Estado.

Logo, dados os novos contornos, como sua reformulação desse movimento no seio da cultura *self-tracking* e da datificação de si, propomos a emergência de uma **culpabilização**

⁹³ Por Ellie, em 2019. “O que a campanha Dare To Be Free significa para um Embaixador Freeletics.” Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/o-que-a-campanha-dare-to-be-free-significa-para-um-embaixador-freeletics/>. Acesso em: 29 maio 2020.

fitness. De fato, um dos mediadores mais recorrentes em postagens vinculadas à Freeletics é a *hashtag* #NoExcuses, ou #SemDesculpas. Logo, percebe-se que diversos argumentos da culpabilização “tradicional” permanecem no contexto da cultura *fitness* digital; contudo, outros elementos são acrescidos.

Nesse sentido, um aspecto interessante é a “pesquisa nacional” realizada pela própria Freeletics, nos EUA, em apoio à campanha *Dare To Be Free*. Embora aspectos metodológicos, como a quantidade de pessoas abordadas, não tenham sido divulgados, são apresentados alguns destaques dessa pesquisa, publicada no *site* oficial Freeletics, em 2019. No caso, são exibidas as “dez principais descobertas”, bem como um resumido comentário sobre cada uma delas, que suprimimos nesse recorte. Os destaques, foram:

1. 42% dos americanos dizem que não têm tempo suficiente para treinar;
2. 56% perderam um workout porque estavam muito cansados;
3. Um terço dos americanos perderam uma sessão de treino porque o clima estava "muito ruim" (e 10% perderam porque o clima estava bom demais);
4. Menos de 30% consideram que treinar é conveniente;
5. 69 por cento acreditam que exercícios regulares ajudariam a cortar seus hábitos ruins;
6. 45% dizem que workouts que possam fazer em casa aumentariam suas chances de fazer exercícios;
7. 23% consideram que são velhos demais para fazer exercícios;
8. 20% não se exercitam porque é muito caro;
9. 22% não fazem exercícios porque não enxergam resultados;
10. 60% disseram que ficariam mais felizes se fizessem exercícios regularmente. (FREELETICS, 2020a)⁹⁴.

Os resultados apontam que as barreiras existem e que as pessoas de fato possuem problemas para realizar exercícios físicos. Logo, para uma vida *fitness*, não basta *ousar ser livre*. Com o intuito de conhecer a realidade brasileira, no que se refere ao acesso às atividades físicas e esportivas, uma ampla pesquisa, publicada em 2017, foi realizada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) (PNUD, 2017). Dada a amplitude desse levantamento, bem como a relevância de seus resultados no que se refere às iniquidades da prática de exercícios físicos, marcada pela profunda desigualdade social no Brasil, torna-se oportuno apresentar uma síntese de seus resultados. Entre pessoas com mais de 15 anos, os dados sugerem diferenças, ao considerar as variáveis renda, alguma deficiência, gênero, escolaridade, faixa etária e etnia.

De modo geral, quem mais pratica são pessoas com maior renda *per capita*, pessoas que declararam não ter deficiência, homens, de maior grau educacional, de menor idade, e

⁹⁴ Por Ellie, em 2019, com título “A Pesquisa Dare do Be Free do Freeletics”. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/a-pesquisa-dare-do-be-free-do-freeletics/>. Acesso em: 29 maio 2020.

branca (PNUD, 2017). Os que menos praticam são pessoas adultas, sem instrução, com deficiência e idosos (PNUD, 2017) – podemos simplesmente culpá-los pela não prática de exercícios físicos? Logo, torna-se oportuno a problematização tanto da culpabilização “tradicional”, quanto da culpabilização *fitness*.

No sentido de buscar superar algumas dessas barreiras, bem como de fomentar a ideia de que o usuário deve se responsabilizar consigo mesmo (“estar no controle”), algumas funcionalidades foram adicionadas ao *personal trainer* digital, como se observa no trecho de um dos e-mails recebidos:

Você no controle

A função Adapte a Sessão de Hoje é o recurso do Coach que permite alterar seu plano de treino diário com apenas alguns cliques. Personalize cada treino com escolhas como:

“Não tenho equipamento”

Complete um treino apenas com peso corporal nesse dia. Excelente para treinar em casa.

“Não posso correr”

Sue em uma sessão sem corridas, tiros curtos ou corridas intervaladas.

“Preciso treinar silenciosamente”

Faça um treino de baixo impacto, mas ainda de alta intensidade, que não inclua saltos. Perfeito se você não quiser incomodar seus vizinhos. (Fonte: *e-mail* pessoal recebido em 22 mar. 2020.)

De fato, se observarmos atentamente esse fragmento, o usuário encontra-se livre da necessidade de deslocamento para uma academia; de precisar praticar em determinado horário; de implementos de peso; de espaço amplo; e, até mesmo, de incomodar vizinhos com barulho. Por outro lado, cabe caracterizar ainda melhor a culpabilização *fitness* e seus elementos vinculantes. Até aqui descrevemos a peculiaridade de haver um *personal trainer* digital, “*que te escuta, inteligente e 24 horas disponível*”, acionando mediadores como a *hashtag* #TreineEmCasa, que ganha força no momento atual de pandemia, eliminando a “desculpa” de não ter orientação.

Nesse sentido propomos a discussão de uma segunda peculiaridade relevante, que é a ubiquidade da pressão, que cada um exerce sobre si mesmo para *ser ativo*, relacionada tanto à atividades da vida diária (não fomentadas diretamente pela Freeletics), quanto para o *ser fitness*, relacionadas a exercícios físicos sistemáticos. Vale lembrar que propomos uma diferenciação entre o *ser ativo* e o *ser fitness*, na introdução desta tese, alicerçada em discursividades que, por vezes, convergem, mas compreendem distintos modos, tanto da pressão de si para consigo, quanto de engajamento. Esse debate torna-se oportuno ao tratarmos de como a culpabilização incide no escopo da vida ativa e da vida *fitness*.

Conforme dito na Introdução desta tese, o *ser ativo* vincula-se à acepção do conceito de atividade física, tradicionalmente entendido como qualquer gasto energético acima do nível basal. Nesse sentido, praticamente toda atividade da vida diária integra o cômputo de ser ativo e, na cultura *fitness* digital, é registrado como prática *self-tracking*. Orientado por discursividades que transitam mais fortemente pela área da “saúde”, a produção de comportamentos para evitar o risco, por meio do medo, como a narrativa de que o sedentarismo mata, é constitutiva da chamada pedagogia do medo, ou do terror. O discurso da vida ativa já foi explorado por diversos autores (BAGRICHEVSKY; PALMA, 2004; FRAGA, 2005, 2006; FRAGA *et al.*, 2009; PALMA, 2001, 2009).

Ainda na particularidade de nossa tese, o *ser fitness* se vincula mais fortemente à aptidão física, especialmente formas sistematizadas de realizar práticas corporais, caracterizadas como exercícios físicos. Nesse contexto, apenas a prática de exercícios físicos, ou seja, práticas sistematizadas, integram o cômputo do *ser fitness* e, na cultura *fitness* digital, é registrado como prática *self-tracking*. Orientado por discursividades que transitam mais fortemente pela área “*fitness*”, a produção de comportamentos vinculados ao desempenho *fitness*, manifesto especialmente de modo gamificado, com uma certa glorificação do sacrifício (temática discutida no terceiro tópico do presente capítulo), é constitutivo do que chamamos aqui de pedagogia da gamificação (temática discutida no segundo tópico do presente capítulo).

Vale ressaltar que a pedagogia do medo também se manifesta de modo gamificado, na contemporaneidade, a exemplo do aplicativo *fitness* estudado por Leonardo Abib (2019), em que atividades da vida diária são trabalhadas por meio de desafios. Outro destaque importante é que a “não atividade física”, como as horas de sono, também integram práticas *self-tracking*, nesse contexto de ubiquidade. Logo, a “pressão” opera até mesmo para que se tenha um descanso adequado – a quantidade de horas de sono “leve” ou “profundo”, por exemplo, também são alvos da cultura *self-tracking*.

Reiterando o que foi dito na Introdução, ainda que não ocorra de modo intencional, essa categorização se materializa-se também em plataformas como a Google Play, em que os aplicativos *fitness* são alocados como “saúde e *fitness*”. Para melhor entendimento acerca da diferença aqui proposta, sistematizamos o Quadro 1, a seguir:

Quadro 1 – Proposta de diferenciação entre os modos de vida caracterizados pelo “ser ativo” e o “ser *fitness*”

Variável	Ser Ativo	Ser <i>Fitness</i>
Prática ⁹⁵	Atividade física – “qualquer movimento corporal produzido pelos músculos esqueléticos que demandam gasto energético” (tradução livre)	Exercício físico – “uma subcategoria da atividade física planejada, estruturada, repetitiva e que visa melhorar ou manter um ou mais componentes da aptidão física” (tradução livre)
Persuasão	Pedagogia do medo, por vezes gamificada	Pedagogia da gamificação e glorificação do sacrifício
<i>Self-tracking</i>	Ubíquo, com ênfase em atividades diárias	Ubíquo, com ênfase no desempenho <i>fitness</i>
Elaboração de propostas práticas	Recomendações que considerem o aumento de gasto energético	Recomendações que considerem os princípios do treinamento esportivo

Fonte: Elaboração própria.

A ubiquidade, manifestada por algo que se encontra em todos os lugares e em qualquer horário, remete a pensar a noção de transparência. Na tese de Han (2014), que se intitula *Sociedade da transparência*, bem como na obra *Sociedade do cansaço* (HAN, 2015), a positividade, mais especificamente o excesso de positividade, é uma das principais características da sociedade atual. Manifesta-se por excessivos estímulos, informações e impulsos; caracteriza a hiperaceleração da sociedade, que, na argumentação do autor, desconsidera qualquer elemento contemplativo.

Para explicar essa diferença, o autor utiliza uma metáfora em que a negatividade se caracteriza por um “sistema imunológico” e a positividade, preponderante na contemporaneidade, caracteriza-se por um “sistema neuronal”. No sistema imunológico, aquilo que é estranho é eliminado ou combatido – no escopo da cultura *fitness*, seria o sedentarismo. Já no sistema neuronal, a diferença (o sedentarismo, na lógica da metáfora) não produz nenhuma reação imunológica, e a passividade é um requisito para a hiperaceleração da sociedade (HAN, 2015). Caso esta tese esteja correta e ocorra um movimento semelhante no âmbito da cultura *fitness*, o modo de persuasão pautado no “combate ao sedentarismo” tende a ser desconsiderado, em função da positividade.

Segundo o autor, o excesso de positividade produz superprodução, superdesempenho, supercomunicação, mas também outras consequências, como uma queima do eu por

⁹⁵ Site oficial da Organização Mundial da Saúde, documento eletrônico. Versão original: “Physical activity is defined as any bodily movement produced by skeletal muscles that require energy expenditure” e “The term ‘physical activity’ should not be confused with “exercise”, which is a subcategory of physical activity that is planned, structured, repetitive, and aims to improve or maintain one or more components of physical fitness”. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/physical-activity#tab=tab_1. Acesso em: 10 out. 2020.

superaquecimento (Síndrome de Burnout) (HAN, 2015). Na metáfora em questão, o hiper da hiperatividade não é uma categoria imunológica, mas uma massificação do positivo. Trata-se do desaparecimento da alteridade, em que todos somos iguais (em nosso estudo, fruto da bolha *fitness*) e que, por sermos iguais, ainda na lógica da metáfora, não produzimos anticorpos e mecanismos de defesa. Para o autor, isso gera uma sociedade do desempenho, na perspectiva da liberdade aqui investida, pois a positividade do poder, que se materializa na expressão “Yes, we can!” , é mais eficiente do que a negatividade do dever (HAN, 2015).

Essa relação entre uma certa “passagem” da negatividade para a positividade também foi identificada no contexto de nossa tese, na particularidade da culpabilização *fitness*, que pode ser organizada em dois eixos de discussão: 1) no que o usuário almeja, que se vincula ‘a cultura do empreendedorismo, em face da dualidade fracasso/sucesso; e 2) nos meios de persuasão, que se manifesta pela pedagogia do medo e pela pedagogia da gamificação. Portanto, passamos a discutir esses dois eixos individualmente.

Evidentemente, a culpabilização *fitness* aparece diretamente ligada à cultura do empreendedorismo; logo, “*alcançar o sucesso*” é um argumento manifestado em diversos momentos, seja vinculado ao ser ativo ou ao ser *fitness*. Nesse sentido, um texto emblemático foi publicado no *site* oficial da Freeletics. Em diálogo implícito com a cultura do empreendedorismo, o binômio fracasso/sucesso é encontrado, tendo por título: “Tornando-se um atleta melhor: O medo do fracasso vs. a esperança pelo sucesso” (FREELETICS, 2020a, documento eletrônico). Nesse, depreendem-se dois eixos motivacionais para adesão à prática de exercícios físicos que dialogam com a empiria: o primeiro, que vincula alguns grupos ao *medo do fracasso*, a ser, em parte, evitado, por ser “paralisante”, e, em parte, deve ser utilizado como “propulsor”, (em nossa análise, uma forma de positivação do negativo, ou seja, positivação do “medo do fracasso”); o segundo grupo é vinculado à *esperança pelo sucesso*, indiscriminadamente fomentado (em que a positividade se manifesta *de per si*, ou seja, não é algo negativo que passou a ser positivado).

Há, ainda, aqueles que integram ambos os grupos (simultaneamente o “medo do fracasso” e a “esperança pelo sucesso”), o que pode ser problemático pelo excesso, na lógica do texto em questão. Nesse sentido, torna-se oportuno apresentar alguns trechos deste artigo, em que o recorte a seguir demonstra justamente a existência dos dois eixos mencionados, bem como as estratégias compreendidas por nós como positivação.

O desempenho de um atleta vai além da quantidade de horas que ele passa no local de treino. Suas motivações e intenções para agir são a mola propulsora para seu progresso. Quando alguém age em busca de uma conquista, essa motivação

geralmente aparece em 2 dimensões: esperança pelo sucesso e medo do fracasso. Ao passo que uma dessas dimensões gera atletas fortes, concentrados e destemidos, a outra pode resultar em procrastinação, dúvida ou sufocamento sob pressão.

Ao responder às seguintes perguntas com honestidade você vai poder **determinar se é um Atleta esperançoso ou medroso e descobrir estratégias para garantir que sua razão para agir te impulse de um jeito positivo na direção de novos desafios e oportunidades** para se transformar na sua melhor versão. (FREELETICS, 2020a, grifo nosso)⁹⁶.

Na particularidade do tópico “Medo do fracasso”, são descritas algumas questões que proporcionam saber se o usuário se encontra neste grupo:

Você evita competir e treinar com outras pessoas para não ser visto falhando? Você costuma pensar sobre as coisas ruins que podem acontecer antes de um workout ou competição? Ou você arranja desculpas para o seu desempenho antes mesmo de começar? Se isso te soa familiar, então você está na categoria do medo do fracasso, e é esse medo que te motiva. (FREELETICS, 2020a)⁹⁷.

O pensamento de evitar competir e treinar para *não ser visto* falhando, remete ao argumento de que esse grupo, considerado menos produtivo, é movido por “influências externas”. Nesse sentido, está relacionado à noção tradicional do panóptico, em que há um olhar externo que tudo vê. Em contrapartida, as “motivações internas” encontram-se enquanto central no grupo da esperança pelo sucesso. Nesse sentido, está relacionado à culpabilização fitness aqui proposta, que tem por fundamento a cobrança de si para consigo. O fragmento a seguir demonstra isso, bem como o perigo, segundo o artigo da Freeletics, de quem se enquadra em ambos os grupos, concomitantemente.

Se você deseja ter **sucesso**, pode definir objetivos claros que sejam desafiadores, ainda que realistas, impulsionados por **motivações internas** e pela sua própria vontade pessoal de conquistar. Por outro lado, aqueles que temem o **fracasso**, têm uma imagem distorcida da perfeição e se concentram mais no que pode dar errado e nas **influências externas**, como a reação dos outros, em vez de em um possível resultado positivo. Essa percepção distorcida do fracasso pode fazer com que um indivíduo abandone, trapaceie ou treine com mais força – potencialmente colocando sua saúde em risco, especialmente quando são conduzidos tanto pela esperança de sucesso quanto pelo medo do fracasso. (FREELETICS, 2020a, grifo nosso)⁹⁸.

Nesse recorte, alguns modos de ressignificar o medo e o fracasso são recomendados, ainda que com a ressalva de que, normalmente, produz resultados ruins. Notadamente, as

⁹⁶ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/medo-do-fracasso-vs-esperanca-pelo-sucesso/>. Acesso em: 31 maio 2020.

⁹⁷ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/medo-do-fracasso-vs-esperanca-pelo-sucesso/>. Acesso em: 31 maio 2020.

⁹⁸ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/medo-do-fracasso-vs-esperanca-pelo-sucesso/>. Acesso em: 31 maio 2020.

estratégias buscam redimensionar que as influências externas deem lugar a “motivações internas”, conforme sugere o trecho anterior. Desse modo, o medo, que se caracteriza por ser algo negativo, pode ser positivado, ou seja, convertido em motivações internas. Vale destacar que o medo, como forma de motivação, não é exatamente novo, pelo contrário, a própria narrativa de que o sedentarismo mata fomenta justamente esse sentimento. A positivação aqui proposta materializa-se mais fortemente quando o medo aparece gamificado, tema do próximo tópico de discussão deste mesmo capítulo. A gamificação reforça a tese de Han (2015), ao tratar da preponderância da positividade na contemporaneidade. Na sequência do texto, algumas dessas recomendações são, objetivamente, apresentadas, no sentido de positivar o negativo (o uso do medo do fracasso como algo motivacional).

Mas não confunda o medo do fracasso com a falta de motivação. O medo de falhar simplesmente significa que ele motiva alguém a agir de uma determinada maneira. Lembre-se: se você visualizar o fracasso, é mais provável que você falhe ou procrastine.

A boa notícia é que existem estratégias de intervenção que podem ajudar um atleta a trabalhar nessas questões. [...].

- Lembre-se regularmente das conquistas anteriores e recompense-as.
- Aprenda a definir objetivos de forma eficaz, como por exemplo, estabelecendo objetivos exequíveis e reorganizando objetivos quanto à sua autenticidade (quantos dos meus objetivos se relacionam com meus interesses e valores autênticos), então visualize-os.

[...].

- O jogo do “e se”. Toda vez que você pensar que algo possa dar errado, force-se a pensar no que poderia dar certo. Por exemplo: “E se eu não bater meu PB” x “E seu eu bater meu PB?” ou “Então, se eu não bater meu PB, ainda assim fiz um bom treino.”

[...] Em breve você vai descobrir que o fracasso não é tão ruim quanto parece, mas também é um elemento imperativo da sua jornada e, em última instância, pode te ajudar a se transformar em um atleta melhor. (FREELETICS, 2020a)⁹⁹.

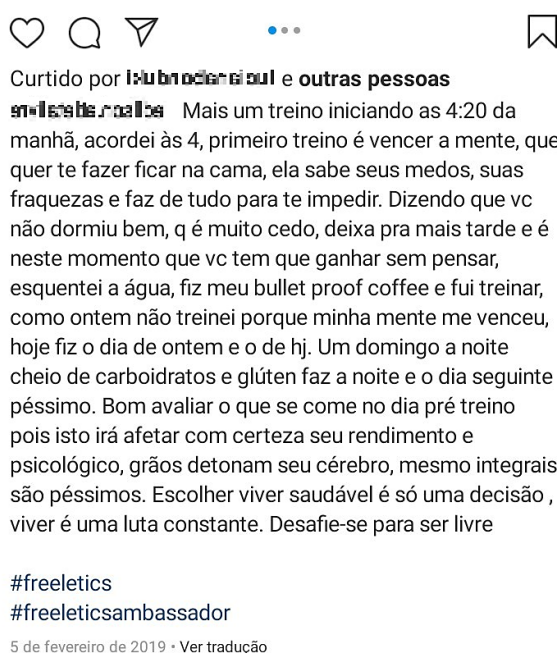
Além de positivar o negativo, outra ênfase aqui explorada, peculiaridade da culpabilização *fitness* em relação à culpabilização tradicional, é que a pressão é exercida de si para consigo mesmo, reduzindo a relevância de um olhar externo, exercido, por exemplo, pelo medo/risco eminente. As indicações de “recompensar” as próprias conquistas, definir os próprios objetivos e converter o pensamento de “algo que possa dar errado como algo que poderia dar certo”, reforçam esse movimento individualista. Vale a ressalva de que a individualização excessiva também não é algo novo; ao citar Crawford (1977)¹⁰⁰, para utilizar

⁹⁹ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/medo-do-fracasso-vs-esperanca-pelo-sucesso/>. Acesso em: 31 maio 2020.

¹⁰⁰ O artigo de Crawford (1997) possui título sugestivo, a saber: “Você é perigoso para sua saúde: a ideologia e a política de culpabilização da vítima” (tradução nossa para “*You are Dangerous to your health: the ideology and politics of victim Blaming*”).

a expressão “culpabilização da vítima” (*victim blaming*), Ferreira (2001) vincula especialmente a mudanças no comportamento individual, em detrimento dos diversos determinantes sociais – um debate que permeia, portanto, a década de 1970. A culpabilização *fitness*, em contexto ubíquo como o aqui postulado, envolve uma constante pressão que parte de si para consigo mesmo, conforme o relato a seguir, feito por um Embaixador:

Figura 21 – Captura de tela referente a postagem dos Embaixadores da Freeletics, em sua conta pública de Instagram, em modo público, na qual identificamos uma “positivação de aspectos negativos” e uma pressão que exerce sobre si



Fonte: Conta pública de Instagram, 2020.
Acesso em: 19 maio 2020.

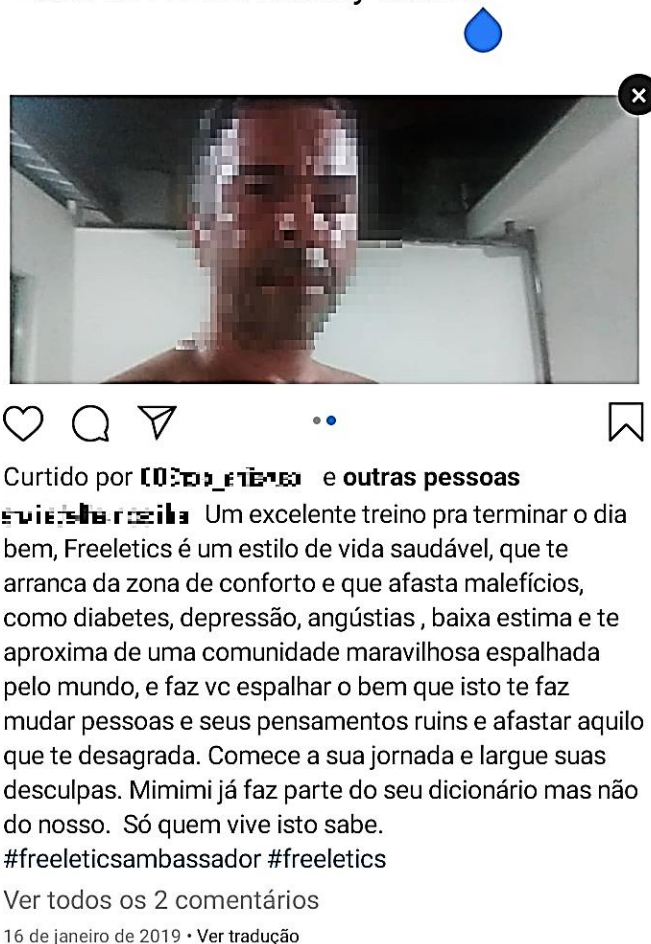
A postagem demonstra que, para o Embaixador, o desafio é, justamente, vencer a (própria) mente. Ao entender que a mente não é um anexo do corpo, identificamos que o usuário propõe-se a vencer a si mesmo, diariamente; desafiar a si mesmo, para ser “livre”.

Passando para um segundo eixo de discussão, entendemos que a culpabilização *fitness* se manifesta também nos meios de persuasão, seja pela pedagogia do medo e/ou pela pedagogia da gamificação. Ainda que a positividade seja preponderante na atualidade, conforme postula Han (2014, 2015), o elemento do medo integra a cultura *fitness*, especialmente na dimensão do ser ativo. A pedagogia do medo envolve a produção de comportamentos como forma de evitar fatores de risco, tais como o sedentarismo, a obesidade, a hipertensão, o diabetes, entre outros – portanto, enfatiza a negatividade, na lógica argumentativa de Han (2014, 2015).

Possivelmente, pela inexistência de *affordances* do *personal trainer* digital que considere esse elemento (fatores de risco), as manifestações dos Atletas Livres nesse sentido são pontuais, mas existem. A seguir, apresentamos o relato de um dos Embaixadores que nos conduziu a esse argumento.

Figura 22 – Captura de tela referente à postagem dos Embaixadores da Freeletics, em sua conta pública de Instagram, em modo público, na qual identificamos aspectos negativos como pano de fundo motivacional

+5:56 vs PB too bad my cardio.



Fonte: Conta pública de Instagram, 2020. Acesso em: 19 maio 2020.

Essa postagem remete a um debate preponderante, na Educação Física brasileira, em especial na abordagem crítica da saúde, mas que aparece de modo pontual no contexto da cultura *fitness* digital aqui explorada. O risco em questão é representado por elementos como diabetes, depressão, angústias, baixa autoestima. Logo, distanciar-se desses elementos é fomentado na particularidade dessa postagem.

Esses meios, tradicionalmente denominados pedagogia do medo ou pedagogia do terror, manifestam-se em argumentos problemáticos, como a evidência aos níveis de mortalidade relacionados a certas condições patológicas em que a atividade física é um dos determinantes. Instaure, portanto, a narrativa de que o *sedentarismo mata*, logo precisa ser indiscriminadamente evitado. Nessa lógica, é necessário ser ativo, ou poderá ter uma morte prematura, ou, no mínimo, uma vida não salutar, por opção própria, incidindo ainda mais na dimensão da culpabilização.

Antes de avançar nesse debate vale lembrar que a narrativa de que a inatividade física mata mais do que a obesidade, ou que mata tanto quanto o cigarro, ainda é divulgada na cultura, de modo geral. O aspecto não apresentado é que, na realidade, essas mortes são causadas por diversos fatores de risco, dentre os quais o “sedentarismo”, *pode ser* apenas um, a exemplo de hipertensão e diabetes.

De fato, desconheço algum atestado de óbito que tenha por causa de morte o “sedentarismo”. Nesse âmbito, ainda que soe estranho, as comunicações mostram-se com tom entusiasta, quando a letalidade do sedentarismo aparece em valor elevado, em disputa com outros fatores de risco, tais como sua comparação com as mortes causadas pelo cigarro. É como se houvesse uma proporcionalidade direta entre esse fator de risco e a relevância da atividade física.

Por outro lado, no âmbito da cultura *fitness* digital, a narrativa do “sedentarismo mata” ganha outros contornos. Nesse redesenho, sua presença é mais escassa em relação a tempos anteriores, a exemplo da estratégia do programa Agita São Paulo, analisado por Fraga (2006), em que o “combate ao sedentarismo” era força motriz. O programa criou até mesmo um medicamento, para representar as dosagens de atividade física, denominado Agitol. Logo, convoca outro debate profundo, não pertinente neste momento, que é o reducionismo da complexidade das práticas corporais à quantidade de gasto energético envolvido no movimento, constituindo uma padronização de condutas que podemos denominar de medicalização das práticas corporais.

Na verdade, mesmo passados cerca de 15 anos da análise de Fraga (2006), o *site* do programa permite afirmar que o risco, enquanto demarcador para que as pessoas pratiquem atividade física, ainda se mantém, na cultura ocidental, de modo geral. A página principal do *site* remete às bases teóricas de suas recomendações (Centers for Disease Control and Prevention - CDC e American College of Sports Medicine - ACSM) vinculadas à bula do Agitol: “Todo cidadão deve acumular pelo menos 30 minutos de atividade física por dia em

pelo menos 3 dias da semana (se possível todos), de intensidade moderada de forma contínua ou acumulada” (AGITA SP, 2020, documento eletrônico).

Para entender essas relações, é oportuno retomar alguns elementos do texto de Deleuze (1992), publicado a quase 30 anos, também utilizado por Fraga (2006), que citamos no início desse tópico. Além do já discutido apagamento dos “confinamentos”, ao menos três características da sociedade de controle também são pertinentes: o indivíduo como cifra, a questão do risco e o caráter individualizante (DELEUZE, 1992).

A noção de indivíduo como cifra, considerando que, anteriormente, era tratado como número de matrícula, assinatura, passa a ser um código, com conjunto de informações/metadados relacionados – o que permite afirmar que “sabemos quem você é”, conforme discutido no imperativo da datificação de si (tema do capítulo 3).

O segundo destaque, mais pertinente neste momento da discussão, e que mais transitou pelas análises realizadas no âmbito da Educação Física até então, é em relação à gestão pelo risco. Evidencia outra conformação para os hospitais, em que surge uma nova medicina “sem médico nem doente”, mas com doentes potenciais e sujeitos ao risco – consequentemente, mais passíveis de serem afetados pelo discurso da vida ativa e pelo discurso da vida *fitness*. O risco, ou fator de risco, mais analisado como forma de governo dos corpos, é o sedentarismo, basilar na pedagogia do medo (FRAGA, 2006; FRAGA *et al.*, 2009; PALMA, 2001, 2009).

A terceira característica que aqui destacamos é o controle das populações (biopolítico) de modo individualizante (aproximando-se da noção de governamentalidade, proposta por Foucault), com estratégias como o “sistema de prêmios”, ou a produção de salários por méritos, já conhecido pelas fábricas, porém reformulado. Esta aqui expressa-se no escopo da cultura *fitness* digital justamente pela positividade, cuja manifestação incide especialmente pelo que denominamos aqui de gamificação da vida *fitness* e pela glorificação do sofrimento – aprofundados no segundo e terceiro tópicos, respectivamente. Nesse âmbito, o prêmio expressa-se, dentre outros modos, pela quantidade de curtidas, visualizações, compartilhamentos; pelo aumento de pontuação, de nível e aquisição de “estrelas” vinculadas à gamificação. Veremos mais adiante que, desse modo, a pedagogia do medo, um elemento vinculado à negatividade, aparece de modo “positivado”, por meio da gamificação

A gestão pelo risco, aí incluída a narrativa do *sedentarismo mata*, foi trabalhada no âmbito da Educação Física por alguns autores, como Fraga (2006), no que denominou biopolítica informacional, em subtítulo sugestivo: “Escolhas saudáveis à sombra do risco”. Diz o autor:

"Risco" vai se constituir numa das palavras de ordem que põe em circulação um modo de controle perfeitamente ajustado às necessidades da biopolítica informacional, especialmente no âmbito da saúde, pois funciona basicamente como uma espécie de sinalizador dos caminhos que podem ser mais ou menos perigosos e os que, por contraste, são considerados mais ou menos seguros. A sinalização é complexa e produzida por uma expertise (cita Garcia, 2002, em nota de rodapé) que tenta mostrar o quão corrosivo pode ser o risco que compete a cada área e, ao mesmo tempo, o quão previdente são as recomendações sugeridas. Equação que gera um roteiro de condutas saudáveis que passam a ser disseminadas nos mais diferentes recantos da vida coletiva para fazer com que cada um, já devidamente orientado, tome as decisões "certas" e siga nessa "longa estrada da vida". (FRAGA, 2006, p. 77).

Ciente da dimensão do risco na cultura contemporânea como forma de produção de comportamentos, reiteramos a ressalva que se encontra pontualmente no âmbito do aplicativo da Freeletics. Em nossa análise, conforme já salientado, há discursividades de ordens distintas que se entrecruzam: **o discurso da vida ativa** (o risco e o medo, efetivamente, o integram – mais vinculado à “saúde”) e **o discurso da vida *fitness*** o personal trainer digital, efetivamente, o integra – mais vinculado ao “*fitness*”).

Embora eventual, o risco merece destaque, por se fazer presente na empiria, conforme a Figura 22, contudo, não há *affordances* vinculadas diretamente ao *personal trainer* digital que apontam para o governo a distância por meio da evitação do risco. Isso não implica afirmar que a pedagogia do medo inexistia em todos os aplicativos *fitness*, mas ainda nestes, normalmente, aparece de modo “positivado”, por meio da gamificação.

Abib (2019), ao estudar o aplicativo proposto pelo governo do estado do Espírito Santo, intitulado Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável (na plataforma Google Play, em junho de 2020, com o nome de Movimento 21 Dias), o risco foi um dos principais elementos, haja vista a própria concepção de sua criação. Trata-se de uma política de governo, particularmente do setor saúde, o que direciona as ações voltadas aos interesses desse setor, notadamente, a evitação dos fatores de risco. Surge como uma das linhas de ação do Programa de Vida Saudável, por meio da Secretaria de Estado da Saúde (Sesa), com o objetivo de promover mudanças no estilo de vida e evitar diabetes, hipertensão, obesidade, problemas cardíacos e diversas outras enfermidades – pautado na dimensão do risco. Nesse sentido, em artigo derivado dessa tese, os autores argumentam que o aplicativo produz, “[...] entre outras significações, as noções de sedentarismo enquanto patologia e atividade física como remédio” (ABIB; GOMES; GALAK, 2020, p. 13). Logo, entendemos que se trata de uma nova roupagem para meios antigos, a exemplo da análise realizada por Fraga (2006), ao problematizar o “remédio” Agitol.

Outro destaque importante é que o aplicativo Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável envolveu aspectos da vida de modo geral, não restrito ao exercício físico. Segundo

Abib (2019), foram apresentados os desafios estratificados em três categorias: alimentação saudável, atividade física e convívio familiar. Foi criada uma “disputa saudável”, com a tese de que se os usuários tivessem engajamento durante os 21 dias propostos, poderia gerar uma mudança de comportamento definitiva.

Ao discutir o que chamou de vida saudável, e denominar o aplicativo como um “dispositivo esportivo”, o autor destaca a gamificação como uma das estratégias para a produção de comportamentos. Em sua análise, considera que esse mecanismo se assemelha ao campo da psicologia comportamentalista, “[...] pelo viés do controle-estimulação, de modo a tentar persuadir os indivíduos para que tenham uma motivação a mais para realizarem os desafios” (ABIB, 2019, p. 144).

Essa abordagem, mais vinculada a uma perspectiva “comportamentalista”, não é nova para a Educação Física, tampouco é restrita à cultura *fitness* digital. Outra proposta, por exemplo, é a mudança de comportamento com base no “Modelo Transteórico”. Interessante ressaltar que, segundo Oliveira *et al.* (2012), o modelo surge em texto publicado em 1983, por Prochaska¹⁰¹ e DiClemente, como modo de examinar como parar de fumar e, em 1994, em texto publicado por Prochaska e Marcus, como possibilidade para investigar aspectos comportamentais em torno da prática de atividade física.

Interessante observar que surge como forma de retirar de um vício (tabagismo) e passa a incorporar elementos de inserir em um vício (engajamento para a prática de atividade física). Esse modelo, criado há mais de 25 anos, foi difundido no Brasil no campo da Educação Física por meio dos estudos do Celafiscs, mais especificamente o Programa Agita São Paulo, compreendendo cinco estágios. Um dos estudos, por exemplo, classificou esses estágios do seguinte modo:

(1) manutenção, aqueles que responderam “Sou fisicamente ativo há mais de 6 meses”; (2) ação, aqueles que responderam “Sou fisicamente ativo há menos de 6 meses”; (3) preparação, aqueles que responderam “Não sou, mas pretendo me tornar fisicamente ativo nos próximos 30 dias”; (4) contemplação, aqueles que responderam “Não sou, mas pretendo me tornar fisicamente ativo nos próximos 6 meses”; e (5) pré-contemplação, aqueles que responderam “Não sou e não pretendo me tornar fisicamente ativo nos próximos 6 meses”. (OLIVEIRA *et al.*, 2012, p. 45).

Com efeito, um estudo de revisão indica que essa proposta foi fortemente difundida no Brasil (SILVA; SILVA, 2015). Em nossa análise, tem a potência de identificar a intenção das pessoas em torno da prática de exercícios físicos em curto prazo por outro lado, incorre na

¹⁰¹ James Prochaska é professor emérito (Psicologia Clínica e Saúde) da Universidade de Rhode Island e diretor do Centro de Recursos de Prevenção do Câncer (CPRC). Disponível em: <https://web.uri.edu/psychology/meet/james-prochaska/>. Acesso em: 23 ago. 2020.

possibilidade de mecanizar e simplificar a relação com essa prática. Tem como pano de fundo certo “comportamento de risco”: de não praticar das atividades físicas. No debate específico do *personal trainer* digital, embora o “risco” não conste nas funcionalidades específicas da Freeletics, ainda é fortemente presente em outros aplicativos, normalmente de modo gamificado, como é o caso do *software* estudado por Abib (2019). Isso se justifica pela criação de aplicativos com premissas diferentes: o Movimento 21 Dias, **vinculado à saúde e ao discurso da vida ativa**, com propostas “pré-prontas”; e o aplicativo Freeletics, **vinculado ao fitness e ao discurso da vida *fitness***, com propostas reajustadas por inteligência artificial.

Esse argumento permitiu-nos reformular análises preliminares desta tese, em que, com base em Han (2017), propúnhamos uma simples passagem da negatividade dos fatores de risco para a positividade da gamificação do desempenho (OLIVEIRA; FRAGA, 2019), inspirados na análise de Fraga (2005, 2006), que identificou uma certa passagem de recomendações para a saúde (e, conseqüentemente, para classificar o indivíduo como sedentário), de recomendações de Cooper (treinos mais sistemáticos e intensos), para as de instituições científicas e replicadas pelo Agita São Paulo (qualquer gasto energético acima do nível basal).

Em nosso caso, algo mais próximo das recomendações de Cooper estaria vinculado a ser *fitness* e ao *personal trainer* digital e, àquelas mais próximas às indicações reverberadas pelo Agita São Paulo, a ser ativo, que inclui o aplicativo estudado por Abib (2019). Portanto, ambos os modos coexistem, em discursividades distintas, embora muitas vezes convergentes.

No seio das peculiaridades vinculadas ao *personal trainer* digital onipresente, caracterizamos a culpabilização *fitness*, que transita pela cultura do empreendedorismo, com base na dualidade fracasso/sucesso, bem como nos meios de persuasão, manifestados na pedagogia do medo e, especialmente, na pedagogia da gamificação. Uma característica importante é a pressão exercida de modo constante, e de si para consigo mesmo. Nesse sentido, pelo menos duas características que também se entrecruzam e merecem aprofundamento são a gamificação da vida *fitness* e a glorificação do sofrimento. Assim, constituem tema dos próximos dois tópicos.

4.2 GAMIFICAÇÃO DA VIDA *FITNESS*: #WORKOUTFUN

Um aspecto relevante, na sociedade contemporânea, de modo geral, é a capilarização da gamificação em diversas dimensões da vida. O aplicativo Movimento 21 Dias, estudado por Abib (2019), envolve uma “disputa saudável” em que a atividade física, foco da análise do autor, é apenas um dos três eixos, e constituída ainda pela alimentação saudável e pelo convívio

familiar. Logo, a gamificação não abrange somente práticas específicas, mas a vida, de modo geral, na medida em que a alimentação e o convívio também integram o “jogo”. Assim, não se vive a alimentação saudável pela alimentação saudável, nem o convívio familiar pelo convívio familiar, mas também para obter certas pontuações, atingir um nível mais elevado no jogo. Logo, trata-se de um modo “eficiente” de priorizar o tempo que, não necessariamente, é livre, portanto, não se pode, com o rigor da palavra, dizer que se trata de um lazer compromissado com algum benefício, ou um lazer sério.

Nesse sentido, torna-se oportuno definir gamificação e, assim, qualificar o debate. Entendemos por gamificação o uso de elementos de jogos em outros contextos que não de jogos, normalmente relacionados à produção de engajamento. Um exemplo produtivo para demonstrar o que vem a ser gamificação é o funcionamento dos aplicativos de transporte. Nesse caso, as estrelinhas atribuídas tanto pelo motorista, quanto pelo usuário, manifestam a gamificação. Já me deparei com uma situação peculiar: o motorista de aplicativo, estando de bermuda, relatou estar preocupado em me levar ao aeroporto, pois, por mais absurdo que pareça, o perfil de usuários que costumava atender por lá, atribui poucas estrelas a motoristas que não estejam com roupa social. Nesse sentido, a gamificação não diz respeito somente a um jogo paralelo, mas também à forma pela qual as condutas são tomadas, ou o “jogo” é jogado.

Evidentemente, a gamificação abrange diversas dimensões da vida: consumo, comportamento, relações interpessoais, cultura. Logo, produz modos de vida. No âmbito da educação, por exemplo, embora recorrente, seu uso ainda é controverso. Ainda que, em primeira análise, gere engajamento, há evidências que apontam para uma distração quanto aos objetivos de aprendizagem, o que demanda novos estudos para que permita um posicionamento mais consistente em relação à sua produtividade (ALSAWAIER, 2018). Essa informação torna-se ainda mais oportuna com o avanço das aulas de modo não presencial, imposto pela pandemia mundial pelo vírus Covid 19, cuja gamificação tem sido apresentada como indiscutivelmente positiva.

Por haver manifestações em diversas dimensões da vida, formas diversas de denominação são também utilizadas. Encontramos expressões como *gamification of life* (gamificação da vida), que representa esse elemento na vida, de modo geral (MATURO; MORETTI, 2018), bem como *fitness gamification* (gamificação fitness), para representar a particularidade *fitness* (WYLIE, 2011). Em outro momento, intitulamos esse fenômeno como gamificação na cultura *fitness* e desempenho gamificado (OLIVEIRA; FRAGA, 2019). Por entender que abrange o discurso da vida *fitness*, de modo geral, e que *ser fitness* pressupõe *ser*

ativo, mas não necessariamente o inverso, passamos a operar com a expressão **gamificação da vida *fitness***.

Nesse sentido, a gamificação da vida *fitness* também opera no âmbito do discurso da vida ativa. Isso se torna evidente após análise do aplicativo Movimento 21 Dias por uma Vida mais Saudável, realizada por Abib (2019). A análise aponta ainda que essa aproximação com a vida ativa leva o aplicativo à medicalização das práticas corporais, orientado pela evitação do risco. Conforme apontam outros estudos, esse discurso é baseado em recomendações de instituições científicas internacionais mais vinculadas à saúde (FRAGA, 2005, 2006; FRAGA *et al.*, 2009).

Recomendações mais recentes permitem identificar que o discurso da vida ativa, particularmente no que se refere a recomendações de atividade física para saúde, incorpora, em parte, algumas orientações da vida *fitness*. Não se trata somente de ampliar o gasto calórico na observância de certa quantidade de minutos semanais de uma atividade física qualquer, como outrora, mas também atividades vigorosas e sistematizadas. Assim, vale ressaltar as recomendações derivadas de instituições científicas no contexto da pandemia por Covid 19, vivenciada atualmente, específicas para o treinamento em casa. A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda 60 minutos de atividade física moderada a vigorosa por dia, para pessoas de 6 a 17 anos; 75 minutos por semana de atividade vigorosa ou 150 minutos de atividade física moderada, para adultos e idosos, incluindo dois a três dias por semana, com fortalecimento muscular e ósseo (HAMMAMI *et al.*, 2020).

Evidentemente, ultrapassa limites de qualquer gasto energético ao recomendar práticas, como exercícios aeróbicos em bicicleta ergométrica, calistenia (a exemplo dos treinamentos da Freeletics), dança, entre outros. Dentre esses destaques, vale evidenciar o elemento novo, que são os videogames ativos, também recomendados – que se caracterizam como Jogos Eletrônicos de Movimento, ou exergames (HAMMAMI *et al.*, 2020). Logo, o tempo dedicado ao videogame, tradicionalmente tido como inimigo da vida ativa, passa a assumir outro papel. Contudo, (ainda) não prevê a gamificação da vida *fitness*, mesmo reconhecendo a relevância dos exergames.

Conforme já mencionamos, aquilo que chamamos genericamente de aplicativo *fitness*, em plataformas como a Google Play, é enquadrado na categoria “saúde e *fitness*”; e que, no âmbito das ciências do movimento humano, saúde e *fitness* representam áreas distintas. A primeira possui, de fato, ênfase em maior proteção e na promoção da saúde e, portanto, elementos como a evitação ao risco encontram-se mais presentes – como no aplicativo estudado por Abib (2019); já a área *fitness* opera mais direcionada ao melhor desempenho e, em menor

grau, mas também, a questões estéticas. Embora influenciada por ambas, a Freeletics definitivamente enquadra-se na área fitness. A prescrição dos treinos é fundamentada mais nos princípios do treinamento esportivo do que, propriamente, nas recomendações de atividade física para a saúde.

Ainda no sentido de fortalecer a pressão constante de si para consigo, no contexto ubíquo das tecnologias *self-tracking*, orientações mais gerais, como aquelas vinculadas ao gasto energético defendido pelo programa Agita São Paulo e outras entidades científicas, passam a fazer parte da gamificação da vida *fitness*. Orientações como subir escadas, em vez de usar elevador; descer antes do ponto de ônibus desejado; esperar em filas bancárias; e até mesmo atividades íntimas, ligadas à sexualidade, passam a ter um significado paralelo, vinculado a constante competição. Nessa nova configuração, a efetividade das horas “não ativas”, como o sono, também integra o jogo.

Nesse sentido, destacamos elementos de uma das mídias que possui conectividade direta com a Freeletics e diversos outros aplicativos fitness, o Google Fit. Assim como o Agita São Paulo, o Google Fit opera com base em recomendações de instituições científicas globais, no campo da saúde, conforme podemos observar a seguir, no trecho da divulgação do Google Fit, na plataforma Google Play, que reporta tanto recomendações semelhantes às aquelas reproduzidas pelo Agita São Paulo, quanto mostra o elemento da gamificação, no seio da cultura *self-tracking*.

Google Fit: monitoramento de atividades e saúde

- Minutos em movimento

Quando se trata da sua saúde, é importante se movimentar mais e ficar menos tempo sentado. Ganhe Minutos em movimento por todas as suas atividades e fique motivado para fazer pequenas mudanças mais saudáveis ao longo do seu dia, como utilizar a escada em vez do elevador ou colocar a conversa em dia com um amigo em uma caminhada em vez de em um café.

- Pontos cardio

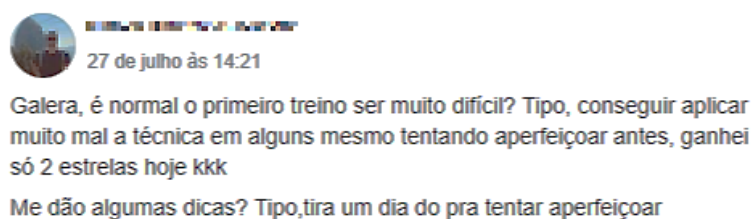
Atividades que fazem seu coração bater mais forte trazem enormes benefícios à saúde para seu coração e sua mente. Você ganhará um Ponto cardio por cada minuto de atividade moderada, como acelerar o passo ao passear com seu cachorro, e o dobro de pontos para atividades mais intensas, como uma corrida. São necessários apenas 30 minutos de caminhada rápida cinco dias por semana para atingir a quantidade de atividade física recomendada pela AHA e pela OMS, que demonstrou reduzir o risco de doença cardíaca, melhorar o sono e aumentar o bem-estar mental geral. (GOOGLE LLC, 2020b, documento eletrônico).

Essa descrição sobre o Google Fit permite compreender que o mesmo incorpora todas as atividades realizadas pelo usuário, inclusive a “inatividade”. Trata-se de uma potente ferramenta de registros de *self-tracking*, que atua de modo gamificado. Desse modo, metas

diárias orientam a vida *fitness*. Elementos da vida como a quantidade de passos, quantidade de água ingerida, quantidade de calorias, quantidades de horas de sono profundo, entre outros, podem ser apreendidas e passam a integrar o jogo. Isso permite ampliar o escopo da “medicalização da atividade física”, conforme intitula o texto de Abib, Gomes e Galak (2020), para a medicalização da vida, de modo geral.

Notadamente, a gamificação também influencia no modo de realizar o exercício físico e na forma de lidar com a tecnologia. Nesse sentido, apresentamos uma postagem realizada por um dos Atletas Livres, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial.

Figura 23 – Postagem de um participante no grupo público de Facebook do Freeletics



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 4 ago. 2018.

Essa captura de tela representa a postagem de um novato, preocupado sobretudo com a quantidade de estrelas conquistadas, consequência de suas dificuldades na execução do treino. Nessa ocasião, os demais Atletas Livres emitiram apoio sugerindo confiar no *personal trainer* digital, com frases do tipo: “*Siga o que pede o coach, diminui o ritmo e foca na técnica, seguindo as regras dos vídeos*”; “*O coach coloca um padrão bem alto e difícil, mas com seu feedback e com o passar das semanas, ele irá adaptar o treino ao seu nível*”. Reiterada a ressalva de que a Freeletics se vincula mais fortemente à área *fitness* do que a recomendações de instituições de saúde, alertamos para as orientações, em seu *site* oficial, relacionadas à transformação do próprio exercício em jogo:

Transforme o seu exercício em um jogo. Encontre uma recompensa que realmente te motive. Uma que vá fazer você lutar até o final só por saber que isso vai estar te esperando na linha de chegada. Sua comida favorita. Sair mais cedo do trabalho uma vez por semana. Descansar no final de semana. Qualquer coisa que, quando você pense, faça desistir não ser uma opção. (FREELETICS, 2020a)¹⁰².

Um aspecto importante da gamificação, especialmente em sua relação com determinadas recompensas simbólicas, é sua vinculação (explícita ou não), com estudos do

¹⁰² Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/4-macetes-simples-para-treinar-sua-forca-de-vontade-e-auto-controle/>. Acesso em: 28 jun. 2020.

campo da psicologia. Abib (2019) indica certa semelhança entre a atividade gamificada e uma perspectiva psicológica comportamentalista, com estímulo resposta. Vale lembrar o funcionamento básico de um dos principais instrumentos para essa elaboração: a caixa de Skinner. Na verdade, trata-se de uma câmara de condicionamento operante, desenvolvida por Burrhus Frederic Skinner. Em uma espécie de gaiola, o animal é submetido a certos estímulos que produzem o comportamento desejado – portanto, *operante*. Esses podem ser punitivos, como choques elétricos, ou mesmo como forma de prêmio, a exemplo do alimento, e ocorrem tão logo determinado comportamento ocorra. Metaforicamente, na vida *fitness*, o choque elétrico da caixa de Skinner, aqui representado pela negatividade do risco, passa a não ser mais operante, mas tão somente o queijo, representado pelo prêmio, que alimenta uma dimensão narcisística de sucesso, diferentemente do que ocorre na gamificação de atividades físicas não sistematizadas, vinculada à área da saúde.

A propósito, a expressão “gatilhos psicológicos” é usada por Gabriel de Oliveira, que responde pelo aplicativo alemão, no Brasil, em artigo de título polêmico (ao menos para os professores de Educação Física: “*O personal trainer mais popular do país não é humano*”), publicado na revista *Veja*, em junho de 2017. Gabriel de Oliveira diz: “O Freeletics é um produto cheio de gatilhos psicológicos para manter a pessoa motivada: é a rede social, é o sistema de clap-clap, é o gamification” (GRUPO ABRIL, 2017, documento eletrônico). Evidentemente, aponta a gamificação como recurso psicológico. Além disso, indica outros dois “gatilhos”, ambos que representam uma forma e um lugar de compartilhar as “conquistas”, aí incluídas aquelas da gamificação - o sistema *clap-clap* (semelhante ao *like* do YouTube ou ao curtir do Facebook) e a rede social (própria do aplicativo e aquelas paralelas).

Alguns estudos com abordagens distintas se dedicaram-se a analisar a existência ou não da gamificação em aplicativos *fitness* e de saúde. Um deles, ao analisar preliminarmente 261 aplicativos, evidenciou que 137 (52,5%) possuíam pelo menos um elemento de gamificação, e 231 (88,5%) tinham por foco mudanças de comportamento (LISTER *et al.*, 2014).

Nesse mesmo estudo, consta uma análise mais profunda em 132 aplicativos, com o objetivo de verificar a relação entre a gamificação e seu potencial de afetar o comportamento de saúde dos usuários, identificando forte capilarização da gamificação nos aplicativos, porém, com problemas relativos à sua integração com a teoria comportamental.

Outras duas informações interessantes é que 121 dos 132 (91,7%) aplicativos não apresentam a fonte para as informações disponibilizadas aos usuários e 129 dos 132 (97,7%) fazem uso de *self-tracking*, com 36 dos 129 (27,9%) de modo passivo (automático), 71 dos 129

(55%) de modo ativo (manualmente) e 22 dos 129 (17,1%) usam os dois modos (LISTER *et al.*, 2014).

Em outra abordagem, Edwards *et al.* (2016) analisaram aplicativos médicos, de saúde e bem-estar e de “saúde e *fitness*” que possuem elementos de jogos (gamificação), especialmente suas técnicas para mudança de comportamento. Identificaram estratégias, como *feedback* e monitoramento, recompensa e ameaça, estabelecimento de metas, entre outras. Contudo, concluíram que tais aplicativos, que usam gamificação para promover a saúde, eram limitados (nesse caso, apenas 64 de 1.680, ou 4%, continham gamificação e atendiam aos critérios de inclusão do estudo) (EDWARDS *et al.*, 2016). Já em estudo mais recente, desta vez com 50 aplicativos, Cotton e Patel (2019) identificaram que 64% usam a gamificação, que se caracteriza pelo direcionamento a comportamentos relacionados à atividade física e perda de peso (em 97% deles). Nesse último caso, os recursos de gamificação mais usados se concentraram na definição e no alcance de metas, incluindo formas de alavancar influências sociais, como apoio, colaboração e competição. Contudo, os autores também fazem uma ressalva sobre a relação entre a gamificação e os princípios da economia comportamental (“*principles from behavioral economics*”) que, segundo os autores, poderia ser mais explorada e aprimorado o seu uso.

Diante desses estudos, vale descrever quais características foram utilizadas para definir se um aplicativo possui ou não gamificação. O primeiro estudo apresentado (LISTER *et al.*, 2014) serviu para a elaboração de diversos outros e, portanto, merece atenção especial em relação aos elementos destacados. Nesse caso, foram tomados como base três desdobramentos:

- *Elementos de jogos*, extraídos de modelos de padrões para jogos, estabelecidos por profissionais da indústria de videogames. Logo, se dá, a princípio, no contexto dos jogos. Os elementos foram: (1) autorrepresentação com avatares; (2) ambientes tridimensionais; (3) contexto narrativo (ou história); (4) *feedback*; (5) reputações, classificações e níveis; (6) mercados e economias; (7) concorrência segundo regras explícitas e aplicadas; (8) equipes; (9) sistemas de comunicação paralela que podem ser facilmente configurados; e (10) pressão de tempo.
- *Componentes de gamificação*, identificados na literatura que tem por objetivo impactar o comportamento de saúde – logo, não é, a princípio, no contexto dos jogos. Os componentes foram: (1) tabela de classificação, (2) níveis, (3) recompensas digitais (pontos, distintivos), (4) prêmios do mundo real, (5) competições e (6) pressão social ou de grupo.
- *Constructos de comportamento em saúde*, em que foi realizada uma síntese direcionada a comportamentos que podem ser aplicáveis em dispositivos móveis. Culminou em três constructos, que se desdobraram em 13 elementos: (1) Capacidade (informações gerais,

automonitoramento, controle do estresse, treinamento de habilidades e fatores facilitadores); (2) Motivação (incentivo, apoio social – reforços positivos -, reflexivo, estabelecimento de metas, estratégias cognitivas do “modelo de crenças em saúde”, autoeficácia); e (3) Oportunidade/desencadeador (pressão dos pares, pistas para ação e controle de estímulos) (LISTER *et al.*, 2014).

Notadamente, conhecer esses três eixos é relevante para nossa análise, contudo, a proposta deste capítulo é outro: analisar o elemento da gamificação como mediador, especialmente na produção de imperativos para uma vida *fitness* e não somente identificar se e quais recursos de gamificação o aplicativo possui. De fato, todos esses elementos/componentes evidenciados por todos esses autores que trataram da gamificação, podem auxiliar a constituição metodológica de estudos semelhantes, especialmente aqueles que têm por objetivo identificar se há ou não esses itens (COTTON; PATEL, 2019; EDWARDS *et al.*, 2016; LISTER *et al.*, 2014).

Evidentemente, a busca pela gamificação e alguma teoria comportamental que venha a sofisticar a função de fazer com que as pessoas adotem determinado comportamento, é uma preocupação recorrente por parte de diversos autores (COTTON; PATEL, 2019; EDWARDS *et al.*, 2016; LISTER *et al.*, 2014), o que torna ainda mais oportuno discutir a gamificação da vida *fitness* e os comportamentos tensionados a partir desse movimento.

O intuito da gamificação é buscar resultados de interesse do proponente e não somente diversão, a exemplo do jogo de Facebook Cow Clicker, no ambiente FarmVille, desenvolvido pela produtora Zynga. Nesse caso, a fazendinha necessita que o proprietário virtual a visite recorrentemente para sua manutenção. No caso do Cow Clicker, o ideal são cliques a cada seis horas. Caso o *gamer* compre vacas *premium*, por meio de uma moeda criada para o jogo, pode clicar em menos tempo. Cria, ainda, uma rede cooperativa, em que os usuários podem clicar na vaca de outros participantes.

Além disso, outras vacas, de distintos valores, foram criadas e compradas; sua manutenção favorece o Facebook, já que o usuário precisa acessá-las recorrentemente. Há também interface com a “vida real”, com a Cow Clicktivism: com os cliques, os usuários podem transformar vacas virtuais em vacas reais, para a entidade Oxfam. Mais do que isso, Ian Bogost, criador do Cow Clicker, lançou a “*cowclickification*”, que consiste em replicar a mecânica do “clique-sobre-a-vaca” para fazer com que os clientes comprem seus produtos, bem como um *plug-in* que permite aos *sites* de venda incorporarem botões de “clique-sobre-a-vaca” (COHEN, 2017). Nessa experiência, o que aparentava ser apenas um jogo, fomentava outros empreendimentos.

Dito isto, vale adentrar no debate acerca de *affordances* relativas à gamificação específica do *personal trainer* digital. Vale reiterar que, nesse contexto, a datificação de si, especialmente os dados quantificados, é requisito para o estabelecimento de metas, a criação de rankings, entre outros aspectos. No caso específico do aplicativo Freeletics, a própria nomenclatura utilizada para denominar alguns dos treinos já remete a pensar a gamificação da vida *fitness*. Basicamente, os treinos possuem três eixos: os *workouts* intervalados (envolve determinado ritmo, mas sem a contagem de tempo), os exercícios isolados (apenas a quantidade como demarcador, em que a técnica é enfatizada), e os *workouts* dos deuses (uma forma de competição cujo objetivo é a realização mais rápida e em menor tempo possível) (FREELETICS, 2020a). Notadamente, enfrentar deuses e o estabelecimento de um ranking são elementos de gamificação. Alguns exemplos de deuses a serem enfrentados, são: Aphrodite, Appolon, Ares, Artemis, Athens, Atlas, Dione, Gaia, Hades, Helios, entre outros (FREELETICS, 2020a).

A padronização de treinamentos com esses *workouts* dos deuses é requisito para montar um ranking baseado no tempo. O léxico vai além, e alguns termos são criados: para representar a melhor marca pessoal vinculada ao tempo de execução do treino, chamada de PB (*personal best*); bem como o último tempo, chamado de LT (*last time*); para representar ciclos de treinos específicos, durante certo período de tempo, chamado de Training Journeys (jornadas de treinamento, em tradução nossa) – a serem “vencidas”, talvez até desafiando deuses. Há ainda a estrela atribuída pelo próprio usuário, na ocasião de julgar que realizou com sucesso os exercícios com a técnica perfeita – o que permite que a inteligência artificial prescreva sequências mais difíceis. Além disso, há os recorrentes desafios lançados, alguns dos quais evidenciaremos neste capítulo (FREELETICS, 2020a)¹⁰³.

Nesse sentido, é produzida uma narrativa para cada deus a ser enfrentado. Para exemplificar, apresentamos um texto representativo do Kentauros.

Meio homem, meio cavalo, o Kentauros é selvagem e agressivo, com o poder de mil homens em cada perna. Lunge Walks, Jumps e Burpee Deep Frogs... prepare-se para sentir os efeitos por vários dias, mas enfrente-o e o Kentauros vai te ensinar a ser rápido e ágil (FREELETICS, 2020a)¹⁰⁴.

Quando não evidencia um deus a ser “enfrentado”, os argumentos sugerem “ser” um dos deuses. Em 2020, houve uma junção de aplicativos, em que o específico de corrida e o de

¹⁰³ Por Ellie, com o título: “O Dicionário do Freeletics”, em 2019. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/o-dicionario-do-freeletics/>. Acesso em: 7 jun. 2020.

¹⁰⁴ Por Seana, com o título: “Conheça seus oponentes: os Deuses do Freeletics”, em 2017. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/os-deuses-do-freeletics/>. Acesso em: 07 jun. 2020.

exercícios com implementos foram incorporados ao Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset. No momento da divulgação dos treinos específicos para corrida, recebido por *e-mail* pessoal em 28 de junho de 2020, é indicado correr como os deuses, conforme o recorte apresentado na Figura 24.

Figura 24 – Captura de tela representativa de um trecho da mensagem recebida em *e-mail* pessoal enviada pela Freeletics



Corra como um Deus

São 12 treinos apenas com corridas - com nomes em homenagem a deuses egípcios - que foram projetados para te ajudar a aumentar a velocidade, correr maiores distâncias e alcançar seu objetivo. Não exigem equipamentos, habilidades especiais e você pode começar em qualquer nível. Não tem experiência com corrida? **Experimente o Maat**: várias séries curtas de 200 metros intercaladas com intervalos de descanso. É perfeito se você quiser começar a correr e aumentar gradualmente sua resistência. Já está correndo há algum tempo? Então, **desafie-se com o Horus**, um treino agitado com corridas de distâncias variadas. Confira esses Deuses e pé na estrada!

Fonte: Conta de *e-mail* pessoal, em 28 jun. 2020.

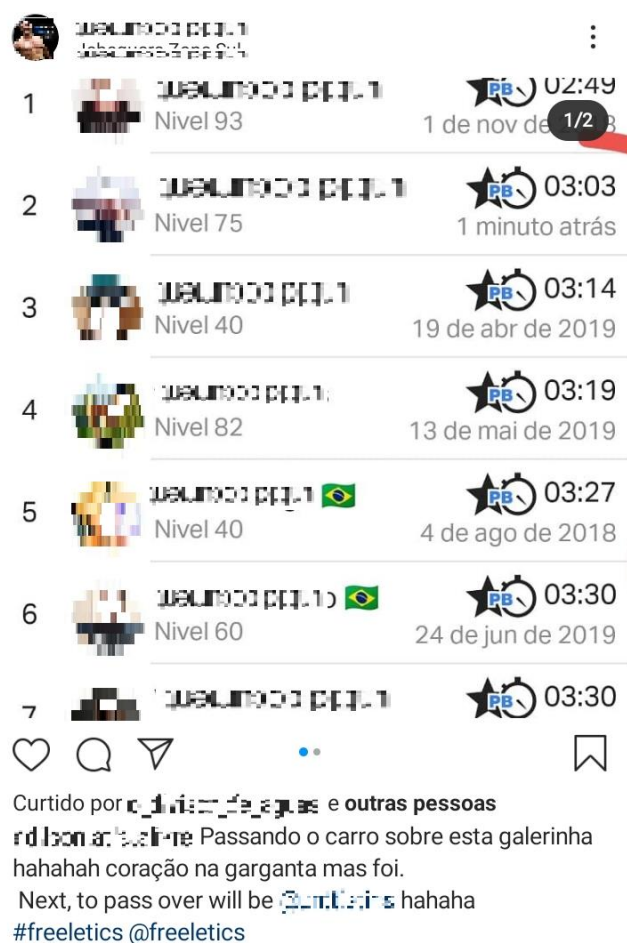
De modo mais amplo, há um tensionamento na direção de suplantar uma racionalidade, em que a lógica da gamificação da vida fitness é estendida a outras dimensões da vida. A cultura do empreendedorismo ressoa essa característica de constante competição, repercutindo o binarismo já discutido, que transita pelo sucesso e fracasso. Para exemplificar essas questões, é pertinente retomar algumas das 16 características apresentadas no *site* oficial Freeletics, que constituem o Atleta Livre:

8. Conquistar um Aphrodite, Kentauros ou qualquer um dos antigos Deuses Gregos é só mais uma manhã de segunda-feira para você.
10. Você compara todos os desafios difíceis que você enfrenta na vida com a sua primeira vez fazendo Aphrodite. Se não for tão difícil, não é um problema.

11. Antes de começar uma tarefa, uma voz dentro de sua cabeça diz “5, 4, 3, 2, 1 – Go”.
13. Você avalia suas tarefas pensando se são “dignas de uma estrela” (FREELETICS, 2020a)¹⁰⁵.

Alinhado a essa racionalidade competitiva, que constitui a sociedade de modo geral, o aplicativo promove não somente uma competição consigo mesmo, mas também entre os distintos usuários – a exemplo dos PBs fomentados. Apresentamos, na Figura 25, uma captura de tela representativa do ranking vinculado a um determinado treinamento/deus, que permite identificar diversos elementos de gamificação.

Figura 25 – Captura de tela da postagem dos Embaixadores da Freeletics, em sua conta pública de Instagram, em modo público, a qual reporta sua colocação no ranking e menciona outros Atletas Livres



Fonte: Conta pública de Instagram, 2020. Acesso em: 7 jun. 2020.


¹⁰⁵ Por Seana, com o título: “16 características que provam que é um Free Athlete”, em 2015. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/16-caracteristicas-que-provam-que-e-um-free-athlete/>. Acesso em: 7 jun. 2020.

A existência de um ranking já pressupõe uma competição em voga. A imagem aponta, ainda, outras informações, que permitem vislumbrar a competição: o nível em que o usuário se encontra (aumenta com a soma da pontuação obtida em cada treinamento), a data da *performance* em questão; o símbolo representativo de que se trata da melhor marca pessoal (PB); e o tempo que aparentemente reporta quanto o usuário levou para concluir o *workout*. Logo, quanto menor o tempo do treino, melhor a classificação no ranking.

Embora não seja ênfase da análise neste capítulo, demonstra que a gamificação faz com que os usuários se tornem ativos também nas mídias sociais. Essa consideração deriva não somente da postagem desse ranking, mas de um movimento paralelo em que os usuários postam o vídeo representativo do tempo que os colocou em determinada posição no ranking, como forma de provar a *performance* realizada. Ao realizarem a postagem do vídeo, vinculam os demais usuários (por meio de “marcação” do perfil na postagem), para que possam visualizar, retroalimentando algoritmos da bolha *fitness* (discutida no capítulo 2, Imperativo da espetacularização *fitness*).

A rigor, a postagem em distintas mídias sociais repercute, especialmente, na difusão dos recorrentes desafios lançados. Esses fomentam maior visibilidade à Freeletics, bem como a adesão e o engajamento dos usuários. Um dos mais recentes é vinculado a uma homenagem denominada de aniversário dos *burpees*. *Burpee* é um exercício calistênico (com o peso do próprio corpo). Diz-se que esse exercício foi criado (ou popularizado) na década de 1930, pelo fisiologista americano Royal H. Burpee. Logo, o desafio remete à data de seu nascimento, em 4 de junho de 1897, e consiste na realização de 10 milhões de *burpees* em dez dias. Foi divulgado em diferentes mídias da Freeletics, inclusive no *e-mail* das pessoas que possuem cadastro. Nesse contexto, apresentamos, na Figura 26, o modo pelo qual foi inserido no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, bem como algumas das interações geradas.

Figura 26 – Captura de tela referente à postagem de um Embaixador da Freeletics, que reporta algumas informações sobre o Desafio de Aniversário dos Burpees



  compartilhou um link.
7 de junho às 11:30

Desafio de Aniversário 🎂 dos Burpees
Dia 04 de Junho é o aniversário do Burpee e por ser um exercício completo, o Freeletics está propondo um desafio para todos os atletas: 10 milhões de Burpees em 10 dias.
De 10 a 20 de Junho, todos os Burpees feitos pelos Atletas Livres, serão computador e atualizados diariamente às 4:00 (horário de Brasília).
Entrando na matéria abaixo, você consegue observar em que número estamos.
Lembrete:
♥ Aquecer e alongar: nunca subestime essas etapas, assim você evita lesões.
♥ Compartilhe seu progresso com a comunidade.
♥ Desistir não é uma opção 💪💪💪
Boralá e Bons Burpees a todos ♥♥♥



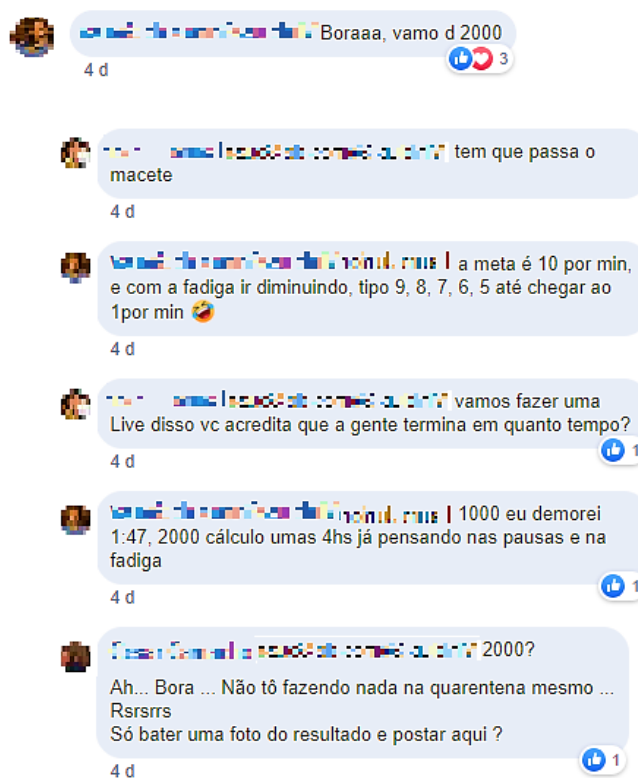
FREELETICS.COM
10 Milhões de Burpees em 10 Dias: o Desafio de aniversário dos Burpees

  30 21 comentários 2 compartilhamentos

Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 11 jun. 2020.

Na Figura 27, apresentamos algumas das interações vinculadas a essa publicação.

Figura 27 – Captura de tela referente a interações derivadas da postagem de um Embaixador da Freeletics, que reporta algumas informações sobre o Desafio de Aniversário dos Burpees



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 11 jun. 2020.


A proposta demonstra o potencial de engajamento que os desafios são capazes de produzir. Evidentemente, os usuários mostram-se dispostos, inclusive, a produzir transmissões *on-line* (*lives*) demonstrando os exercícios. Revela, portanto, que, na culpabilização *fitness*, a pressão, exercida preponderantemente de si para consigo, também opera pelo olhar do outro, vinculado ao imperativo da espetacularização *fitness* e, em menor grau, à evitação do risco. O sujeito do desempenho, que vive em constante competição (HAN, 2015), tem características incorporadas pelo sujeito empreendedor de si. Como todo empreendimento, a opinião pública também é mediadora e, portanto, mostrar a própria evolução (gamificada) é imperativo.

Um aspecto que tem gerado preocupação, na gamificação da vida *fitness*, especialmente quando se trata de vencer desafios, é a prática em volume e/ou intensidade demasiada. Isso é aprofundado ainda mais naqueles que não contam com limite máximo de pontuação, como é o caso do Desafio de Aniversário dos Burpees. Evidentemente, urge a necessidade de recomendar o estabelecimento de limites, por parte dos proponentes dos desafios *fitness*. Na captura de tela

representativa das interações geradas por esse desafio, por exemplo, um Atleta Livre, também Embaixador, convida os demais usuários a realizarem 2 mil execuções do exercício *burpee*. Provavelmente, trata-se de um volume demasiado, ao considerarmos que a estimativa desse mesmo usuário é que concluiria essa quantidade em aproximadamente quatro horas de prática. Conforme podemos observar na Figura 27, alguns outros usuários demonstram interesse em realizar esse treino de modo concomitante.

Em alguns casos, a competitividade é tão evidente que os usuários criam os próprios eventos paralelos, como no caso do convite presente nas interações reportadas na Figura 27 (a realização concomitante de 2 mil execuções do exercício *burpee*). Além disso, por vezes, esses eventos/desafios são elaborados pelos próprios usuários, seja para eles mesmos, ou com convite estendido a outros Atletas Livres, independentemente dos eventos/desafios propostos pela Freeletics. Na Figura 28, apresentamos a postagem de um usuário no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que evidencia um desses desafios criados por ele mesmo, ao completar três anos como Atleta Livre.

Figura 28 – Postagem de um Atleta Livre, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, sobre sua prática

Atleta livre  

Ontem comemorei 3 anos que comecei a usar o #freeletics e a melhor forma de comemorar é claro treinando, escolhe o primeiro treino que fiz e não terminei por ter passado mal kkk aphrodite. Dessa vez escolhi a versão força dele e 3x total de 450 #burpeessquatsjumps, 450 #pistols e 450 #jackknives (#vups)... a meta era pra 2h e meia, mas o calor atrapalhou bastante, assim como no primeiro Aphrodite, a pressão caiu, mas dessa vez não desisti, demorei mais, fiz varias pausas pra me recuperar, baixar a temperatura do corpo e tal e fui ate o fim, muito acima do tempo previsto mas o objetivo foi cumprido, ir ate o fim 🍌🍌🍌

3X APHRODITE  3:52:05 

Força

Caralhoooooo pior treino da vida me senti como no primeiro treino que foi exatamente um aphrodite, no meio do treino meu deu uma dor de cabeça insuportável, pressão caiu, mas como desistir não é uma opção, fiz varias pausas pra me recuperar e fui ate o fim.

Nível 110	
1077992 Pontos	20556 Pontos para o Nível 111
Coach	Semana 172
Foco	Cardio
Habilidades	6 / 6
Atleta Livre desde	3a 0m 1d

Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 5 jan. 2019.

A tentativa de atingir metas que, potencialmente, vão além dos próprios limites, podem gerar consequências problemáticas, como demonstrado (e glorificado) na Figura 28. No caso, o treino Aphrodite foi realizado três vezes, com duração de 4 horas (com previsão inicial de 2h30min). Apesar de ser um Atleta Livre experiente, o usuário revela que, durante o treino, sua “pressão caiu”. Outro caso semelhante, que representa não só a competitividade e o perigo da realização demasiada de exercícios, mas também o fato de agregar valor à Freeletics, a partir de outros eventos, é a edição do desafio da Copa do Mundo Freeletics, em 2018. Na ocasião, a Copa do Mundo de Futebol masculino, de 2018, foi tomada como modelo. Em síntese, a pontuação obtida pelos treinos concluídos pelos praticantes era convertida em gols, o que fez com que alguns realizassem volume demasiado de repetições.

O Brasil (dos três “capitães”, dois não eram brasileiros - Felix Uhlig e Yaroslav Doleyshek), foi eliminado nas oitavas de final, ironicamente pela Alemanha (#TeamBrazil 42% x 58% #TeamGermany)¹⁰⁶. A final foi entre Argentina e Inglaterra. Um dos capitães da Inglaterra, como podemos observar na captura de tela da Figura 29, aproveitou a oportunidade para convidar os Atletas Livres brasileiros a ajudarem com a tarefa de vencer os rivais (do futebol masculino) argentinos, bem como uma “revanche” à derrota da seleção brasileira para a Alemanha, na copa do mundo de 2014. Evidenciando a “rivalidade” entre os países, um dos capitães argentinos também aproveitou a oportunidade para convidar os brasileiros, com a argumentação de sermos sul-americanos, além de comentar a postagem do capitão britânico.

¹⁰⁶ Disponível em: <https://www.freeletics.com/en/blog/posts/freeletics-world-cup-final-wrap-up/>. Acesso em: 12 jun. 2020.

Eu mudei mais do que poderia ter imaginado desde o início da minha jornada com o Freeletics. Estou fisicamente mais forte e mentalmente mais confiante. Desenvolvi um enorme senso de compromisso. Não deixo de treinar, independente do clima, do meu horário de trabalho ou do que esteja acontecendo na minha vida pessoal. E em vez de fugir de um desafio, eu o encaro de frente. Eu amo o Freeletics porque não importa quanto eu consiga ser rápido ou forte, ele sempre me incentiva a conquistar mais para eu me tornar ainda melhor. Mas, o mais importante, o Freeletics tem me transformado em alguém de quem eu possa me orgulhar.

O valor real na definição de objetivos não é o reconhecimento ou a recompensa. É a pessoa que nos tornamos por encontrar a disciplina, coragem e compromisso para alcançar esses objetivos. Decida, comprometa-se e vença. (FREELETICS, 2020a, documento eletrônico, grifo nosso)¹⁰⁷.

Evidentemente, essa noção de ser vitorioso e o consequente comprometimento consigo mesmo, advêm de uma redução da importância do olhar do outro, que se manifesta por uma redução da importância do reconhecimento ou da recompensa externa. A recompensa pode ser aqui compreendida justamente como os elementos simbólicos derivados da gamificação, como a pontuação obtida após um treinamento; as metas atingidas; as estrelinhas conquistadas; ou mesmo a repercussão de determinada postagem, como a quantidade de *clapclap*, no caso da rede social própria da Freeletics. Reitera nossa proposta a pressão por desempenho que se exerce, preponderantemente, de si para consigo mesmo.

Essa racionalidade competitiva, que envolve um refinamento no comprometimento de si para consigo mesmo, inclui em seu escopo outro componente relevante, apontado de modo tímido nesse breve relato: a glorificação do sofrimento. Essa noção de comprometimento fomenta o pensamento de que o sofrimento faz parte desse processo de busca pelo sucesso e que, do outro lado da balança, se encontra o fracasso.

Em um léxico da cultura do empreendedorismo, bem como na ubiquidade da culpabilização *fitness*, é que o usuário relata que não deixa de treinar, independentemente do clima, horário ou de outras questões. Nesse sentido, não basta somente “suportar” os treinamentos que envolvem situações extremas, mas também “enfrentar” e “vencer”, podendo assim comemorar a glória do sucesso (glorificar). Nesse sentido, a glorificação do sofrimento contém forte materialidade na cultura *fitness* digital, se fazendo presente na empiria aqui investida e, assim sendo, merece um tópico específico de discussão.

¹⁰⁷ Por Seana, em 2017, com o título: “O poder do compromisso: A transformação de Gustavo”. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/a-historia-do-gustavo/>. Acesso em: 16 jun. 2020.

4.3 GLORIFICAÇÃO DO SOFRIMENTO: #NOPAINNOGAIN

Segundo o dicionário Michaelis *On-line*¹⁰⁸, do ponto de vista etimológico, glorificar deriva do latim *glorificare* e, dentre suas definições possíveis, tem-se sua aplicação como verbo pronominal que significa “4 Mostrar-se orgulhoso de si mesmo; jactar-se, ufanar-se”. Esse é o sentido aqui empregado, com orgulho vinculado a si, na particularidade de vencer ou superar determinado desafio/treinamento, cujo processo é permeado por sofrimento.

No mesmo dicionário, sofrer deriva do latim *sufferere*, e tem umas das definições como “1 Ser atormentado por dores físicas ou morais; padecer”. Com efeito, a expressão **glorificação do sofrimento** é aqui representada como o ato de se mostrar orgulhoso por ter passado por determinadas dores, ao “vencer” determinado treinamento/desafio. Portanto, a glorificação do sofrimento é como uma tendência masoquista de celebrar o fato de ter enfrentado e superado dificuldades relacionadas à vida *fitness*.

Assim, um dos textos publicados no *site* oficial da Freeletics aponta que o martírio é presente, conforme o próprio título diz, ou seja: *Festeje antes de se martirizar*. Nesse sentido, é apresentado o seguinte:

Sem rodeios: o caminho para a transformação atlética é longo e íngreme. Mas dá para tornar a jornada mais agradável comemorando cada conquista.

Objetivos e grandeza: os dois temas andam de mãos dadas. Transformar-se na melhor versão de si mesmo requer persistência, continuidade e determinação #SemDesculpas #NoExcuses. Os objetivos te dão foco e determinação enquanto você faz o trabalho fortalecer corpo e mente. Entretanto, entre uma transpiração e outra, tem uma coisa que às vezes a gente se esquece de fazer: comemorar pequenas conquistas ao longo do caminho. Por que é importante respeitar essas ocasiões? Continue lendo para descobrir. (FREELETICS, 2020a)¹⁰⁹.

Uma releitura do título (*Festeje antes de se martirizar*), vinculado aos argumentos desse recorte em destaque, permite compreender que o festejo reporta uma celebração, glorificação; e, o martírio, um sofrimento. Justamente o elemento aqui explorado: glorificação do sofrimento. É colocado como parte do processo de produção da melhor versão de si, que demanda persistência, continuidade e determinação. Na lógica contida no texto citado, esse é o modo de conquistar corpo e mente fortes.

A indicação de celebrar os pequenos feitos inclui os elementos da gamificação, o que reitera seu entrecruzamento com a glorificação do sofrimento, aqui defendido. Em nosso

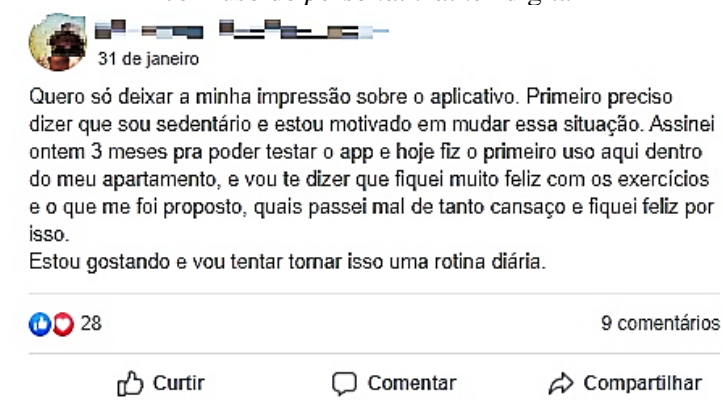
¹⁰⁸ Dicionário Michaelis Online. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 31 maio 2020.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/festeje-antes-de-se-martirizar/> Acesso em: 10 nov. 2019.

entendimento, inclui também o sofrimento relativo a situações extremas vivenciadas pelos usuários, como são os casos aqui discutidos de usuários que realizam demasiados volumes de treino e divulgam como mais uma vitória: treinos de madrugada, exaustivos, e que provocam dor. Exemplo disso é o caso do Embaixador que atende um convite para realizar 2 mil *burpees* em uma sessão de treino. Em publicações anteriores, é possível identificar que ele relatou ter realizado 1.500, no ano anterior (2019).

Ainda sobre um certo distanciamento entre o ser ativo e o ser *fitness*, o sedentarismo, típico do discurso da vida ativa e do eixo saúde, se encontra pontualmente presente. Na Figura 30, apresentamos a postagem de um dos usuários novatos no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, em que aparece tanto a dimensão de um afastamento do sedentarismo (do “risco”), como uma glorificação do sacrifício.

Figura 30 – Postagem de um Atleta Livre sobre sua vivência com uso do *personal trainer* digital



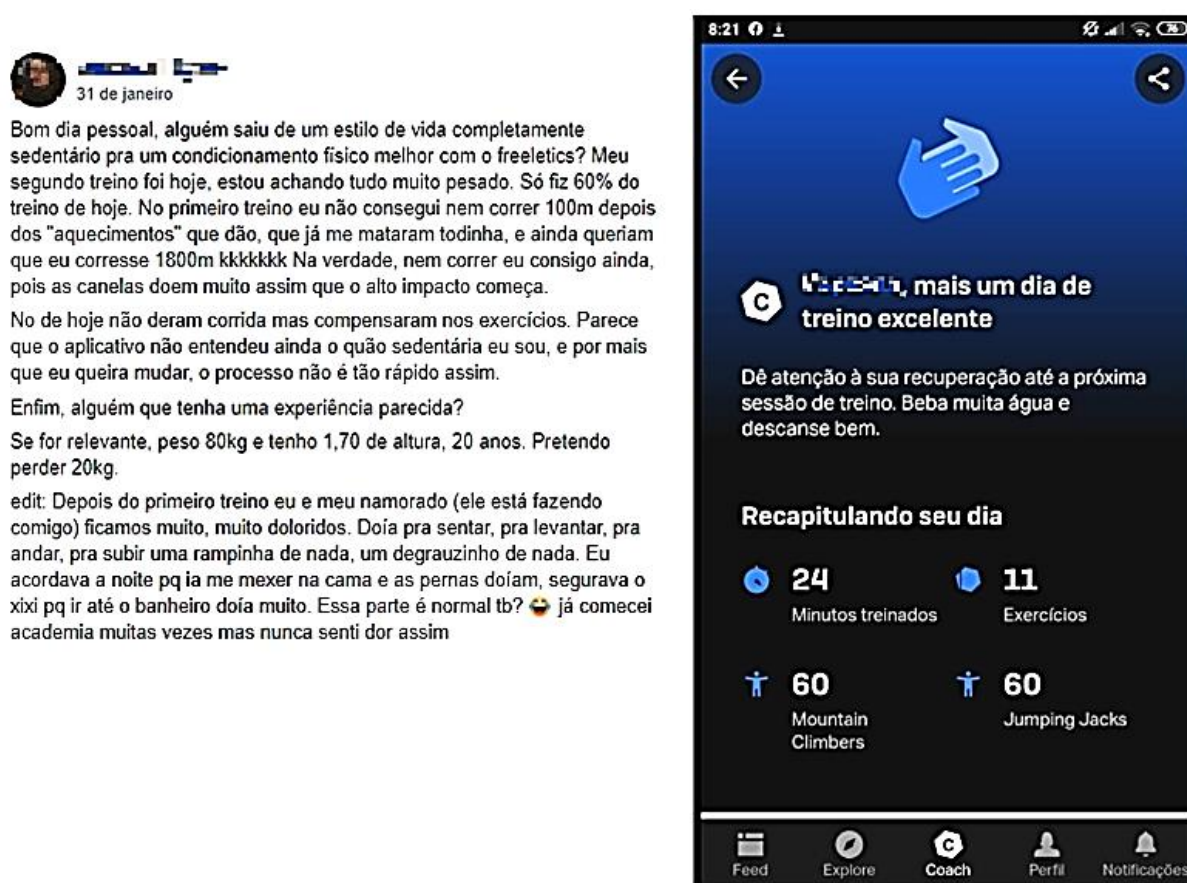
Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 5 jan. 2019.

Nesse caso, o Atleta Livre relata o interesse de deixar sua suposta condição de sedentário como um dos motivos para aderir ao *personal trainer* digital. Trata-se de um argumento pouco evidenciado, que se vincula mais fortemente à discursividade do ser ativo e do eixo saúde. Aparece pela subjetividade de alguns Atletas Livres, representada por suas postagens, mas não como *affordances* vinculadas ao *personal trainer* digital. Mais do que isso, a postagem revela que, no primeiro teste do aplicativo, realizado no próprio apartamento, o usuário quase passou mal de tanto cansaço e, por esse motivo, ficou feliz. Logo, o sofrimento passa a ser mais um

dos troféus e abrange até mesmo os usuários que, em primeiro momento, realizam tal prática “à sombra do risco”¹¹⁰.

Alguns dos nove comentários acerca dessa postagem apresentada na Figura 30 remetem à indicação de confiar no *personal trainer* digital, considerando que, com o decorrer do tempo e dos *feedbacks* atribuídos ao treino, as orientações serão ajustadas ao nível de condicionamento físico do usuário. Por outro lado, que a dor (muscular) faz parte do processo. O binômio do sucesso/fracasso, que integra a cultura do empreendedorismo, também é apresentado. Logo, em outra postagem (Figs. 31 e 32) de um Atleta Livre em fase inicial, semelhante à anterior, um Embaixador, ao considerar que a dor, de fato, faz parte, questiona: “*O que dói mais, o meu corpo quando pratico exercícios, ou o meu emocional, por estar insatisfeita com o meu corpo atual?*”.

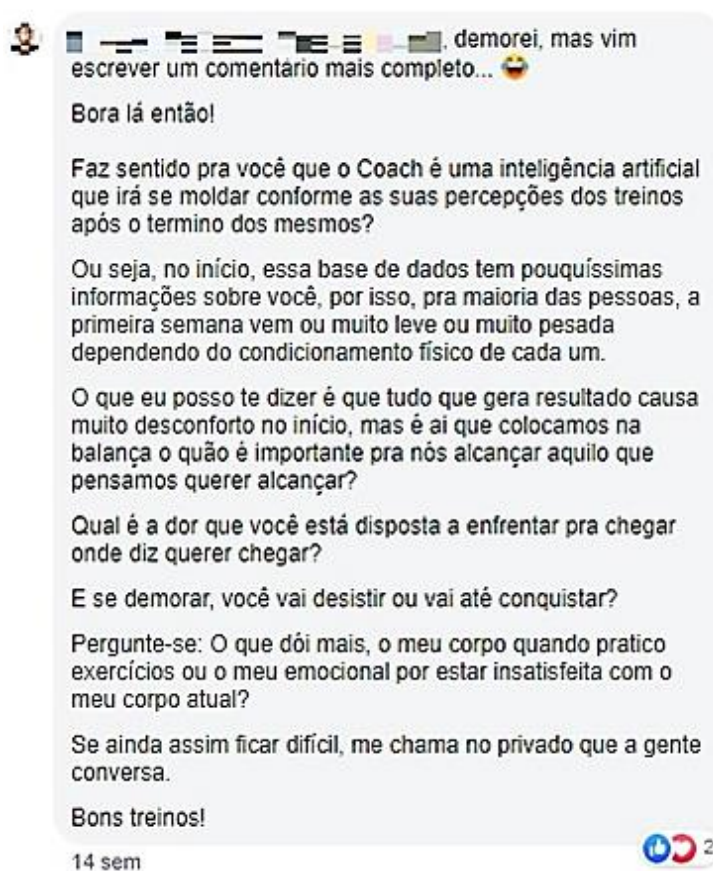
Figura 31 – Postagem de um Atleta Livre ao solicitar ajuda relativa a como lidar com dores pós-treino



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 5 jun. 2020.

¹¹⁰ “Escolhas saudáveis à sombra do risco” é um tópico de discussão específico na tese de doutorado de Alex Branco Fraga (2006).

Figura 32 – Resposta de um Embaixador em relação à solicitação do Atleta Livre



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 5 jun. 2020.

O argumento do Embaixador apresenta exatamente uma balança, segundo a qual é preciso pesar o desconforto de se submeter ao treinamento e a insatisfação com o próprio corpo. Nesse sentido, não é apresentada a possibilidade de aceitação do corpo, ou mesmo considerada a possibilidade de a mudança corporal proporcionada pelo aplicativo ser tímida. Nos passos iniciais de um Atleta Livre, o acalento é que o *personal trainer* digital adapta os treinos e que, assim sendo, os treinamentos acarretarão menos dor.

Uma ressalva oportuna nesse momento é que os argumentos aqui apresentados não são uma defesa para que os exercícios físicos sejam “indolores”. O ser *fitness* demanda que os princípios do treinamento sejam considerados, por sua vez, já que preveem um estímulo que promova um desequilíbrio na homeostase, como premissa para que ocorra o fenômeno da supercompensação. Depois de um certo tempo, esse processo leva a um incremento na condição física, em relação àquela anterior ao treinamento (TUBINO; MOREIRA, 2003). Na ocasião das

práticas calistênicas, entendemos que a dor é normalmente ocasionada por microlesões na fibra muscular, processo natural durante e após treinamentos resistidos. Logo, o que pode ser problemático não é exatamente o fato de sentir dor, mas quanto, o que pode representar volume e/ou intensidade demasiados de treinos, por exemplo.

A rigor, do ponto de vista dos princípios do treinamento (TUBINO; MOREIRA, 2003), para que a adaptação ocorra, é importante que o estímulo (sobrecarga) seja aplicado em momento adequado – princípio da sobrecarga. Para isso é preciso considerar dois períodos: de restauração, que corresponde ao mesmo nível de energia anterior ao estímulo e o de restauração ampliada, em que há maior energia para novos estímulos. A integração entre esses dois períodos corresponde à assimilação compensatória (ou supercompensação), sendo o momento oportuno para estímulos mais fortes. Assim, para aplicação dos estímulos, é preciso planejar períodos de pausa para recuperação e transição, não previstos pelo aplicativo fitness, na medida em que pode ser acionado em qualquer momento, repetidas vezes. É preciso, ainda, considerar um quarto princípio: da continuidade. Esse tem por base dois pressupostos: 1) a condição “atlética” que envolve períodos (meses/anos) contínuos de treinamento; 2) preparações anteriores, que afetam na periodização atual. Por outro lado, questões relacionadas à efetividade/qualidade do treinamento prescrito pelo *personal trainer* digital não integra o escopo desta tese, portanto, não cabe aqui aprofundá-las.

Independentemente da análise de sua efetividade/qualidade, a periodização do treinamento esportivo é geralmente constituída por macrociclos, mesociclos e microciclos. No caso do *personal trainer* digital, aparentemente, o que é chamado de *Hell Week*, muitas vezes representada pelos usuários pela hashtag #*HellWeek*, indica o que chamamos, no treinamento esportivo, de microciclo de choque: um grupo de treinos, geralmente semanais, caracterizado pelo ápice de carga (volume/intensidade), de acordo com a proposta de autores como Bompa ou Matveev (MARQUES JUNIOR, 2020). A explicação a seguir, publicada no *site* oficial Freeletics em 2018, reforça esse pensamento, em manifestação que dialoga com a gamificação:

Dicionário Freeletics: Hell Week

[...]

A Hell Week em si é composta por 7 Workouts completos dos Deuses. 7 oportunidades para você disparar com novos PBs e definir novos recordes. Durante esta semana você deve se concentrar apenas em dar tudo de si para realizar os workouts dos Deuses. Ao final da semana você vai estar esgotado, e é assim que deve ser.

Talvez você note um volume menor de treinos na semana anterior e na posterior à Hell Week. E, antes que pergunte a resposta é sim, vai ser desse jeito. Antes da Hell Week, queremos te deixar melhor preparado para a sua “competição”. Ao diminuir o volume de treinos e, ao mesmo tempo, mantendo a alta intensidade deles, você preparará seu corpo. A semana seguinte à Hell Week será uma semana para você fazer

uma recuperação ativa. Ela serve como um tempo para você se recuperar da competição. A gente te aconselha a fazer alguma atividade recreativa para ajudar seu corpo a se recuperar da carga pesada, pode ser qualquer coisa que te mantenha em movimento sem exigir muito do seu corpo, por exemplo andar de bicicleta, nadar, ou dar uma caminhada. Assim, os treinos do Coach na semana de recuperação ativa serão, novamente, muito suaves.

Às vezes para chegar ao paraíso você tem que passar pelo inferno e o melhor jeito de descobrir as suas capacidades é se desafiar constantemente, em todos os sentidos. Dê o seu máximo e você será recompensado. (FREELETICS, 2020a)¹¹¹.

A *Hell Week*, portanto, evidencia aspectos significativos tanto do ponto de vista da periodização do treinamento, como também da análise sociológica aqui empreendida. Primeiro, que é possível realizar periodização de treinamento por meio de inteligência artificial, mas sua efetividade e a coerência não são alvos de análise nesta tese. Do ponto de vista da análise sociológica, reforça a glorificação do sacrifício aqui defendida, já que é preciso “passar pelo inferno”.

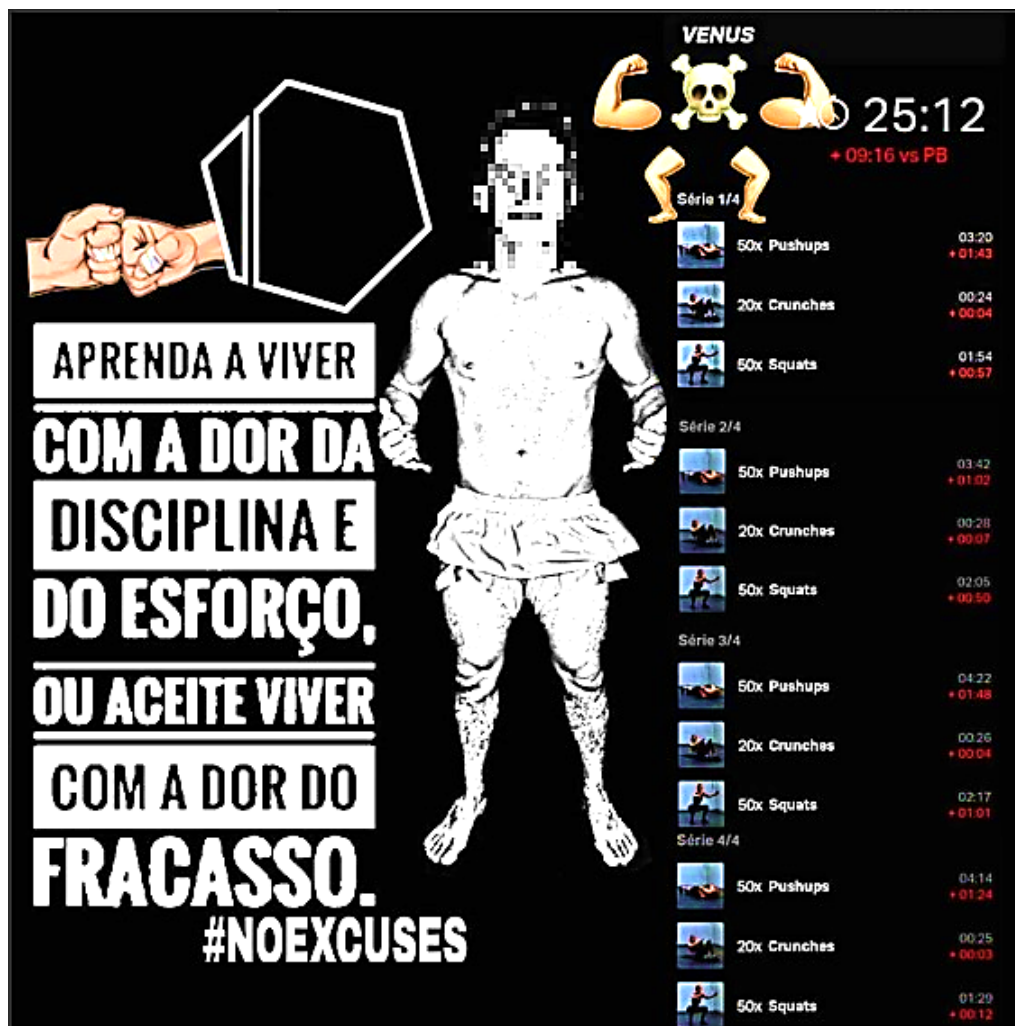
Na medida em que os desafios envolvidos em realizar os treinamentos são mais intensos, suas consequências também são – a exemplo das dores. No sentido de evidenciar a glorificação do sofrimento, identificamos que o compartilhamento de imagens relativas a esse período é recorrente. A tradução (nossa) desse termo reforça isso: semana infernal. Algo que lembra dor e sofrimento e, por isso, melhores, ou seja, maiores a conquista e a glorificação, já que se conseguiu superar esse desafio.

Esse adendo acerca do treinamento se faz necessário na medida em que tensiona uma vida *fitness* que inclui uma glorificação do sofrimento e que a dimensão da dor, de fato, integra efeitos pós-exercício. A propósito, algumas evidências apontam que a percepção subjetiva do esforço da sessão, semelhante ao *feedback* atribuído pelo usuário após o treinamento com o *personal trainer* digital, é um método confiável (NAKAMURA; MOREIRA; AOKI, 2010).

Outro destaque relevante, na glorificação do sacrifício, é sua relação com a cultura do empreendedorismo. Em diversas publicações vinculadas à Freeletics, é possível identificar argumentos, escritos de distintos modos, que questionam: Você está disposto a pagar o preço do sucesso? A mesma questão aplica-se ao cenário aqui explorado, não restritivamente na questão financeira, mas o investimento em si mesmo, nos diferentes sentidos. Nessa direção, apresentamos na Figura 33 uma postagem realizada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, por um Atleta Livre.

¹¹¹ Por Seana, em 2018, com o título: *Dicionário Freeletics: Hell Week*. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/hell-days-hell-week/>. Acesso em: 28 jun. 2020.

Figura 33 – Postagem de usuário no Grupo de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, representativa da glorificação do sacrifício



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 5 de jun. 2020.

O Atleta Livre que realizou a postagem destaca a seguinte frase: “Aprenda a viver com a dor da disciplina e do esforço, ou aceite viver com a dor do fracasso. #NoExcuses”. Trata-se de uma passagem relevante, pois demonstra que a dor, em questão, não reporta exclusivamente a dor muscular, mas também a “disciplina” e “esforço”. Essa disciplina é oportuna, considerando, justamente, a readequação da rotina e, portanto, o deslocamento de uma “vida comum” para uma vida *fitness*. Incide em um dos modos pelo qual o poder disciplinar, semelhante ao descrito por Foucault (2014), opera, com a peculiaridade que a punição é equivalente ao fracasso, e o que se busca é o sucesso, a glória. Incide no contexto ubíquo da já discutida culpabilização *fitness*, em que o #NoExcuses (#SemDesculpas) é fortalecido. Na Figura 34, apresentamos outra postagem, que explicita a relação entre usuário e treino.

Figura 34 – Postagem de usuário em conta pública de Instagram Freeletics Brasil, com os dizeres “O treino de hoje já foi pago!”



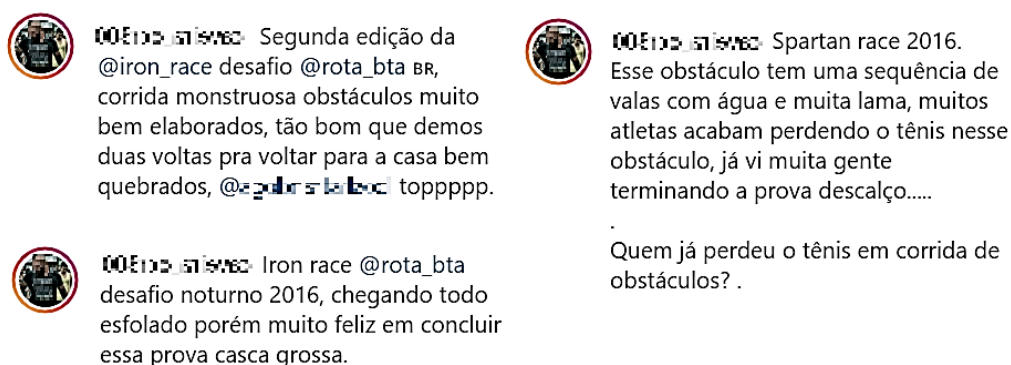
Fonte: Conta pública de Instagram, 2020.
Acesso em: 5 jun. 2020.

Essa postagem reporta um alinhamento com a cultura do empreendedorismo e, especialmente, na relação que os usuários possuem com esse momento que seria de cuidado consigo. Esse pensamento repercute em outras postagens, a exemplo dos dizeres: “A dor que você sente será temporária, mas a glória durará para sempre”; ou mesmo na *hashtag* #TaPago. Portanto, essa relação de dívida eterna esvazia a dimensão de fruir a prática em si, deslocado para um potencial ganho posterior. Trata-se de uma discursividade que permeia a cultura *fitness* digital de modo geral, não sendo aspecto restrito à Freeletics. O argumento de que “tá pago”,

além de *hashtags* como *#NoPainNoGain* (sem dor, sem ganhos), é fortemente difundido na cultura *fitness* digital.

Por outro lado, a glorificação do sofrimento extrapola a dimensão de possíveis ganhos, ainda que comprometida com a noção de sucesso, haja vista o interesse em obter certa visibilidade nesse sentido. A seguir, na Figura 35, apresentamos um recorte de três postagens de um Embaixador, em sua conta pública de Instagram, ao vincular a *hashtag* *#freeletics*, que evidencia essa relação. Na ocasião, retiramos as imagens e mantivemos apenas os textos para adequar o tamanho da captura de tela.

Figura 35 – Postagem de um Embaixador em sua conta pública de Instagram, vinculada à *hashtag* *#freeletics*, ao participar de um evento de corrida de aventura



Fonte: Conta pública de Instagram, 2020. Acesso em: 13 jun. 2020.

Nas três postagens, o Embaixador demonstra situações extremas, as quais, por si só, são uma forma de troféu para ele. Em uma delas, indica que, após a corrida de obstáculo, ele e outro competidor ficaram “quebrados”; em outra, que chegou “todo esfolado” e “feliz” em concluir a prova; na última, destaca que acabou perdendo o tênis e que muitos finalizam a prova descalços.

Evidentemente, pelo fato de o sofrimento representar uma espécie de troféu, entendemos que suportar a dor remete a alguém corajoso, viril. Movimentos semelhantes são identificados em outras esferas, como em treinamentos militares – os quais, em parte, derivam a própria calistenia –, bem como aos atletas profissionais. Além disso, a dor é algo central em alguns rituais de povos indígenas, como o Ritual da Tucandeira para os Sateré-Mawé, cujo objetivo precípua é a iniciação masculina; ou seja, o ritual, marcado pela dor, “[...] estabelece uma relação metafórica que sinaliza a transição do menino, ainda criança, para a condição de homem adulto, corajoso e conseqüentemente, guerreiro, além de celebrar a maioria de uma nova personalidade no seio da sociedade tribal” (CARVALHO, 2015, p. 114).

Basicamente, enquanto canta e dança, o participante insere as mãos em uma luva tecida com palha de palmeira, ornamentada com penas de arara e penugem de gavião-real, com formigas tucandeiras com os ferrões para dentro da luva (CARVALHO, 2015). Esse ritual “é considerado pela nação indígena como uma festa que tem a função de demonstrar o heroísmo e a bravura de seus homens que corajosamente se submetem e resistem à prova das picadas das ferozes formigas tucandeiras” (CARVALHO, 2015, p. 81).

Por outro lado, as semelhanças são bastante limitadas, se considerarmos os significados culturais e cosmológicos que um ritual assume para os Sateré-Mawé, em comparação à glificação do sofrimento que identificamos na cultura *fitness* digital. A seguir, Carvalho (2015, p. 66) apresenta um pequeno recorte que traz os vários elementos constitutivos desse ritual:

O Tuxaua enfatizou que, ao colocar a mão na luva, durante o Ritual, o homem guerreiro Sateré reforça seu compromisso com os laços familiares, matrimoniais; recebe força e saúde, pois assim entendem que ocorre quando picados pela tocandira ou tucandeira. Essa formiga libera um líquido que é como uma vacina contra as doenças. Em cada ritual que se realiza, renova-se junto ao Deus Tupana o pedido de proteção e saúde para cumprir com as responsabilidades familiares.

Parece-nos um contrassenso comparar a dimensão cultural e cosmológica envolvida no Ritual Tamandaré em relação à glorificação do sofrimento. Vale lembrar a discussão contida no capítulo 2, O imperativo da espetacularização *fitness*, no qual apresentamos a proposta de Byung Chul Han (2014) em relação ao processo de aceleração da sociedade. Conforme lá salientado, o autor usa uma metáfora em que compara o peregrino e o turista. O trajeto de um peregrino é marcado por uma riqueza semântica da narratividade (há um antes, um durante e um depois); já o de um turista, por uma “discronia temporal” (HAN, 2014, p. 77) e aceleração, não há espaço para um estado contemplativo em função da lógica do *check-list* de lugares a visitar. A glorificação do sofrimento, apesar de guardar relação com os sacrifícios físicos autoimpostos pelo povo Sateré-Mawé, está mais próxima do espírito frenético do turista que busca cumprir metas de *check-list* do que da relação cosmológica impregnada nos rituais daquela comunidade indígena estudada por Carvalho (2015).

Embora a mistificação do sofrimento tenha potencial para mobilizar adeptos, é a espetacularização desse processo de submissão voluntária, no escopo da aceleração da sociedade, que captura sujeitos para a vida *fitness*. Em um ensaio com base na abordagem do Sacrifício Percebido do Consumidor (“*perceived consumer sacrifice*”), Silva e Farias (2020, p. 388) refletiram acerca do “estilo de vida *fitness*”. Embora considere o sacrifício (e não

“sofrimento”, como empregamos aqui) um ritual, a autora direciona essa prática cultural ao “mercado das aparências”, conforme o relato a seguir:

Assim, o estilo fitness traz, em sua essência, a percepção sacrificial, ao ser baseado na necessidade de dor, abdição e renúncia, em prol do benefício do corpo dito perfeito, que transforma o comportamento e o corpo do ser. O objetivo ritualista desse sacrifício, portanto, busca objetivos mais prosaicos que não estejam ligados à prática de experiências místicas, mas à conquista do mercado das aparências, através de uma boa performance física e especialmente visual dos consumidores ávidos por atuarem em seus próprios corpos, purificando-os, continuamente, pela dor. (SILVA; FARIAS, 2020, p. 392).

Evidentemente, o que passa a ser mais relevante ao discutir a glorificação do sofrimento, são os modos pelos quais as pessoas significam o elemento da dor, permeado por debates do âmbito sociocultural, e não propriamente sua existência, algo que nos levaria a discutir outras questões relativas ao treinamento esportivo. Como a efetividade e a eficácia dos treinamentos prescritos (ou “aconselhados”) pelo *personal trainer* não integra o escopo desta tese, não nos aprofundamos nessa seara.

Diante do exposto, entendemos que a glorificação do sacrifício é algo recorrente na cultura *fitness* de modo geral, apresentando interface com a gamificação da vida fitness e, ao mesmo tempo, um caráter narcisista. Conforme explicado ao longo do capítulo, a cultura *self-tracking* reformula formas de persuasão e engajamento tradicionalmente conhecidos, constituindo o imperativo do desempenho *fitness*. Este, por sua vez, se apresenta com três características: ubiquidade e pressão por desempenho, já que os treinos podem ocorrer em qualquer hora e em qualquer lugar; gamificação da vida *fitness*, em que os modos de persuasão deixam de ter a pedagogia do medo como preponderante, passando a se constituir uma pedagogia da gamificação; e glorificação do sofrimento, em que os percalços do caminho envolvidos na produção da melhor versão de si, especialmente a disciplina envolvida na convivência com a dor e outras situações extremas em oposição à insatisfação corporal. Além disso, identificamos que os dados gerados pela espetacularização de si, pela datificação de si e com engajamento pelo desempenho gamificado, fazem funcionar não somente o *personal trainer* digital baseado em inteligência artificial, como também propicia que o usuário se torne objeto de estudo de si mesmo. No próximo capítulo, discutiremos justamente esse imperativo.

5 IMPERATIVO DO AUTOCONHECIMENTO: SEJA EMPREENDEDOR DE SI

Como saber se o seu regime de condicionamento é eficaz

Fatores a levar em consideração ao monitorar seu progresso.

Não há sensação melhor do que a que temos depois de um workout bom e intenso.

Mas como saber se o seu treino foi eficaz para te manter no caminho das suas metas? Para conseguirmos ter uma visão geral, precisamos medir a eficácia do nosso plano de treinos no longo prazo.

Independentemente da sua meta ser perda de peso, ganho muscular, ou ambos, o mesmo princípio é válido: não é possível gerenciar o que você não consegue medir. Acompanhar seu progresso é uma maneira simples, mas eficaz, de se manter no caminho das suas metas. (FREELETICS, 2020a)¹¹².

Conforme consta na epígrafe apresentada, para se “manter no caminho das suas metas” é preciso “acompanhar seu progresso”. Logo, entendendo o próprio sujeito como um empreendedor de si, é preciso um gerenciamento. Em primeiro lugar, tudo isso é possibilitado quando se está de posse dos próprios dados. Como vimos, a imersão em práticas *self-tracking*, bem como a navegação pela internet, de modo geral, produzem uma datificação de si, sob a égide de um melhor desempenho fitness e da busca pela *#MelhorVersãodeSi*, ou a *#BestVersionOfYourself*.

Isso permite avançar para uma segunda premissa, cujos mediadores estão em destaque nesse capítulo: “Não é possível gerenciar o que você não consegue medir”. Embora se trate de uma generalização que, evidentemente, pode ser contestada, o fato é que é representativa do movimento que materializa as discussões aqui investidas: o *quantified self*.

Trata-se de um movimento pouco estudado no Brasil, o que demanda uma introdução mais extensa, em relação aos demais capítulos desta tese. Embora útil, sua tradução literal (quantificação de si) não permite identificar sua abrangência, mesmo se considerarmos que o processo de estruturar dados (quantificar) é requisito para a datificação e a inteligência artificial. O lema principal do movimento, contudo, permite vislumbrar seu principal argumento: *self knowledge through numbers*, ou seja, autoconhecimento por meio dos números¹¹³. Portanto, dialoga com a noção empregada na epígrafe, de que “não é possível gerenciar o que você não consegue medir”. Parte do princípio que esse “gerenciamento” (na perspectiva da epígrafe, mais

¹¹² Por Ellie, com o título: “Como saber se o seu regime de condicionamento é eficaz”. Em julho de 2020. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/como-saber-se-o-seu-regime-de-condicionamento-e-eficaz/>. Acesso em: 24 ago. 2020.

¹¹³ O título que consta no site é: “*Quantified Self: self knowledge through numbers*”. Disponível em: <https://quantifiedself.com/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

alinhada à cultura do empreendedorismo), ou estudo (na perspectiva do *quantified self*, mais alinhada a uma cientifização) dos próprios dados, é mais produtivo para a tomada de decisão do que a intuição pessoal.

Em tese, os números nos permitem aceder ao “nosso verdadeiro eu” e, assim, conhecermo-nos. Lembra a máxima (também passível de contestação): os dados não mentem. Nesse sentido, o *quantified self* é uma particularidade da cultura *self-tracking*: aqueles *self-trackers* que procuram fundamentar a tomada de decisão de sua própria vida a partir dos números. Logo, diante do objetivo de analisar como o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*, identificamos que o *ser empreendedor de si* é um ponto de confluência, alicerçado aqui no que denominamos **imperativo do autoconhecimento**.

The quantified Self é o título de uma das obras de Deborah Lupton (2016b). Conforme a autora, *quantified self* é, por vezes, usada até mesmo como sinônimo do *self-tracking*, assim como outros termos: *lifelogging*, *personal informatics* e *personal analytics*. Lupton (2016b) indica que o movimento foi criado por Gary Wolf, jornalista da revista *Wired*, a partir do primeiro artigo publicado em julho de 2009, com o título “Conheça a si mesmo: acompanhando todas as facetas da vida, do sono ao humor e à dor, 24/7/365” (tradução nossa)¹¹⁴. Apesar de o primeiro artigo ter sido publicado por Gary Wolf, o movimento conta também com Kevin Kelly como pioneiro.

Basicamente, a *quantified self* consiste em extrair dados de atividades humanas, inicialmente com sistemas de *self-tracking*, analisados autonomamente, produzindo, em tese, um autoconhecimento (*self-knowledge*) (RUCKENSTEIN; PANTZAR, 2017). Logo, fenômenos individuais e sociais são transformados em dados quantificados, possibilitando um acompanhamento comportamental em tempo real e análise preditiva (RUCKENSTEIN; PANTZAR, 2017).

Nesse movimento, a revista *Wired* assume papel importante, não somente por ter publicado o primeiro artigo, mas também por constar diversos outros que trazem informações relevantes sobre o tema. Dada essa relevância, Ruckenstein e Pantazar (2017) analisaram 41 de seus artigos, publicados entre 2008 e 2012, com ênfase em extrair deles as principais concepções da *quantified self* (em parte, conflitantes) apresentadas. Quatro concepções foram preponderantes, a saber:

¹¹⁴ Título original do artigo: “Know Thyself: Tracking Every Facet of Life, from Sleep to Mood to Pain, 24/7/365”. Disponível em: <https://www.wired.com/2009/06/lbnp-knowthyself/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

- Transparência no mundo quantificado (*transparency in the quantified world*) – sugerindo que tudo pode ser mais bem compreendido e transparente (logo, o ideal), quando quantificado, tornando, portanto, desnecessária, qualquer teoria – os números revelariam a verdade;
- Otimização da saúde e do desempenho (*optimizing health and performance*) – sugerindo que as pessoas, assim como as máquinas, devem se adaptar aos apontamentos dos dados, ao optar pelas escolhas ideais, baseada em evidências (estatísticas), com foco na meta (*target-level*);
- Ciclo de *feedback* para mudança de comportamento (*feedback loops for behavioral change*) – sugerindo uma “não manipulação”, mas colocando o controle “na mão” das pessoas. As informações obtidas por rastreamento são analisadas preferencialmente em tempo real, para que, com base em experiências anteriores, as pessoas possam optar (ou não) por modificar seus comportamentos;
- Descobertas de *biohacking* (*biohacking discoveries*), sugerindo que as pessoas se envolvam em auto-otimização (*self-optimization*) em contexto predeterminado. Aplicável a outras áreas da vida, como consumo, sociabilidade e sexualidade. Aprofunda na dimensão individual, com base na compreensão de que cada indivíduo é diferente e as médias não são suficientes.

Dentre essas quatro concepções contidas na revista *Wired*, apenas a transparência no mundo quantificado não se manifesta de modo consistente na empiria de nosso estudo. A rigor, entendemos se tratar de uma concepção demasiadamente idealizada, pois pressupõe “a verdade” completamente determinada pelos números, em cenário de total transparência. A pretensão de demonstrar que os números revelariam “a verdade”, a ponto de tornar desnecessária qualquer teoria, não foi identificada na rede sociotécnica da qual o personal trainer digital faz parte. As outras três se encontram presentes, e têm como elemento comum a tomada de decisão *data driven*, porém, com uma diferença importante: Nos dois primeiros (a otimização da saúde e do desempenho e o ciclo de *feedback* para mudança de comportamento), para seguir os caminhos indicados pela própria tecnologia e, no terceiro (descobertas de *biohacking*), os caminhos são descobertos com base na análise do próprio usuário (ainda que orientada pelos dados).

A otimização da saúde e do desempenho, assim como o ciclo de *feedback* para mudança de comportamento, possuem forte relação com as tecnologias em torno do *personal trainer* digital. Transita por práticas de registro e análise dos próprios dados, seja por meio analógico, quando o próprio usuário gera os relatórios e faz as análises, ou por meio automático, quanto

relatórios e análises são feitos via automação. Particularmente, envolve um movimento de autoconhecimento que, de certo modo, se vincula mais a seguir o caminho recomendado pela tecnologia, inclusive com “treinamentos da mente”. Constitui, portanto, o primeiro tópico de discussão neste capítulo.

As descobertas de *biohacking*, por sua vez, envolve uma *self-experimentation* (autoexperimentação) que pode ultrapassar o caminho recomendado pela tecnologia. Envolve estratégias/truques (*hack*), normalmente fruto da própria experiência, para aprimoramento de alguns aspectos da vida, representados genericamente pelo “bio” (biológico) da expressão *biohacker*, seja por meio do domínio de determinados exercícios físicos, aspectos nutricionais e/ou da tecnologia. Constitui, portanto, o segundo tópico de discussão deste capítulo.

5.1 OTIMIZAÇÃO E O CICLO DE *FEEDBACKS*: ALINHE SUAS MEDIDAS ÀS SUAS METAS

Neste tópico, analisam-se manifestações dos mediadores que compõem a rede sociotécnica da qual o *personal trainer* digital faz parte e que, de certo modo, materializam duas concepções de *quantified self* apresentadas na revista *Wired*, na análise de Ruckenstein e Pantazar (2017). No trabalho em questão, os autores já destacam que estes temas estão inter-relacionados. Em nossa análise, identificamos mais pontos de convergência entre a otimização da saúde e do desempenho e o ciclo de *feedback* para mudança de comportamento, especialmente certa adesão a caminhos indicados pela tecnologia, em oposição a uma autoexperimentação, mais recorrente na dimensão dos *biohackers*, tema do próximo tópico.

A princípio, compreendendo o sujeito empreendedor de si no contexto da cultura *fitness* digital, destacamos a vontade de promover um gerenciamento sobre si mesmo. Para isso, a produção de relatórios é oportuna, pois possibilita uma “visão geral” sobre o “progresso” do empreendimento, bem como para reavaliar certas posturas. Essa vontade de saber, de se conhecer, faz com que os Atletas Livres elaborem relatórios de modo “artesanal”, manual, não automatizado, em que eles mesmos agrupam certos dados considerados relevantes em determinada planilha. A Figura 36 representa essa característica, em postagens no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (FREELETICS BRASIL - OFICIAL, 2020).

Figura 36 – Captura de tela publicada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa um modo analógico de promover relatórios dos próprios dados, com uso do Microsoft Excel

	A	B	Q
1	Acompanhamento - Balança	0	15
2	Datas	02/01	17/04
3	Peso	81.9	76.1
5	IMC	27.4	25.4
6	% gordura	26.1	19.8
7	Peso em gordura	21.38	15.07
9	% musculo esquelético	36	39.5
10	Peso mus esquelético	29.48	30.06
12	Metabolismo desc	1791	1719
13	Idade do corpo	48	40
14	Nível gord visceral	10	8
15			
16			
17	TOTAL		
18	Total Diferença peso	-5.80	
19	Total Diferença % gordura	-6.30	
20	Total Diferença peso gordura	-6.31	
21	Total Diferença % mus esquelético	3.50	
22	Total Diferença peso mus esquelet	0.58	
23			

Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 10 fev. 2018.

Evidentemente, o objetivo de reunir estes dados não é para mero registro, mas sim para a otimização da saúde e do desempenho. Assim sendo, proporciona tanto uma visão geral da evolução pessoal, quanto orienta os passos seguintes. Normalmente, quando a evolução é tímida, ou negativa, se torna alvo de auxílio por parte dos colegas; quando significativa, uma forma de troféu, onde os demais se interessam por saber como conseguir.

Contudo, vimos, na espetacularização *fitness*, que a curadoria de si trata de moldar aquilo que é exibido. Vale destacar que as capturas de tela mostram dados que não são

apreendidos pelo aplicativo Feeletics e, portanto, representam também limites do aplicativo – a “fome” pelo *self-tracking* e, conseqüentemente, o estudo e o gerenciamento de si, são superiores ao que um só aplicativo pode ofertar. Por outro lado, recorrentemente, outros recursos são adicionados ao *personal trainer* digital, a exemplo dos relatórios que são gerados automaticamente, conforme traz a Figura 37.

Figura 37 – Captura de tela publicada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa relatórios dos próprios dados gerados de modo autônomo.



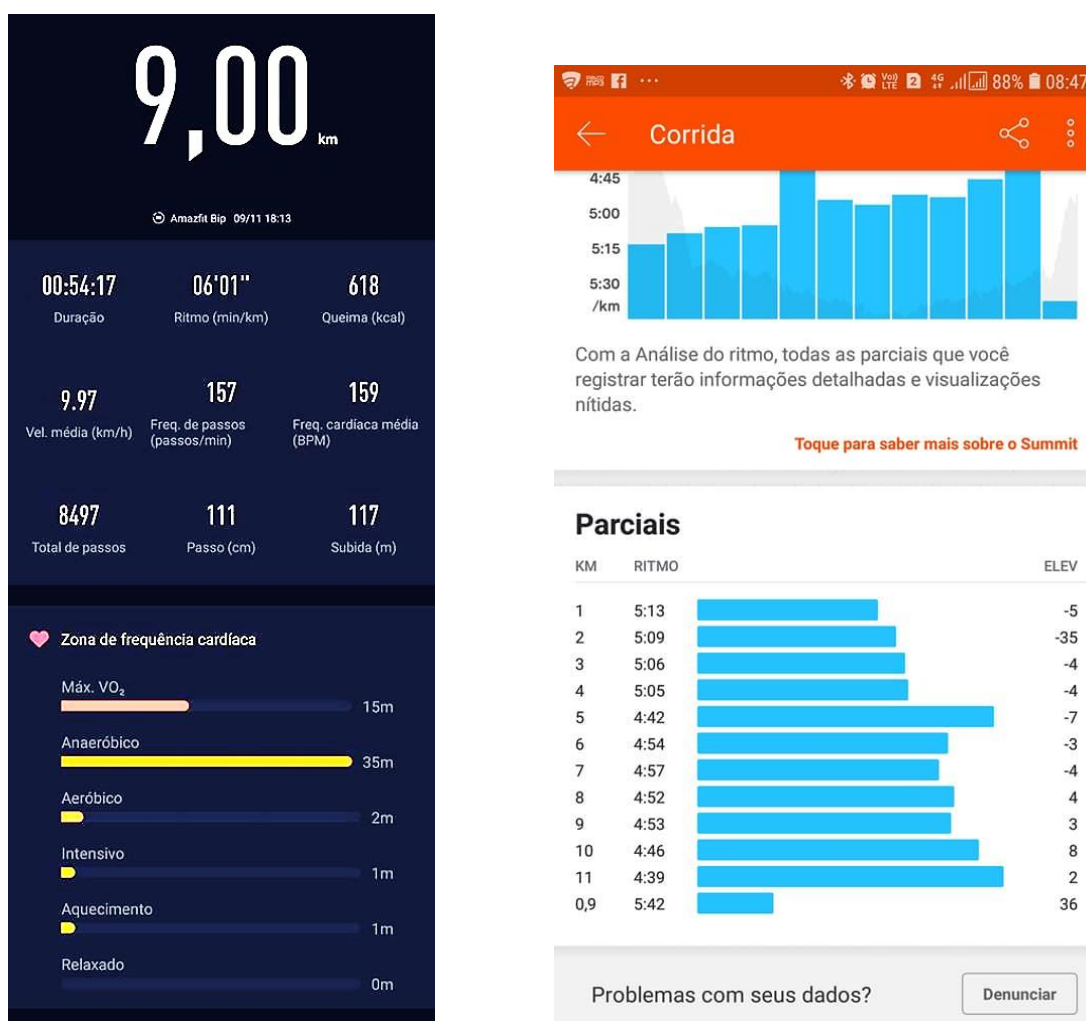
Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 22 nov. 2019.

O relatório gerado automaticamente pelo *personal trainer* digital revela até que ponto a melhor marca do usuário (*personal best*) pode levar o Atleta Livre a uma maior dedicação aos treinos. Demonstra, ainda, o modo gamificado em que a *quantified self* se manifesta, característica não só do *personal trainer* digital, o que é perceptível não só pela competição consigo mesmo apresentada, como pela própria nomenclatura dos treinos, intitulado Echo (Eco,

em português), que representa uma ninfa oréade, na mitologia grega. Discutiremos um pouco mais adiante sobre essa gamificação da *quantified self*, bem como a relevância que esses números assumem na vida dos usuários (*lively data*).

Nesse momento, é oportuno enfatizar essa vontade de saber, estudar e gerenciar os próprios dados. O demasiado interesse pela cultura *self-tracking* por parte de alguns Atletas Livres pode ser identificado não somente pelas capturas de tela apresentadas anteriormente, que revelam meios manuais de fazê-la e de automação, pelo próprio *personal trainer* digital, como também pela adesão a distintos aplicativos para monitorar diferentes dimensões da vida. Nesse sentido, apresentamos, na Figura 38, a postagem de alguns Atletas Livres, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil Oficial, que exibem outros aplicativos usados de modo concomitante e que geram relatórios automaticamente.

Figura 38 – Capturas de tela de duas postagens realizadas no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representam o uso de outros aplicativos por alguns Atletas Livres



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 18 jun. 2019.

Essa postagem revela o uso de outro aplicativo de corrida para a prática realizada, assim como um de nutrição. Mais do que isso, que os relatórios gerados automaticamente por esses aplicativos possibilitam o gerenciamento e estudo de si mesmo. De fato, publicações de outros aplicativos são recorrentes, no grupo público de Facebook Freeletics Brasil Oficial. Isso inclui até mesmo aplicativos que possuem funcionalidades contidas no *personal trainer* digital.

A Freeletics possuía um aplicativo específico para treinos de corrida (Freeletics Running Coach), que, em 2020, foi incorporado ao *personal trainer* digital, com o específico para treinos com peso (Freeletics Gym). O mesmo ocorre com a alimentação, em que os usuários postam capturas de tela de outros, mesmo existindo o Freeletics Nutrition, também baseado em inteligência artificial.

Embora não seja ênfase de nossa análise, vale o adendo de que, recorrentemente, os usuários reportam aderir outros aplicativos de nutrição pela questão cultural: alguns dos componentes da dieta sugerida no Freeletics Nutrition são de difícil acesso, possivelmente por integrarem a cultura alemã, onde o aplicativo foi desenvolvido. Logo, em alguns casos, a peculiaridade da cultura local impede a transposição de uma mesma cultura.

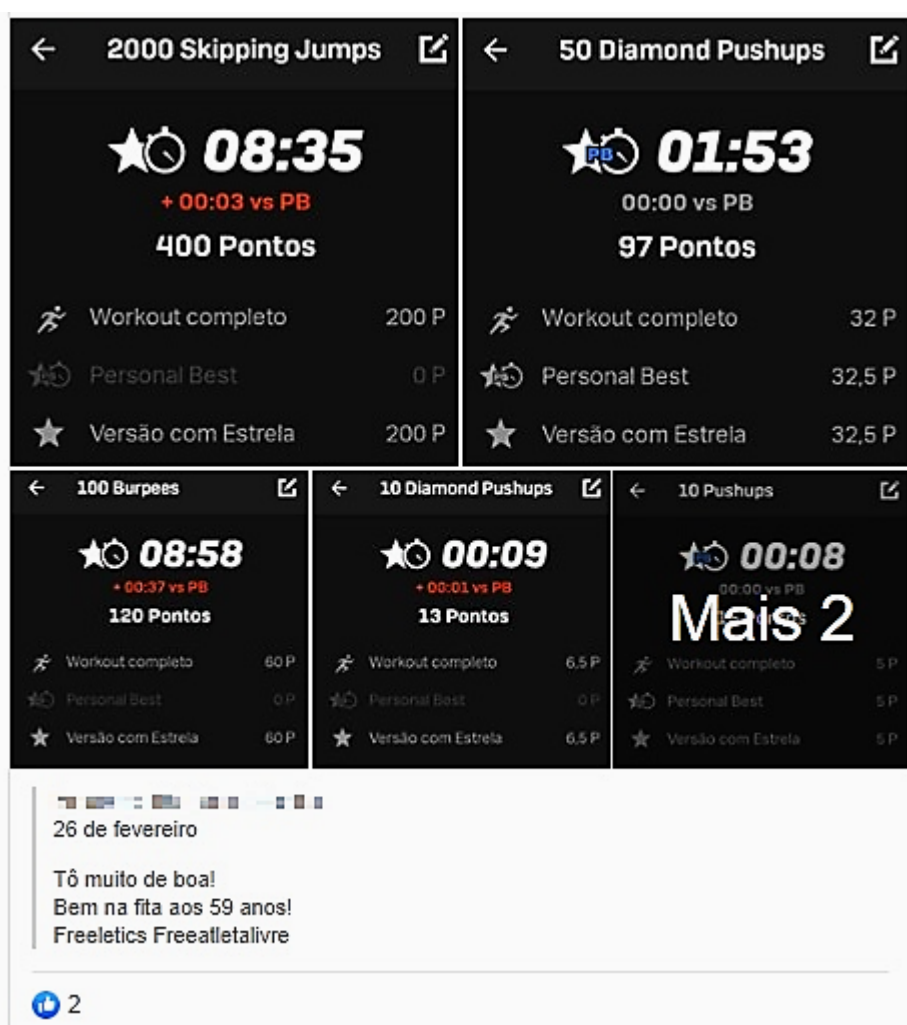
Esses fatos revelam a característica transmídia da cultura *self-tracking*, ou seja, ela é constituída por diferentes mídias, para um mesmo usuário. Mesmo dentre os Atletas Livres, os *softwares* disponibilizados pela assinatura (versão paga e mais completa do *personal trainer* digital) são insuficientes. Isso demonstra que, metodologicamente, mesmo incluindo diferentes mediadores vinculados à Freeletics, há diversos outros não analisados, já que os usuários usam vários aplicativos. A fidelidade para com o empreendimento de si é maior do que para com a Freeletics.

De certo modo, o mediador que ganha relevo nesse contexto são os próprios números. Dentre diversos aspectos, possibilitam melhor gerenciamento do tempo. As funcionalidades do aplicativo permitem: Identificar a evolução, ao menos a estratificação gamificada em níveis; o tempo demandado para atingir determinada meta; bem como o tempo aproximado que a sessão de treinamento vai durar. Isso se aplica aos artigos publicados nos *blogs*, nos quais o tempo previsto para a leitura divulgado, normalmente, é de curta duração. Logo, a gestão do tempo é uma preocupação constante nesse contexto, como em qualquer empreendimento.

Os números são representativos não somente de quem o sujeito é, mas também orientadores das condutas – na nossa análise, condutas para uma vida *fitness*. Agrega-se a essa informação o fato de que esses números permeiam diversas dimensões da vida. Uma questão ainda não explorada, nesse sentido, é essa relação de produção de condutas por meio de números e a gamificação da vida *fitness*, mais especificamente quanto os dados se tornam

significativos para o usuário. O usuário do aplicativo de corrida apresentado, por exemplo, caso identifique uma frequência de passos muito baixa, pode passar a caminhar ou correr mais rápido, bem como guardar o número resultante como uma conquista, uma representação de si. Nesse sentido, apresentamos nas Figuras 39 e 40, duas postagens no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, representativos de *quem o usuário é*, bem como dos dados da gamificação como *mobilizadores da prática* e não somente como meros troféus.

Figura 39 – Captura de tela de postagem realizada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa o bom condicionamento do usuário



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 18 jun. 2019.

Figura 40 – Captura de tela de postagem realizada no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representam os números como mobilizadores da prática

19:08

NEMESIS

10:36
378 Pontos

Workout completo 270 P

Personal Best 54 P

Versão com Estrela 54 P

Resumo

Série 1/5

50x Crunches 02:04

10x Mountain Climbers 00:13

Série 2/5

40x Crunches 02:14

20x Mountain Climbers 00:19

Série 3/5

30x Crunches 02:08

30x Mountain Climbers 00:22

Série 4/5

Freeletics Brasil - Oficial

12 de junho

Muito bom quando vc bate seu melhor tempo...Eita negócio puxadooooo

At: Euzenara, Maganna Brandão, Rosalva e outras 14 pessoas curtiram isso.

Claudia Borges Fiz esse hj e não bati meu PB esse é complicado

Curtir · 6 d

Julia Paula Bicho, é muito pesado. Mas mantém, daqui uns dias tu vai se surpreender com teu resultado.

Curtir · 6 d · Editado

Julia Bontempo Quanto mais focarem e serem consistentes, vão continuar batendo e baixando.. Eu tenho quase 2 anos e 6 meses e me sinto muito bem quando bato algum tempo. Cada vez mais difícil e gratificante. O maior adversário somos nós mesmos.

👍👍👍

Sigam por lá!

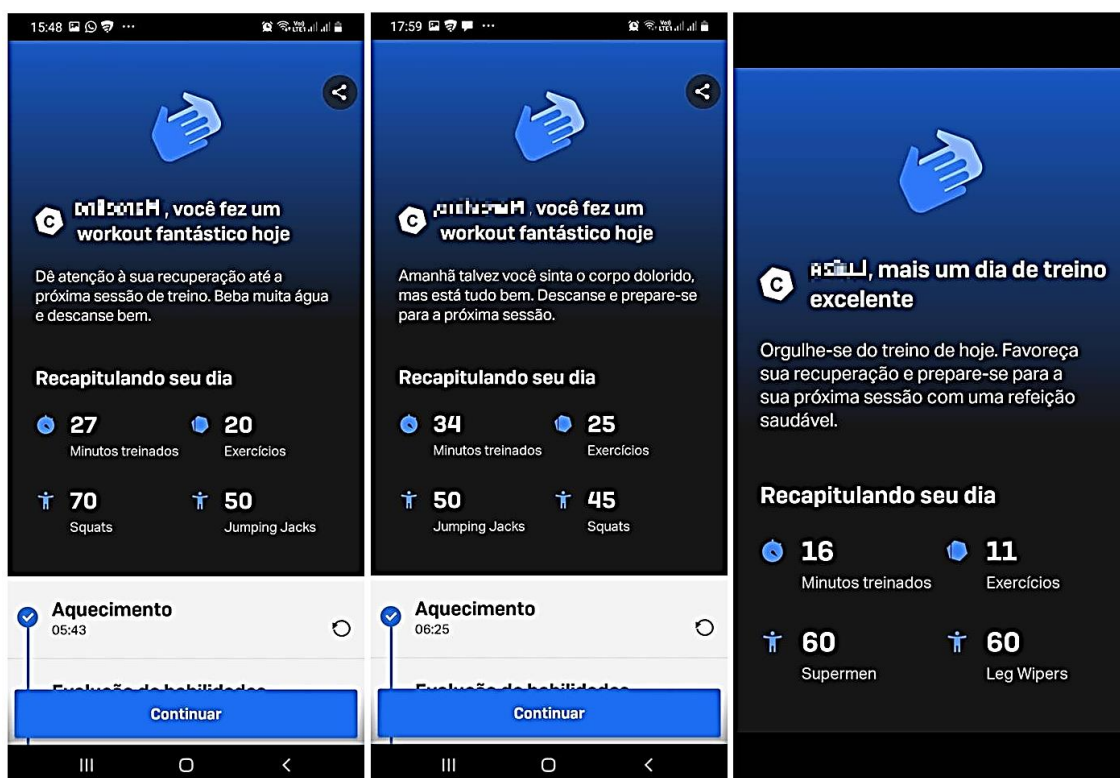
Curtir · 2 d

Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 18 jun. 2019.

As publicações evidenciam pelo menos dois aspectos que merecem atenção: Os dados como mobilizadores das práticas, de modo gamificado, e a relevância singular desses dados para os usuários. Evidentemente, um dos principais modos pelos quais os números mobilizam práticas ou comportamentos é por meio da gamificação. Constitutiva do sujeito empreendedor de si, envolve o estabelecimento recorrente de metas para que se possa obter as conquistas simbólicas. Na medida em que atingir metas é relevante em qualquer empreendimento, a gamificação adiciona um incremento de ludicidade: O exercício físico passa a integrar uma competição, forjada no jogo e os próprios números são determinantes. Neste instante, atingir o melhor tempo (PB) passa a ser meta relevante do Atleta Livre responsável pela postagem apresentada.

Contudo, mesmo com base em dados, esta foi uma decisão tomada pelo usuário e não fruto de um *feedback* automático. Desse modo, o Atleta Livre pode repensar os próprios comportamentos e, na trilha dos dados, sair do “piloto automático” – especialmente em sua manifestação enquanto *biohacker*, tema do próximo tópico. Ora, diante do emaranhado de dados e distintos dados estatísticos, aparentemente, esse tipo de postura (a tomada de decisão a partir da análise que o usuário faz dos próprios dados) parece de menor valor, em relação àquelas derivadas de análises preditivas (quando a tecnologia prevê as prováveis melhores decisões a serem tomadas), pois ainda consta um pouco de intuição. Nesse sentido, reiteramos o conceito de *data driven* (orientado por dados - tradução nossa) (WOLF, 2010). Basicamente trata-se de sugestão de caminhos a serem tomados com base em análises preditivas que ocorrem a partir desses dados. Discutimos esse conceito em maior profundidade em diálogo com as capturas de tela que apresentamos na Figura 41, as quais, ainda que limitadas, representam ciclos automáticos de *feedbacks* produzidos pela Freeletics.

Figura 41 – Capturas de tela de usuário onde constam *insights* apontados pelo aplicativo



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Oficial – Brasil (2020). Acesso em: 26 jun. 2020.

Ainda genéricas, as informações nos permitem aprofundar na dimensão do ciclo de *feedback* para mudança de comportamento, uma das concepções do *quantified self* verificadas

na revista *Wired* (RUCKENSTEIN; PANTZAR, 2017). Não ocasionalmente, ao pesquisar mais sobre *data driven*, encontramos justamente Gary Wolf como protagonista (um dos criadores do *quantified self*), em artigo publicado na revista *New York Times* a mais de uma década (WOLF, 2010). Alguns argumentos do artigo merecem citação literal:

Humanos cometem erros. Cometemos erros de fato e de julgamento. Temos pontos cegos em nosso campo de visão e lacunas em nosso fluxo de atenção. Às vezes, nem conseguimos responder às perguntas mais simples. Onde eu estava na semana passada neste momento? Há quanto tempo sinto essa dor no joelho? Quanto dinheiro normalmente gasto em um dia? Essas fraquezas nos colocam em desvantagem. Tomamos decisões com informações parciais. Somos forçados a dirigir por adivinhação. Nós vamos com nosso instinto.

[...]

[...] Se você deseja substituir os caprichos da intuição por algo mais confiável, primeiro você precisa coletar dados. Depois de conhecer os fatos, você pode viver de acordo com eles.

[...]

Nós toleramos as patologias da quantificação - um tipo de conhecimento seco, abstrato e mecânico - porque os resultados são muito poderosos. Numerar coisas permite testes, comparações, experimentos. Os números tornam os problemas menos ressonantes emocionalmente, mas mais tratáveis intelectualmente. Na ciência, nos negócios e nos setores mais razoáveis do governo, os números ganharam de forma justa e honesta. (WOLF, 2010, documento eletrônico, tradução nossa)¹¹⁵.

Evidentemente, a busca pelo autoconhecimento inerente à *quantified self* necessita da “robustez” dos números para que se possa estudar ou medir/aferir a evolução e, semelhante a um empreendimento, calcular os próximos investimentos. Precisa, portanto, de dados. Nessa lógica, os números produzem uma sensação de verdade e transparência. Para saber se houve evolução, é preciso quantificar: Melhorou quanto? O quê? Em quê?

Essa configuração acerca da relevância dos dados remete a pensar o conceito de *lively data* (dados vivos), que consiste nos modos pelos quais os dados pessoais, coletados por si ou por terceiros, são vitais, no sentido de influenciar significativamente o comportamento, o senso de identidade, as relações sociais, as oportunidades de vida, entre outros aspectos (LUPTON, 2016b). Segundo Lupton (2016c, p. 62, tradução nossa), no contexto do *self-tracking*, “[...] dados quantificáveis detalhados têm sido valorizados acima de outras formas de informação sobre a vida, a saúde e o bem-estar”¹¹⁶.

Isso instaura novas discussões, do ponto de vista ético: seguir os apontamentos *data driven*, produzidos pelos algoritmos, não seria viver no “piloto automático”? De fato, a tomada de decisões orientada por dados, inclusive por meio de análise automática de *big data*, tem sido

¹¹⁵ Texto original disponível em: <https://www.nytimes.com/2010/05/02/magazine/02self-measurement-t.html>. Acesso em: 9 nov. 2020.

¹¹⁶ Texto original: “[...] detailed quantifiable data has become valorised above other forms of information about one’s life, health and wellbeing”. Vale dizer que, diferentemente de Wolf, um evidente entusiasta, Deborah Lupton apresenta um olhar mais crítico sobre essas tecnologias.

uma tendência em alguns empreendimentos: seríamos, nós, empreendimentos? Evidentemente, os *feedbacks* ultrapassam o escopo do exercício físico, no sentido da produção de uma vida *fitness*; os mediadores, sugerem: “beba água”, “descanse”, “tenha uma refeição saudável”.

Os dados de *self-tracking* podem, com facilidade, identificar deficiências na quantidade de água ingerida, de “passos” diários, de horas de sono profundo e, assim, recomendar outros modos de viver. Logo, entende-se que a busca por uma melhor versão de si envolve tanto uma vida *fitness*, quanto elementos mais característicos de uma vida ativa.

Os *feedbacks* apresentados na Figura 41 que, de certo modo, demonstram a característica de monitoramento, registro e análise de grande volume de dados (*big data*), tem sido cada vez mais aprimorados e automatizados, assim como assumida característica ubíqua, o que pode vir a ampliar as capacidades sensoriais humanas. Na ocasião desses registros é notável uma capacidade superior de memorização em relação à condição humana, a exemplo do pensamento das máquinas (ou mesmo a nuvem) como “próteses cognitivas”, conforme descrevera Bossewitch e Sinnreich (2013). Desse modo, instauram-se as tecnologias *exoself*, ou seja, as tecnologias como uma extensão de si, das capacidades humanas, normalmente orientada por dados.

Na medida em que é entendida como uma ampliação dos sentidos, as tecnologias *exoself* (tecnologias como extensão de si, no sentido aqui empregado) parecem ser algo distante. Por outro lado, há alguns exemplos bem corriqueiros, na contemporaneidade, como óculos e próteses de membros.

Para Melanie Swan (2013), trata-se de um tipo de tecnologia capaz de desenvolver novas capacidades sensoriais, ou seja, realizar certas tarefas que não seriam possíveis com os sentidos comuns. Não necessariamente algo “fora do corpo” como o prefixo “exo” pode sugerir, a exemplo de marcapassos do coração, ou mesmo biossensores implantados no corpo. Embora seja uma tecnologia passível de críticas e reflexões, representa avanços importantes para a sociedade. Quem já viu algum bebê ouvindo a voz dos pais pela primeira vez, com auxílio de aparelho auditivo, pode dimensionar seu potencial.

Nesse sentido, Swan (2013) postula o nascimento de uma nova geração de *self-trackers*, entendendo-a como usuárias de tecnologias *exoselfe*, portanto, aprofundando a noção de sujeito como empreendedor de si. Reporta o *self-tracking* 1.0 como aqueles que envolvem captura de fenômenos quantitativos básicos “facilmente” mensuráveis, como a quantidade de passos diários, horas dormidas e dados de nutrição. Já o que seria o *self-tracking* 2.0, envolve fenômenos qualitativos e subjetivos, como humor, emoção e felicidade (SWAN, 2013), o que colocaria o imperativo do autoconhecimento em outro patamar. Pode-se dizer que esse tipo de

rastreamento já ocorre, a exemplo da ocasião em que algumas empresas sabem em que momento, emocionalmente, as pessoas estão mais passíveis de realizar determinada compra ou mudar de posição política, como discutido ao tratar da bolha *fitness*, no imperativo da datificação de si.

Não se pode dizer que a incorporação de elementos como humor, na cultura *self-tracking*, seja uma proposta exatamente nova e futurista. No já discutido artigo de Gary Wolf, sobre *data driven*, publicado na revista *New York Times* em 2010, um dos exemplos de uma psicóloga clínica e pesquisadora da Intel dialoga com isso:

Margaret Morris, psicóloga clínica e pesquisadora da Intel, realizou recentemente uma série de testes usando um telefone celular para rastrear emoções. Em momentos aleatórios, ela ligava e perguntava ao atendente sobre seu humor. Um destes atendentes estudados por Morris revisou as tendências de seus dados e notou que seu mau humor começava no mesmo horário todos os dias. Ele se deslocava de modo apressado do trabalho para casa. Enquanto tarefas inacabadas ainda estavam em sua mente, novas demandas surgiam. O estresse permeava pelo resto da noite. Os dados mostraram onde estava o problema. Com ajuda, ele aprendeu a fazer uma pequena pausa mental bem ali. Ele ficou muito aliviado. (WOLF, 2010, documento eletrônico, tradução nossa)¹¹⁷.

O fato é que, com o *self-tracking 2.0*, não só o autoconhecimento, mas também as recomendações orientadas por dados, avançariam fortemente. O trabalho feito por Margaret Morris, especialmente no que concerne ao registro de que horários a pessoa se encontra com mal-humor, pode ser feito pela tecnologia, com *insights* também produzidos por automação recomendando alguma outra postura. Nesse contexto, o caso do estadunidense Chris Dancy é interessante. Considerado o homem mais conectado do mundo, Dancy é praticamente um ciborgue consciente. Segundo uma reportagem veiculada na BBC Brasil, todos os seus movimentos estão digitalizados, tais como temperatura corporal, pressão sanguínea, oxigênio e peso; além de outros indicadores, como a qualidade do ar, volume de sua voz, alimentos que ingere, temperatura, entre outros. Logo, uma radicalização da datificação de si. Diversos dispositivos estão interconectados, em ambientes como sua casa e carro, de tal maneira que a temperatura ou até mesmo o som ambiente podem se modificar automaticamente a partir dos sinais emitidos por seu próprio corpo (BLASCO, 2017). Nesse contexto, o autoconhecimento inclui a ampliação de sentidos e de conexões com o ambiente por meio da tecnologia.

Desse modo, é possível que a própria casa, interconectada com os sinais vitais de Chris Dancy, ao identificar que ele se encontra estressado, por exemplo, automaticamente acione

¹¹⁷ Texto original disponível em: <https://www.nytimes.com/2010/05/02/magazine/02self-measurement-t.html>. Acesso em: 9 nov. 2020.

determinada potência e cor da iluminação, assim como a música que o acalma; sugira beber um copo d'água, ou coisas do tipo. Essas modificações do ambiente, a partir da datificação de si, automatiza até mesmo as condutas *data driven*: Não são recomendações para que use determinada música para acalmar, caso o biossensor identifique que o usuário está estressado, mas o próprio sistema interconectado ativa a música. Isso implica entender o fenômeno da internet das coisas (*internet of things – IoT*), na qual se inserem diversos dispositivos da nossa rotina, como *smart TV*, *smartphone*, ou mesmo aqueles típicos da cultura *self-tracking*, como os *smartwatches*. Swan (2015) aponta a relação da quantificação de si com carros conectados, que podem gerar um carro quantificado (*quantified car*), capaz de detectar elementos como fadiga, estresse e raiva, ou mesmo acionar outros serviços que venham a ser necessários, como no caso de estacionamento ou mesmo acidentes.

Nesse escopo, as tecnologias vestíveis, a exemplo dos *smartwatch*, ganham força. Em estudo por parte da equipe de engenharia da Freeletics, a contagem da quantidade de repetições realizadas pelo usuário poderia ser realizada automaticamente, por meio da tecnologia de reconhecimento de movimento¹¹⁸. Isso com uso de tecnologias vestíveis com biossensores, a exemplo de relógio ou pulseira inteligente. Partindo da ideia de que o relógio pode ser conectado com outras tecnologias *smart* da casa, como televisão, rádio ou geladeira, a realidade vivida por Chris Dancy poderia se expandir para outros públicos. Na situação hipotética em questão, ainda que não totalmente fictícia, atribuem-se outros “poderes” ao corpo, entendendo toda a casa como uma extensão de si.

As tecnologias vestíveis, de modo geral, assim como a internet das coisas, em alguns casos, se enquadram no conceito de extensão de si. Possibilitam ampliar os sentidos na direção de ser possível “ver” os batimentos cardíacos, a qualidade do sono, os caminhos percorridos. E mais... “ver” quais são os batimentos cardíacos, o sono e os caminhos a percorrer considerados ideais, e aqui se evidenciam alguns problemas, especialmente no que concerne à padronização da vida fitness. No âmbito da presente análise, os dados de previsibilidade abrangem o próprio treino e corpo, o que acaba por influenciar a tomada de decisão. Conforme dito em capítulo anterior, com base em Pariser (2012), a previsibilidade de uma chuva ocorrer não influenciará se irá ou não acontecer, mas certamente influenciará em levar ou não um guarda-chuva, caso se tenha interesse em ir a um espaço público descoberto.

¹¹⁸ Por Edward Dale, publicado em 7 de fevereiro de 2017, no *blog* dedicado às publicações dos engenheiros da Freeletics. Disponível em: <https://freeletics.engineering/2017/02/07/fitness-motion-recognition-with-android-wear.html>. Acesso em: 12 abr. 2020.

As tecnologias *self-tracking* permitem até mesmo identificar a condição de saúde em relação a algumas patologias. Na recente pandemia causada pelo vírus Covid 19, o movimento *Quantified Flu* foi criado e ganhou força¹¹⁹. Basicamente, trata-se de uma tecnologia *self-tracking* que pode alertar quanto à possibilidade de o usuário estar gripado, resfriado ou até mesmo contaminado pelo Covid 19. Ora, o próprio oxímetro, que pode ser também usado por atletas, é uma tecnologia *self-tracking* que permite aferir a quantidade de oxigênio no sangue.

De certo modo, ainda que distante de algumas previsões futurísticas, a inteligência artificial que prescreve exercícios físicos já representa uma espécie de “terceirização” da tomada de algumas decisões, tais como, em um treino de corrida, se seria melhor correr ou caminhar. O mesmo acontece quanto à alimentação, pois o *software* pensa isso pelo usuário. Atualmente, caso tenhamos o interesse de praticar esporte em uma praça qualquer, podemos saber previamente diversos aspectos: previsão do tempo; se haverá pessoas na praça (via confirmação por WhatsApp, ou ao acessar câmeras públicas de monitoramento); o gasto calórico estimado da prática, o transporte público e seus respectivos horários; visualizar as câmeras da praça; os índices de assalto; o tempo que demora para chegar ao local; a situação do tráfego de veículos no caminho; localizar restaurantes, lanchonetes e demais serviços próximos; e etc. Basta ter acesso às tecnologias e saber como acessar a informação (*websites*, aplicativos de smartphones, entre outros), aspecto que, dada as *affordances* cada vez mais intuitivas, tem sido facilitado.

O trecho de um dos artigos publicados no Blog Freeletics torna essa espécie de “terceirização” da tomada de decisão mais evidente, com o uso do argumento de que o plano de treino “[...] reduz a carga cognitiva necessária para que o cérebro tome uma decisão [...]”, isso tudo “[...] sem que você tenha que pensar ou considerar nada [...]” (FREELETICS, 2020a, documento eletrônico)¹²⁰. O empreendimento de si e a construção de sua melhor versão também inclui concentrar as energias apenas naquilo que é considerado primordial, como na sequência do texto do qual essas citações foram retidas:

Virtual ou real? Uma visão psicológica do treinamento digital
[...]

Cada decisão necessita de esforço. Primeiro precisamos considerar possíveis opções, pesá-las e tentar encontrar aquela que melhor atende às nossas necessidades. Por exemplo, depois de um dia longo no trabalho ou na faculdade, é bem provável que um *workout* curto e fácil – ou até nenhum *workout* – vai parecer a melhor opção. Um plano de treino muda isso porque te impede de fazer o mais fácil e **reduz a carga**

¹¹⁹ Disponível em: <https://quantifiedflu.org/>. Acesso em: 29 jun. 2020.

¹²⁰ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/psicologia-do-treinamento-digital/>. Acesso em: 12 abr. 2020.

cognitiva necessária para que o cérebro tome uma decisão. Ao invés disso, você recebe os workouts exatos que vão garantir seu maior progresso de um ponto de vista científico e esportivo, **sem que você tenha que pensar ou considerar nada.** O Coach sabe exatamente quais workouts se encaixam no seu nível de condicionamento físico e os seleciona para você, para que você não tenha que decidir. E, acredite, seu corpo é capaz de muito mais do que você imagina. (FREELETICS, 2020a, documento eletônico, grifos nossos).

O fragmento apresentado demonstra certa radicalização de condutas *data driven*, reduzindo a “carga cognitiva necessária” para determinada escolha. Nesse caso, para tomada de decisão, o usuário não precisa “pensar ou considerar nada”. Faz sentido do ponto de vista de que, orientado apenas pela intuição, um Atleta Livre, ao chegar cansado do trabalho, possivelmente não treinaria, contrariando certa periodização do treinamento, conforme sugere o trecho citado. Por outro lado, evoca reflexões mais profundas, relativas ao desenvolvimento cognitivo.

Estudos no campo da neurociência abordam a influência do exercício físico na função cognitiva (HÖTTING; RÖDER, 2013; KARR *et al.*, 2014). Uma ampla revisão de 42 estudos, do tipo meta-análise, comparou o efeito de exercícios físicos e de treinamento cognitivo nas funções executivas relacionadas às atividades da vida diária de idosos (KARR *et al.*, 2014). Ambas as modalidades melhoraram essas funções, porém, o treinamento cognitivo apresentou vantagem potencial (KARR *et al.*, 2014). Outro estudo, com ênfase nos efeitos do exercício físico na neuroplasticidade, ou seja, na capacidade do sistema nervoso, especialmente do cérebro, de se adaptar a novas mudanças, adequando propriedades funcionais e estruturais, apresenta resultados semelhantes à meta-análise: que o exercício físico, por si só, aprimora funções cognitivas, podendo facilitar a neuroplasticidade (HÖTTING; RÖDER, 2013). O que esse estudo traz de novo é que inclui diferentes idades e, com base na revisão realizada, os autores sugerem que a combinação dos treinamentos físico e cognitivo pode potencializar esses resultados, a exemplo de treinos de coordenação motora. Argumentam que diferentes tipos de exercícios afetam redes neuro-cognitivas distintas, tomando como base treinamentos aeróbicos, resistidos e de coordenação motora (HÖTTING; RÖDER, 2013).

Ora, se o estímulo à cognição, inclusive durante o exercício físico, é recomendado pela neurociência, a redução da carga cognitiva para tomada de decisão pode vir a ser um contrassenso. Remete a pensar as bases da lei do uso e do desuso proposta por Lamarck. Nesse sentido, especialmente em longo prazo, delegar a função de muitas tomadas de decisão à máquina, pode gerar problemas até mesmo sob o prisma da neurociência.

Particularmente, recordo-me de situações nas quais, ao ter que me deslocar para locais onde habitualmente transitava, especialmente em momentos em que não tive acesso à

tecnologia do GPS, encontrava dificuldade de chegar. Outro exemplo possível, mais no âmbito eminentemente biológico, é o argumento utilizado contra o uso demasiado e indiscriminado de anabolizantes. Sem entrar no mérito, em termos de validade científica, se diz que a ingestão hormonal demasiada faz com que a glândula produtora se torne ineficiente e dependente.

Com isso, tem-se o entendimento de que bancos de dados, especialmente em formato de nuvem, que constituem *big data*, podem se constituir como próteses cognitivas e, portanto, ser também uma extensão de si. A ideia das máquinas (ou mesmo a nuvem) como próteses cognitivas, representaria o fim do esquecimento, conforme indicam Bossewitch e Sinnreich (2013), os mesmos autores que postulam novas arquiteturas para o Panóptico, apresentadas no capítulo anterior (o imperativo da datificação de si). Contudo, alertamos que o uso do componente artificial “prótese” de algum modo impacta no componente natural. Implica também outros argumentos, como o que integra o título de um texto de Deborah Lupton (2016c): *Você é seus dados*. O debate apresentado até aqui permite dizer não somente que *você é seus dados*, mas também que *seus dados dizem quem é você*, já que indicam por quais escolhas vai optar.

No âmbito do *personal trainer* digital, a recente inclusão do recurso *mindset* relaciona-se diretamente com a dimensão de aprimoramento da “mente”, apesar de não ser, exatamente, um mecanismo de *self-tracking*. Isso alterou, inclusive, o nome do aplicativo, que deixou de ser Freeletics Bodyweight, passando a ser Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset. Na prática, são vídeos curtos de caráteres orientativo e motivacional, já incorporados na rotina como treinamentos, apesar de serem “para a mente”, como se observa na postagem da Figura 42.

Figura 42 – Captura de tela que demonstra a inclusão dos treinamentos *mindset* no aplicativo Freeletics



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Oficial – Brasil (2020). Acesso em: 26 jun. 2020.

Acerca dos treinamentos *mindset*, é importante destacar que, tanto por ter sido incluído recentemente, quanto por estar disponível apenas em língua inglesa, as manifestações dos usuários acerca desse recurso ainda são pontuais, o que compromete uma análise mais profunda. Contudo, os resultados sugerem mediadores que se relacionam a um certo regramento da mentalidade de Atleta Livre, verificado em diversos artigos no *site* oficial da empresa. Ao mesmo tempo em que visa expandir as possibilidades em torno da noção de “liberdade”, restringe-se a determinadas condutas. Vinculam-se à constituição do sujeito empreendedor de si. De fato, já existem evidências relativas ao interesse dos Atletas Livres nesse tipo de conteúdo, conforme consta na postagem da Figura 43.

Figura 43 – Capturas de tela de usuário onde consta o questionamento de um Atleta Livre sobre a possibilidade de assistir aos treinamentos *mindset* em português



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Oficial – Brasil (2020). Acesso em: 26 jun. 2020.

Os treinamentos da mente revelam um modo mais sofisticado de implantar a racionalidade empregada pela Freeletics e, conseqüentemente, produzir uma vida *fitness*. No trecho a seguir, retirado de um artigo do *site* oficial em que apresenta o *Coach* da Mente, torna evidente-se que sua amplitude vai além da mera prática de exercícios físicos.

Aprenda a criar uma rotina, lidar com obstáculos, gerenciar o estresse e aprimorar seu foco, sua recuperação e seu sono. Comece a criar hábitos poderosos, a libertar seu

potencial e a finalmente se tornar a melhor versão de si mesmo. A ciência diz tudo: treinar a sua mente te ajudará na sua jornada, não importa o destino.

Os cursos em áudio do Coach da Mente do Freeletics foram projetados cuidadosamente para ajudá-lo a melhorar suas técnicas de atenção plena e a desenvolver novas habilidades de treino, tanto físicas quanto mentais. Com duração de cinco a 20 minutos, eles são uma parte central do seu treino. Afinal de contas, uma mente forte permite um corpo forte. (FREELETICS, 2020a).¹²¹

O material empírico relativo aos treinamentos da mente demonstra que a liberdade do Atleta Livre é condicionada. O autoconhecimento através dos números se filia a um modo de pensar específico. Envolve certa assepsia cognitiva em que o autoconhecimento, ao invés de ampliar horizontes, acaba por estreitá-lo em determinados trilhos: para uma vida *fitness* (restrita). Desse modo, cumpre-se tanto com o objetivo motivacional, especialmente o foco na produção de ser a melhor versão de si, sob o prisma da vida *fitness*, quanto a adesão aos produtos Freeletics, inclusive o *personal trainer* digital. Logo, tendo como ênfase esse primeiro objetivo (o motivacional), os treinos *mindset* podem ser considerados uma possibilidade de *hack* da mente, ou seja, uma estratégia para fazer com que a mente atue de modo aprimorado na busca pela melhor versão de si. Assim, repercute na dimensão do *biohacking*, gerando futuros investimentos de estudo e experimentação de si: Funciona? Reduz o estresse? Motiva? Em que momento “treinar a mente”? Fazendo o quê?

Retomando a dimensão do *self-tracking* 2.0, no contexto da análise de *big data*, vale o destaque de como os dados qualitativos e subjetivos são analisados, os quais poderão orientar a “prescrição” dos treinos para a mente, assim como os dados de *self-tracking* já conhecidos embasam a prescrição de exercícios físicos. Segundo Melanie Swan (2013), com explicação bem didática e geral, dois modos são utilizados: O *self-tracker* monitora as atividades por meio de palavras predeterminadas, ou por meio de escalas quantitativas de classificação (como no caso do *feedback* dos treinamentos no Freeletics). É possível, por exemplo, traçar relações entre dados vitais, como os resultados de um eletrocardiograma e o humor em determinado horário. Aponta para a possibilidade de, em um futuro próximo, o “eu quantificado” (*quantified self*) tornar-se um “eu qualificado” (*qualified self*) (SWAN, 2013, p. 93). É quando, efetivamente, defende a nova geração do *self-tracking* (o *self-tracking* 2.0), que consiste em um aprimoramento da quantificação de fenômenos qualitativos. Nesse sentido, defende ainda a quantificação de si como uma espécie de extensão de si ampliada (*Extended Exoself*), como um futuro a longo prazo.

¹²¹ Por Freeletics, em 2020. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/novo-Coach-da-Mente-do-Freeletics/>. Acesso em: 27 out. 2020.

A autora trata, ainda, da noção do transumanismo (*transhumanism, h+*), em que a mente humana poderia, em tese, transcender seus limites, na constituição de uma mente *multi-party* (“multi-partição”), constituída entre mentes humanas e de máquinas, em nuvem. Denomina *cloudmind* (nuvens de mentes, em tradução nossa) (SWAN, 2019). De abordagem mais ampla, Bostrom (2005) alerta que esse pensamento é bem mais amplo, com vistas a ampliar as mais diversas capacidades, como a dimensão física, ultrapassando os limites biológicos por meio das biotecnologias. Além disso, uma evitação de sofrimentos das mais diversas ordens, também por meio da conexão biologia e tecnologia (a exemplo da citada e existente *quantified flu*).

Trata-se de um debate profundo, na medida em que Swan (2013) identifica, nesse movimento, a possibilidade da construção de um eu aprimorado em que, com a quantificação, certos limites passam a ser superados. Isso se constituiria com a efetiva criação de *feedback* qualitativo para mudança de comportamento, com base nos fenômenos também qualitativos e subjetivos. Portanto, permeará o debate do imperativo do autoconhecimento nos próximos anos. A questão com a qual nos preocupamos, é: Já que se busca supostamente produzir um “eu” aprimorado, não seria, também, uma reconfiguração da noção de eugenia?

Vale reiterar a relevância que os dados assumem nesse escopo. Desse modo, entende-se melhor o argumento de Lupton (2016b) ao apontar o *self-tracking* como uma “prática de dados”: quando modos de vida são produzidos em função de dados. A autora usa também o conceito de *lively data* (dados vivos) para reportar essa dimensão. Todavia, o fenômeno do autoconhecimento não se restringe a seguir os *feedbacks* sugeridos. Justifica horas dedicadas a estudos e pesquisas, sejam as fontes científicas ou não; a constituição e legitimação de influenciadores digitais, como no caso dos Embaixadores, por serem considerados os *experts* entre os Atletas Livres; a participação de grupos de discussão, como no caso do próprio grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, uma das bases empíricas da análise aqui empreendida; a experimentação de si, sendo cobaia de si mesmo, ainda que com representação preponderantemente numérica (há, ainda, análises imagéticas) e, portanto, limitada. Desse modo, passamos a discutir a figura dos *biohackers*, no contexto da cultura *fitness* digital analisada.

5.2 OS *BIOHACKERS* E OS FÓRUNS DE DISCUSSÃO: TREINE MELHOR AO INVÉS DE TREINAR MAIS

Treine Melhor ao Invés de Treinar Mais é o título de um dos artigos encontrados no *site* oficial Freeletics, cujo subtítulo é: Conheça as Dicas de Jade Packer¹²². A ideia é que, seguindo as dicas de Jade Packer, uma fisiculturista, o Atleta Livre vai conseguir treinos mais eficientes, mesmo com menos volume de treino, se necessário. Assim, consta, no referido artigo, a sugestão de ações, como conectar mente e músculo, aprimorar o tempo da musculatura sob tensão, e realizar alongamentos durante o *workout*.

O saber em destaque, da fisiculturista, é fruto da autoexperimentação, pois a autoridade em questão é de quem “vive na pele” treinos intensos. Esse saber pode ser considerado uma estratégia (um “*hack*”) para aprimoramento dos efeitos do treinamento físico (do “biológico”). Jade Packer, portanto, pode ser considerada uma *biohacker*. Para entender essa última afirmação, torna-se necessário compreender o que vem a ser um *hacker*, especialmente no Brasil. Isso, por sua vez, demanda algumas explicações prévias, não propriamente de ordem conceitual, mas meramente semântica. Primeiro, é preciso diferenciar *hacker* de *cracker* e, em seguida, ressaltar que não se aplica somente à Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

Cracker representa justamente o que entendemos, no Brasil, se tratar de um *hacker*: Aquele que domina profundamente determinada tecnologia e faz uso “negativo” desse saber; deriva de *crack*, do inglês “quebra”. *Hacker* deriva de *hack*, do inglês “cortar”; também domina profundamente determinada tecnologia e faz uso de modo a beneficiar a coletividade, com respeito aos aspectos legais vigentes. Por exemplo, é possível dizer que a versão de determinado *software* que demanda assinatura e é disponibilizada, de modo ilegal, em versão alternativa, é um *software* craqueado e não hackeado.

O segundo entendimento é que não existe somente *hacker* de sistemas, *softwares* e redes computacionais. Apesar da origem do termo ter relação direta com essa esfera, atualmente, é utilizado em diversos sentidos. Supomos que a dificuldade de entender esse argumento é mais recorrente na cultura brasileira. Por exemplo, em artigo recente publicado na Freeletics, o título *Mindset Hacks for Success*¹²³ é traduzido como Estratégias de Mentalidade para ter Sucesso¹²⁴ (FREELETICS, 2020a). Evidentemente, *hacks* são, de fato, estratégias, mas essa palavra, por

¹²² Por Seana, com o título: “Treine melhor ao invés de treinar mais: conheça as dicas de Jade Packer, em 2020”. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/treine-melhor-ao-inves-de-treinar-mais-conheca-as-dicas-de-jade-packer/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

¹²³ Disponível em: <https://www.freeletics.com/en/blog/posts/mindset-hacks/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

¹²⁴ Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/mindset-hacks/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

si só, não explica seu significado no sentido empregado na cultura *fitness* digital. No Brasil, já se encontram expressões como *hack* da mente, *hacks* de produtividade, *hacks* mentais, *hacks* do corpo humano.

Um exemplo produtivo, nesse sentido, foi apresentado durante uma palestra proferida pelo professor Alex Primo (UFRGS), no evento TEDxUnisinós, em 29 de novembro de 2011, publicada no YouTube com o título: *Ética Hacker para Crianças e Adolescentes*¹²⁵. *Grosso modo*, na ocasião, o professor diferenciou *cracker* de *hacker* e propôs que as atividades demandadas aos alunos fossem centradas numa ética *hacker*, ou seja, propondo desafios e não soluções.

Nessa proposta, o amplo acesso e domínio da internet e a diversos conteúdos, aliados à vontade de compartilhar o que sabem, seriam utilizados em aprendizagens colaborativas. Seria, portanto, uma ética de aprendizagem coletiva, viabilizada por meio do estímulo à criação e inovação. Desse modo, embora o professor Alex Primo não use essa expressão, seriam estudantes atuando como *hackers* da aprendizagem.

Compreendendo o que vem a ser um *hacker*, facilita entender o que se tem chamado de *biohacker*. *Biohacker* seria um *hacker* da dimensão biológica humana. Engloba desde pessoas que dominam questões relativas ao exercício físico, a recursos ergogênicos e relações com a tecnologia, como o implante de biossensores. No site *mybiohacker.com*, o termo *biohacking* é definido como “[...] uma abordagem científica, holística e individualizada para otimizar sua mente, corpo, ambiente e estilo de vida”¹²⁶. Nesse âmbito, a dimensão biológica humana corresponde a “mente, corpo, ambiente e estilo de vida”, portanto, vai além dos aspectos anatomofisiológicos.

Diante disso, podemos afirmar que o *biohacker* não se vincula necessariamente ao uso de tecnologias, embora essa característica se aplique a todos os usuários da Freeletics: todos usam um *software* baseado em inteligência artificial para aprimorar o biológico. Logo, *ser biohacker* envolve necessariamente dominar *hacks* do “biológico”, mas não necessariamente as tecnologias. Nesse sentido, vale diferenciar os *biohackers* dos Embaixadores Freeletics.

A maior parte dos Embaixadores possui as características apresentadas (sabem modos de *hackear* o biológico), portanto, são *biohackers*; contudo, nem todos possuem tamanho domínio, ou seja, para ser um Embaixador, não necessariamente é preciso saber estratégias (*hacks*) para aprimorar “mente, corpo, ambiente e [/ou] estilo de vida”. Além disso, alguns

¹²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pFXI8KIUC0w>. Acesso em: 21 jun. 2020.

¹²⁶ Site My biohacker: take control of your biology. Disponível em: <https://mybiohacker.com/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

Atletas Livres podem contemplar as referidas características e serem *biohackers*, mesmo não sendo Embaixadores. Jade Packer, por exemplo, provavelmente, não é Embaixador, nem Atleta Livre, e pode ser caracterizada como uma *biohacker*. Portanto, um Embaixador não necessariamente é *biohacker* e vice-versa.

Um modo relevante pelo qual os *biohackers* se destacam em publicações vinculadas à Freeletics é por meio das mídias sociais. Vale destacar que o *site* oficial¹²⁷ do movimento *quantified self* evidencia que existem diversos fóruns de discussão e eventos ao redor do mundo destinados a debates dos *quantified selfers*, muito dos quais poderiam ser considerados *biohackers*. No *site*, a ciência é sempre reiterada, a exemplo do uso do Artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, para justificar o objetivo de que qualquer pessoa pode aprender sobre si mesma usando métodos eminentemente empíricos.

Uma configuração diferente da encontrada no contexto da Freeletics, em que os grupos de discussão são informais (como grupos de Facebook e WhatsApp) e não propriamente eventos e fóruns científicos. Contudo, esse alinhamento com a ciência é enfatizado em algumas passagens, como no artigo a seguir, publicado no *site* oficial Freeletics:

Como identificar um plano de treinos bem-sucedido?

Antes de começar a acompanhar, certifique-se de alinhar suas medidas com a sua meta. Por exemplo, se quiser perder gordura corporal, você deve encontrar uma forma de medir isso com precisão. O mesmo vale se quiser ganhar músculos. Na ciência, isso é chamado de "validação", ou seja, medir o que você quer acompanhar.

O outro princípio a ser aplicado no seu acompanhamento é a confiabilidade. Isso significa que o método escolhido deve produzir resultados similares sob condições fixas. Por exemplo, seu peso pode variar em até 2kg ao longo de um dia. Você obviamente fica mais pesado logo após uma grande refeição, por isso, a cada vez que se pesar, as condições do momento devem ser similares. (FREELETICS, 2020a)¹²⁸.

Dada a ressalva de que o elemento da ciência não se apresenta de modo tão consistente, dentre os *biohackers* da Freeletics, já que os fóruns são mídias sociais, o que cabe destacar é o protagonismo dos Embaixadores nesses grupos. Esses possuem legitimidade entre os pares que permite, especialmente com base na autoexperimentação, orientar as decisões diante de situações diversas. Esse protagonismo extrapola as mídias sociais, em encontros provocados pelos Embaixadores para treinos coletivos, conforme a postagem da Figura 44.

¹²⁷ Disponível em: <https://quantifiedself.com/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

¹²⁸ Por Ellie, com o título: "Como saber se o seu regime de condicionamento é eficaz?". Em julho de 2020. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/como-saber-se-o-seu-regime-de-condicionamento-e-eficaz/>. Acesso em: 24 ago. 2020.

Figura 44 – Captura de tela de postagem em conta pública de Instagram relativa a uma prática de Atletas Livres em praça pública.



Fonte: Conta pública de Instagram em modo público, 2020.
Acesso em: 23 jun. 2020

Não por acaso, um dos argumentos centrais da Freeletics é a sugestão “sinta a energia da comunidade”. Evidentemente, trata-se de uma estratégia bem-sucedida no contexto brasileiro, não somente pelos encontros presenciais propiciados, mas pela existência de grupos informais, como os de Facebook, Telegram e WhatsApp, que se configuram como locais destinados a discussões relativas ao uso do *personal trainer* digital e outras informações pertinentes.

Em nossa análise, são nesses espaços que os Atletas Livres, especialmente os Embaixadores, compartilham modos pelos quais é possível *hackear* o biológico. Logo, esses grupos informais são substitutivos dos eventos e fóruns de discussão existentes no movimento *quantified self*, apesar de um aparente menor compromisso com a ciência, pelo caráter informal.

Conforme explicamos, o *biohacker* não necessariamente domina as tecnologias digitais em torno do aprimoramento do biológico, mas uma característica aqui em destaque é o domínio em relação aos exercícios físicos: recomendam exercícios, variações e adaptações que possibilitam hackear o biológico. Na Figura 45, apresentamos uma postagem relativa a recomendações derivadas de autoexperimentação, como forma de aprimorar o exercício.

Figura 45 – Captura de tela em conta pública de Instagram representativa de modos de aprimorar o exercício



Fonte: Conta pública de Instagram, 2020.
Acesso em: 23 jun. 2020.

Essa ação se alinha à concepção de *biohacking* divulgada na revista *Wired*, derivada do movimento *quantified self*, entendido como composto de indivíduos “empreendedores”, que se tornam os principais “autores e criadores” de suas próprias vidas (RUCKENSTEIN; PANTZAR, 2017) – ao menos do ponto de vista de aprimorar o próprio exercício físico. No debate desta tese, esse tema transversaliza diversos momentos, na constituição de sujeitos empreendedores de si. Outra semelhança entre as postagens que merece destaque, é a autoexperimentação (*self-experimentation*).

A autoexperimentação é central no imperativo do autoconhecimento, justamente por representar sua manifestação por meio da experiência. De certo modo, pode ser entendido como

o ato de realizar experimentos consigo mesmo. Portanto, remete às bases da aproximação com a ciência do *quantified self*. Nesse sentido, em publicação recente (em 30 de julho de 2020), Gary Wolf e Martijn de Groot explicam o que intitularam *Personal Science*¹²⁹: O uso de métodos empíricos para investigar questões de saúde pessoal. Basicamente, propõem uma organização em cinco etapas: Questionar, projetar, observar, racionalizar e descobrir (WOLF; DE GROOT, 2020). Nesse sentido, o método empírico orienta a noção de ciência presente em boa parte das práticas de *quantified self*, de modo geral, e de *biohacking*, de modo específico, embora com menor rigor.

Desse modo, o autoconhecimento pode proporcionar alguns avanços. O estudo de Karkar *et al.* (2016), por exemplo, implementou ferramentas de autoexperimentação em um aplicativo de celular para pessoas com síndrome do intestino irritável e julgaram ser uma abordagem factível e promissora para ajudar os pacientes a identificar a causa de seus sintomas e possivelmente tomar medidas efetivas. No âmbito da cultura *fitness* digital esse mecanismo também opera de modo semelhante.

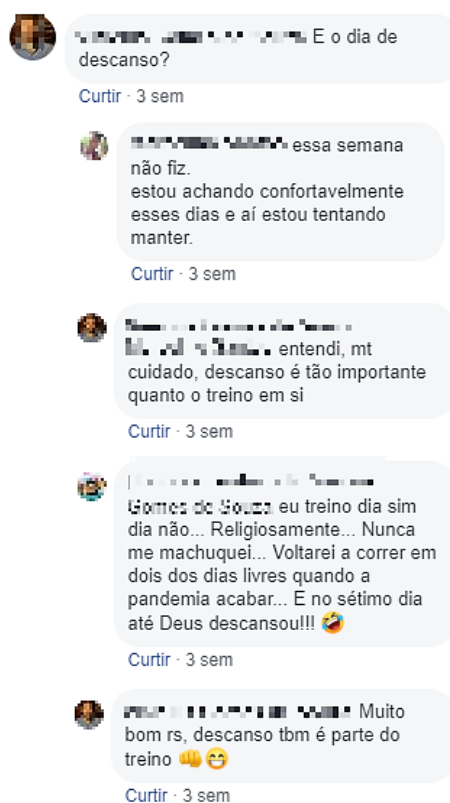
A propósito, Karkar *et al.* (2016) usaram tecnologias *self-tracking* em seu estudo, assim como alguns Atletas Livres usam na própria rotina. Radicalizando o exemplo, para dimensionar a repercussão da autoexperimentação, o esporte de Jade Packer também pode ajudar. Atletas de fisiculturismo, especialmente no âmbito amador, optam por determinado recurso ergogênico mesmo sem evidências científicas para tal, mas por resultados observados no próprio corpo. Experiências semelhantes ocorrem em distintas práticas *fitness*.

Outra postagem, apresentada na Figura 46, revela que os *biohackers* também estão atentos ao mal uso do aplicativo, especialmente em situações que podem representar risco para os Atletas Livres, como o treino demasiado. Logo, alguns deles também dominam a tecnologia. Na postagem, são relatadas discussões resultantes de um pós-treino com o seguinte comentário: “Sete dias seguidos. Segue o Plano”¹³⁰:

¹²⁹ Os autores defendem a necessidade de criar essa “ferramenta conceitual” considerando que esse estudo de si possuía nomenclatura diversa entre os estudos da área (*self-tracking, self-experiment, n-of-1 methods, single subject research, citizen science, participatory science, peer-to-peer health, e quantified self*). Disponível em: <https://quantifiedself.com/blog/personal-science/>. Acesso em: 27 ago. 2020.

¹³⁰ A expressão “Segue o plano”, na publicação que desencadeou os comentários expostos anteriormente, é utilizada outras vezes pelos potenciais *biohackers* no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial. Remete a pensar algo que soa como “confia e faz o que digo que terá bons resultados”. Inclusive, essa sugestão é título da tese proposta por Eduardo Pinto Machado (MACHADO, 2020), ao estudar a relação autoridade/obediência entre *coach* e pupilo no processo de construção corporal do fisiculturista. Portanto, integra a cultura *fitness*, de modo geral.

Figura 46 – Capturas de tela no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre exhibe uma sequência de sete dias seguidos de treinamento e um Embaixador questiona sobre o dia de descanso.



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 23 jun. 2020

Notadamente, o cuidado desse Embaixador em relação a possíveis excessos do Atleta Livre pode ser uma solução paliativa para pessoas que realizam demasiados treinos, inclusive aqueles motivados em demasia pela gamificação da vida *fitness*, conforme discutimos no capítulo anterior. Contudo, reiteramos a relevância de que o próprio *software* já consiga detectar determinados excessos, estabelecendo alguns limites, recursos aparentemente ausentes no *personal trainer* digital até então (agosto de 2020).

Até aqui, exploramos os *biohackers* enquanto orientadores de modos de realizar alguns exercícios, mais especificamente como *hackear* o próprio “biológico” por meio do exercício. Essa prática, que não representa uma peculiaridade dos Atletas Livres, considerando que fora da cultura *fitness* digital isso também já existia. Vale destacar que, na lógica da cultura *fitness* digital, não é exatamente necessário seguir orientações de *biohackers* para se tornar um, ou para *hackear* o biológico.

O canal de YouTube Beautiful Science, cuja seara é a ciência, publicou um vídeo¹³¹ com o objetivo de apresentar como “isolar hormônios da felicidade” (tradução nossa), no sentido de se tornar um *biohacker* do próprio corpo. Dentre diversas possibilidades, apresenta o *personal trainer* digital da Freeletics como destaque pela sua característica de treinos intervalados de alta intensidade (*high-intensity interval training* – HIIT), entendidos como privilegiados para incrementar níveis significativos de dopamina. Em um dos trechos traz:

Apenas vinte minutos de corrida leve são suficientes para aumentar significativamente os níveis de dopamina. No entanto, em esportes de alta intensidade, como o Freeletics, seu cérebro começa a liberar dopamina após apenas alguns minutos. Esta versão o deixa mais alerta, mais focado e melhora sua concentração. E ainda por cima, isso torna o treinamento mais divertido! (tradução nossa).

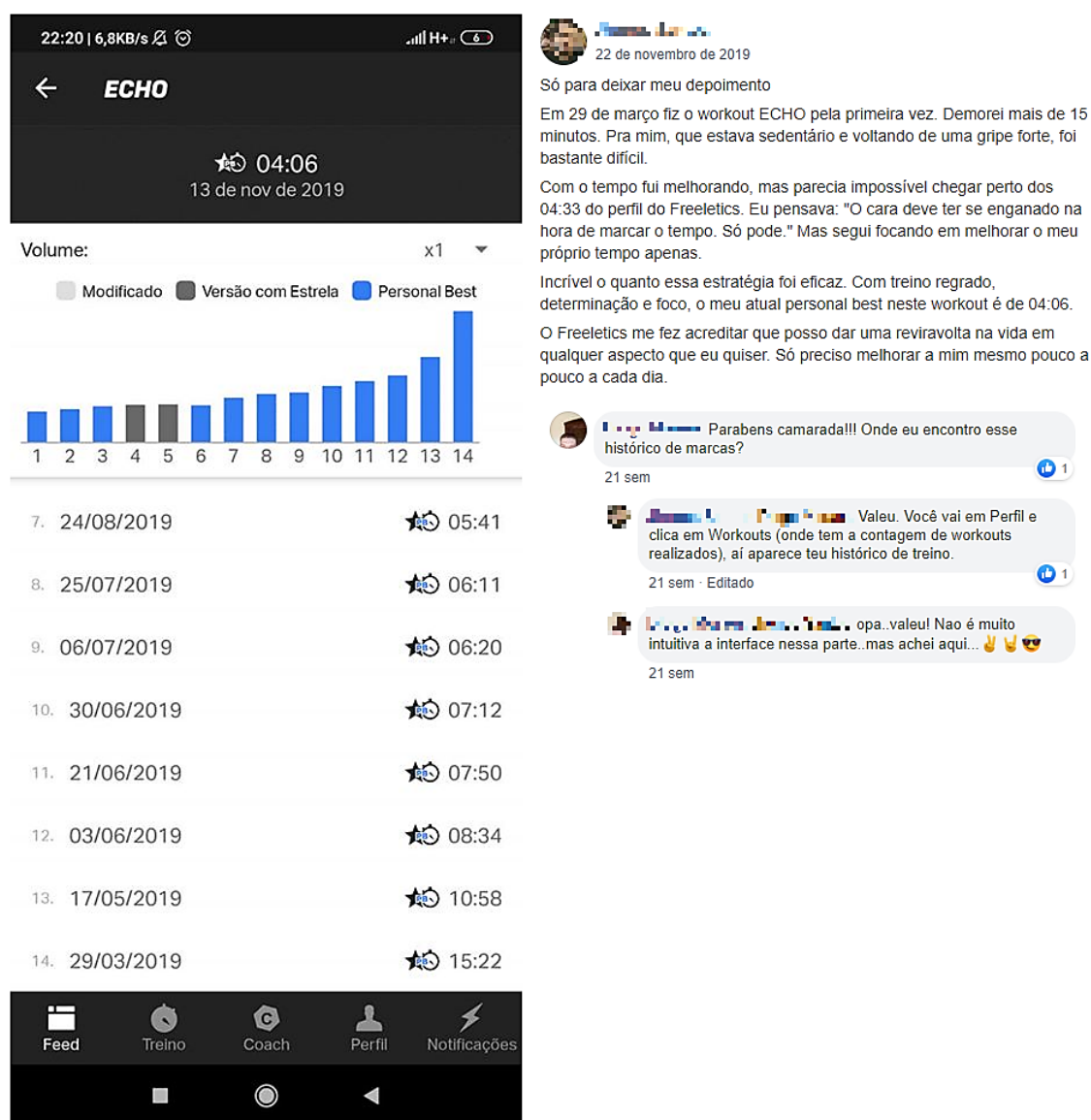
Nesse sentido, passamos a discutir outro eixo característico dos *biohackers*: aqueles que utilizam como ferramenta de autoexperimentação e ajustam as condutas com base nos números gerados. Ajustam no sentido de não somente seguir o prescrito (os adeptos do ciclo de *feedback* para mudança de comportamento), mas de serem “autores e criadores” do próprio caminho. Nesse sentido, destacamos inicialmente que o grau de relevância dos dados é diferente. Para isso, reportamos o título de um artigo publicado no site oficial Freeletics, que diz: “Quais números importam quando o assunto é perda de peso?” (FREELETICS, 2020a)¹³². Na ocasião, destaca que somente a medida do peso não é suficiente; que números como percentual de gordura; índice de massa corporal; relação cintura-quadril, entre outros, são também importantes. Desse modo, é preciso saber quais dados considerar e como operar a partir deles.

Por outro lado, esse julgamento em relação ao que vem a ser relevante ou não, deriva da singularidade da autoexperimentação, bem como do seu compartilhamento entre os pares. Nesse sentido, apresentamos, na Figura 47, a postagem de um dos Atletas Livres, que demonstra que a marca atingida por outro colega o influenciou, ainda que afirmando centrar apenas em si.

¹³¹ Canal Beautiful Science, YouTube, com o título: “ISOLATION HAPPY hormones - BIOHACK your body in LOCKDOWN to feel better every day!”. Publicado em: 31 de julho de 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ThIvOBDDyU>. Acesso em: 27 ago. 2020.

¹³² Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/quais-numeros-importam-quando-o-assunto-e-perda-de-peso/>. Acesso em: 26 jun. 2020.

Figura 47 – Capturas de tela no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre apresenta um relatório das atividades dos últimos 14 dias e seu depoimento



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 23 jun. 2020.

Nessa postagem, ao menos dois aspectos chamam a atenção: a “estratégia” adotada pelo Atleta Livre, pelo potencial de auxiliar outros *biohackers* (de seguir focando em seu melhor tempo, independentemente da marca do perfil do Freeletics de 4h33min), bem como sua análise dos relatórios gerados automaticamente pelo *personal trainer* digital (que o levou a concluir que basta melhorar um pouco a cada dia).

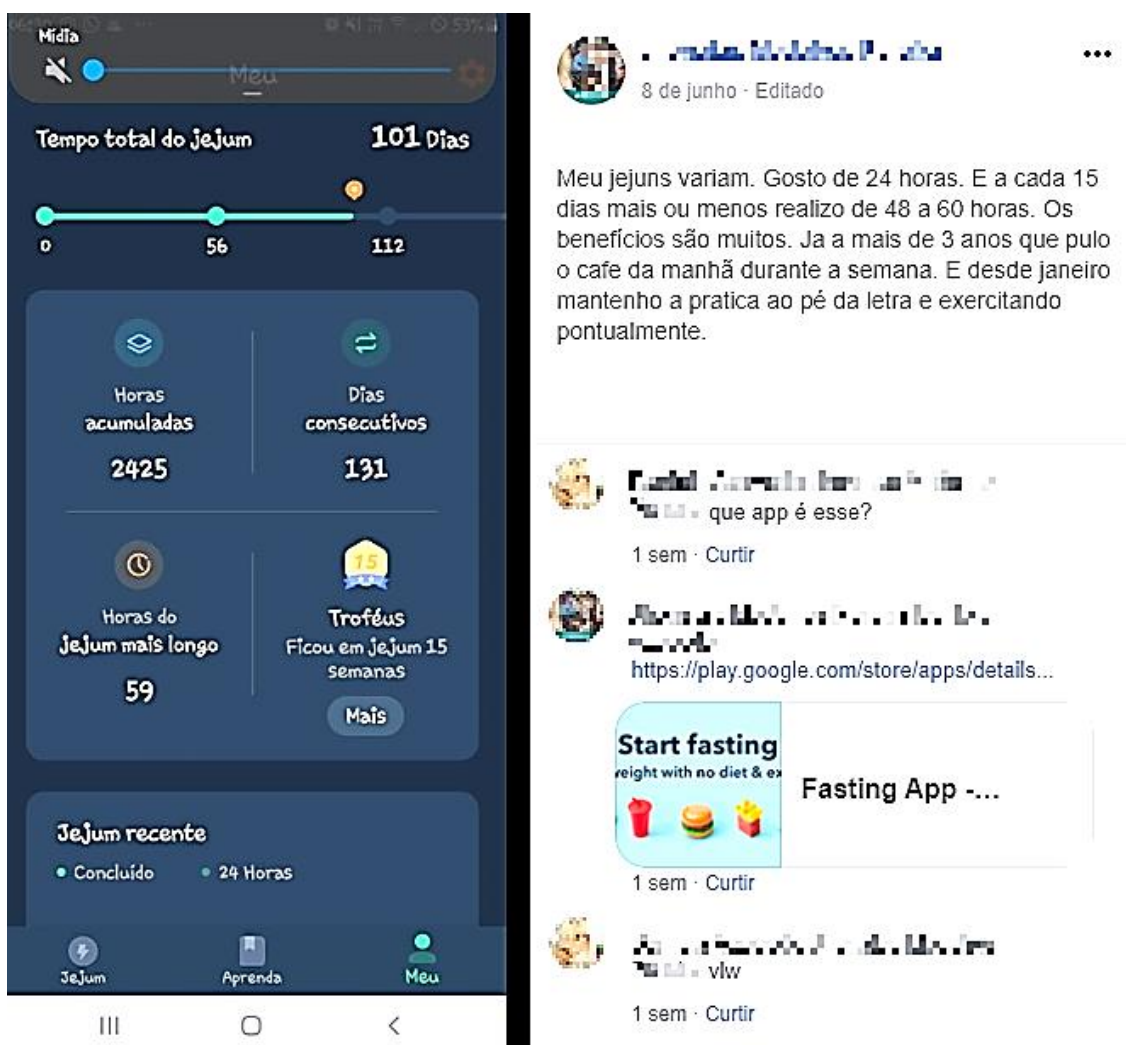
A propósito, a emissão desses relatórios é uma funcionalidade nova no aplicativo da Freeletics, que intensifica o estudo e gerenciamento de si, já que permite vislumbrar um panorama geral do desempenho no decorrer do tempo. Tão logo a imagem é exibida, já provoca

manifestos de interesse pelos pares, conforme consta em comentários. Desse modo, torna evidente o imperativo do autoconhecimento: o desejo de se autoconhecer e, efetivamente, estudar-se; se autoexperimentar; ou mesmo se gerenciar, quando entendido como empreendedor de si.

Desse modo, também é característica dos *biohackers* conduzir decisões com base nos dados gerados, como no caso do usuário citado, que manteve o foco ao perceber, pelos números, a evolução no decorrer dos dias. Assim, o caráter transmídia da cultura *self-tracking* merece novo destaque, pois as pessoas fazem uso de diversos aplicativos, mesmo tendo a Freeletics como um dos principais. A tecnologia da Freeletics só capta parte dos dados que os *biohackers* consideram relevantes.

Nesse sentido, apresentamos outra postagem no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial, em que o usuário relata sua experiência particular em relação à dieta. No método empírico de sua autoexperimentação, o usuário considera seu resultado satisfatório e, mais uma vez, produz interesse de outros Atletas Livres como se pode observar nos comentários da Figura 48.

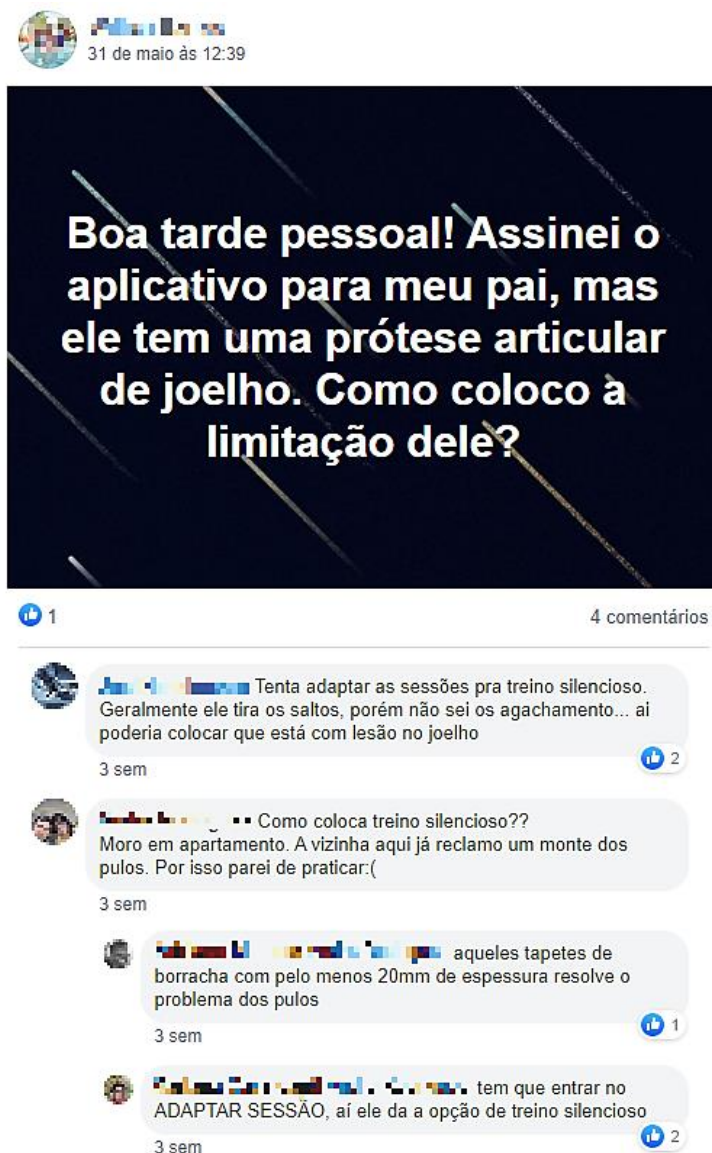
Figura 48 – Capturas de tela no Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre apresenta um aplicativo que utiliza para registro de jejuns



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 23 jun. 2020.

Em face dos limites do *personal trainer* digital, os *biohackers* não somente aderem a outros aplicativos complementares, como também ressignificam e potencializam algumas de suas funcionalidades. Desse modo, apresentamos na Figura 49 a postagem de um Atleta Livre que consulta a comunidade em relação a possível ajuste que pode ser feito para que o treino se adéque à característica de seu pai, que possui uma prótese articular no joelho.

Figura 49 – Capturas de tela no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre solicita ajuda em relação a como ajustar o *personal trainer* digital para alguém que possui uma prótese articular de joelho



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020).
Acesso em: 23 jun. 2020.

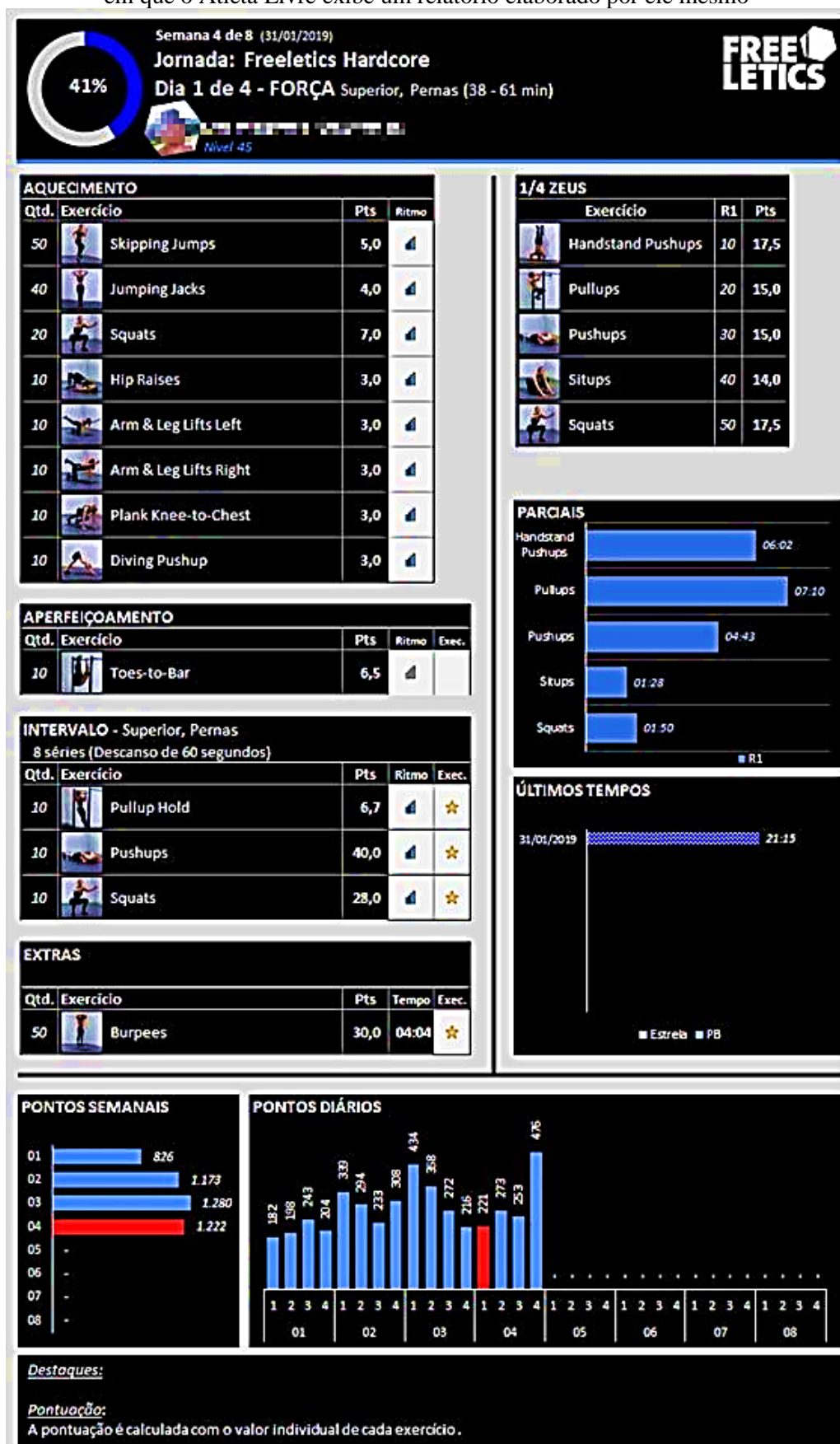
Este debate relacionado a ajustes na tecnologia merece atenção, pois remete a pensar o sentido original do que vem a ser um *hacker*: aquele que tem um conhecimento relativamente profundo e faz um *hack* (altera) em determinado *software* e/ou sistema computacional. Na especificidade aqui investigada, não se trata exatamente de alterar o *software*, mas de aprimorar seu uso. Ora, você sabe que, ao postar um vídeo no Facebook, caso insira na descrição um *link* do YouTube, esse será entregue a uma quantidade menor de pessoas? Isso é entender a lógica do algoritmo e operar a partir desse entendimento, mas não alterá-lo. Na especificidade do

biohacker, os ajustes também ocorrem no modo de usar, como observamos na imagem, e não propriamente no desenvolvimento do *software*, muito embora, eventualmente, façam sugestões à equipe de desenvolvimento, por *e-mail*. Por meio da autoexperimentação, identificam *hacks* do *personal trainer* digital.

Na ocasião da postagem em questão, os *biohackers* sugeriram uma ressignificação da função “treino em silêncio”, situação em que o *personal trainer* digital evita prescrição de exercícios como saltitos e pliométricos, adequando-se melhor; portanto, a condição que o Atleta Livre relata em relação ao joelho. Isso implica um redimensionamento da amplitude do próprio aplicativo. Permite afirmar que os *biohackers* potencializam seu escopo e, em certas ocasiões, sua efetividade. Na cultura aqui investigada, os fóruns de discussão que, na verdade, são os grupos paralelos de mídias sociais (Facebook, WhatsApp, Telegram) são espaços privilegiados para essa abordagem.

Outro destaque também relevante, que potencializa funções do aplicativo, são modos de organizar os próprios dados. Os *biohackers* elaboram relatórios mais completos do que o gerado pela Freeletics, como se observa na postagem da Figura 50.

Figura 50 – Capturas de tela de postagens no grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial em que o Atleta Livre exibe um relatório elaborado por ele mesmo



Fonte: Grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 23 jun. 2020.

Vale destacar que há outros relatórios confeccionados por usuários e que, quando exibidos, normalmente vêm acompanhados de comentários de outros usuários interessados. Nesse exemplo, o *biohacker* relata utilizar o Microsoft Excel para reunir as informações. Evidentemente, o relatório não traz nenhuma informação nova, apenas reúne dados já disponibilizados pela Freeletics; ao mesmo tempo, demonstra quanto registrar e visualizar os próprios dados em conjunto pode ser significativo para os *biohackers*.

Diante desse contexto, entendemos que os *biohackers* são mediadores relevantes na cultura *fitness* digital e possuem legitimidade entre os pares. Especialmente por meio da autoexperimentação, orientam os demais, tanto na realização de exercícios físicos, de modo geral, como no melhor modo de utilizar *softwares*, ainda que sem alterar a programação desses, para obter os resultados “biológicos” desejados. Nessa lógica, a compreensão do que vem a ser “biológico” envolve diversos aspectos, relacionando-se com um aprimoramento da “mente, corpo, ambiente e estilo de vida”¹³³. Assim, os *biohackers* são vigilantes em relação a como utilizar o *personal trainer* digital; ressignificam certas funcionalidades para adequá-lo a necessidades de determinados Atletas Livres e criam *hacks* para identificação de potencialidades e fragilidades, como os relatórios elaborados por eles mesmos.

Por fim, destacamos que o imperativo do autoconhecimento evidencia a capilaridade de práticas vinculadas ao movimento *quantified self* na cultura *fitness* digital, mesmo sem uma vinculação oficial, já que o próprio movimento é pouco explorado no Brasil. Demonstra, ainda, sua peculiaridade, em que o método empírico proposto é semelhante, mas o caráter científico é reformulado: Os fóruns de discussão passam a ser grupos de mídias sociais; o estudo de si, por vezes, aparece como um gerenciamento de si, na constituição do sujeito empreendedor de si. As condutas *data driven* geradas automaticamente convocam debates mais profundos, sobre a tomada de decisão. Já aquelas geradas em articulação com a autoexperimentação, nos convida a explorar como os *biohackers* operam, nas diferentes manifestações da cultura *fitness* digital.

¹³³ Site My biohacker: take control of your biology. Disponível em: <https://mybiohacker.com/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na ANT, na perspectiva de Bruno Latour (2012), esta tese partiu do pressuposto de que o *personal trainer* e a rede sociotécnica da qual ele faz parte, produzem ações, as quais, considerando o modo pelo qual os mediadores atuam, podem ser agrupadas em pontos de confluências, aqui chamados de imperativos da vida *fitness*. Para isso, consideramos o aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset como o *personal trainer* digital, embora a empresa e seus usuários costumem chamá-lo de *coach*.

Logo, seguimos desdobrando os mediadores que operam nas ações realizadas pelos usuários do *personal trainer* digital, identificados em diversas fontes, como o *site* oficial; mídias sociais com grupos formados para discussão sobre a Freeletics; *affordances* do próprio aplicativo; conteúdos produzidos por terceiros (geralmente os usuários); conteúdos recebidos por mim (ao realizar o cadastro no *site*/aplicativo). As formas pelas quais esse material empírico aparece também foram diversas: imagens, textos e vídeos, bem como a combinação deles.

Desse modo, analisamos como o *personal trainer* digital e a rede sociotécnica da qual ele faz parte atuam na mediação de imperativos para uma vida *fitness*. Nesse contexto, apresentamos, no presente capítulo, nossas considerações finais¹³⁴ acerca dos quatro imperativos para uma vida *fitness* aqui estruturados: espetacularização *fitness*, datificação de si, desempenho *fitness* e autoconhecimento.

Embora a delimitação metodológica empregada nesta tese tenha suas potencialidades, também apresenta seus limites: 1) Como não foram feitas entrevistas ou observações de campo com os Atletas Livres, mas somente análise das publicações na rede sociotécnica e visível na empiria publicada na internet, aqueles que não participam desses espaços não foram diretamente incluídos (embora alguns mediadores analisados inevitavelmente os afete, como algumas *affordances* do *personal trainer* digital); além disso, entrevistas com os Atletas Livres poderiam evidenciar mais ações e, por sua vez, mais mediadores potencialmente não identificados em nossa delimitação metodológica; 2) A rede sociotécnica passa por (de)formações a todo momento, pois é fruto de associações fluidas e não algo estável, logo, capturamos apenas seus rastros, alguns deles possivelmente já obsoletos, outros deles talvez

¹³⁴ As considerações finais continham ainda outros dois tópicos: um que tratava de algumas possibilidades de tematização dos nossos resultados, particularmente as contribuições da cultura *fitness* digital à cultura corporal de movimento; e outro relativo a uma discussão secundária a partir dos resultados encontrados, no qual abordamos a emergência de “*coaches* digitais”, bem como algumas reflexões e recomendações para a área, tomando como ponto de partida o seguinte mote: “a Educação Física vai acabar?”. Contudo, por não ter relação direta com o escopo do objetivo da tese, optamos por retirar esses dois tópicos do relatório final da tese e trabalhá-los sob a forma de artigo a serem submetidos a periódicos da área.

ampliados; 3) O fato de os usuários fazerem uso de diversas mídias, torna ineficaz a inclusão de todas elas, sendo a análise aqui defendida apenas um retrato do fenômeno como um todo.

A análise evidenciou que o *personal trainer* digital (ou, mais precisamente, os mediadores da rede sociotécnica da qual ele faz parte), de fato, não se restringe à prescrição de exercícios físicos, mas tenciona(m) uma vida *fitness*. Em conjunto, os mediadores constituem imperativos, ainda que também se apresentem sob a forma de conselhos, sugestões, e não propriamente ordens autoritárias. A propósito, vale reiterar que, na língua portuguesa, as formas verbais aparecem nos modos indicativo, subjuntivo ou imperativo. O modo imperativo não aponta somente ordem, mas também um pedido ou uma sugestão. Logo, o imperativo representa pontos de confluência entre um conjunto de ações realizadas pelos usuários do *personal trainer* digital, não sendo uma ordem, um dever, tampouco qualquer tipo de determinismo.

Nesse sentido, com base na empiria, identificamos quatro imperativos para uma vida *fitness*, com os seguintes modos de vida: A espetacularização *fitness* – seja inspiração; datificação de si – seja *self-tracker*; desempenho *fitness* – seja mais forte do que sua melhor desculpa; e autoconhecimento – seja empreendedor de si. Logo, destacamos a seguir alguns elementos constitutivos de cada um deles.

No imperativo da espetacularização *fitness* o foco está em evidenciar os mediadores que sugerem que as pessoas se mostrem, exibam seu cotidiano. Em síntese, essas ações estão vinculadas à possibilidade de um sujeito ser inspiração para os demais. Diversos botões intuitivos (*affordances*) já padronizam alguns modos de inserir a publicação e permitem compartilhá-la nas mídias sociais do usuário. Nesse contexto, por um lado, fomenta-se o olhar de que qualquer pessoa pode ser inspiração, na medida em que os próprios Embaixadores, referência aos Atletas Livres, são “pessoas comuns”. Logo, é fomentada a narrativa de que, se eles conseguem, qualquer um pode conseguir. Por outro lado, a imagem é utilizada como modo de identificar as mudanças corporais a partir dos treinos, entendidas como “transformação”, ou “evolução”, em busca da “melhor versão de si”.

A espetacularização *fitness*, portanto, consiste em uma forma de espetáculo na qual o protagonista é o Atleta Livre, no contexto de sua vida *fitness*. Ao aprofundar leituras sobre essas práticas, identificamos, no trabalho de Paula Sibília (2008), no que ela denomina *show* do eu, que essas integram uma cultura mais ampla há um bom tempo. De fato, as *selfies*, que derivam de *self*, cuja tradução é “si mesmo”, são práticas comuns e recorrentes na contemporaneidade. Portanto, a exibição de si não é um fenômeno restrito à cultura *fitness* digital.

Nesse contexto, a rotina comum é que deve ser exibida e não uma produção cinematográfica mais elaborada. A característica de pouca sofisticação dessa produção confere

um certo grau de verdade, de não manipulação: de “cara limpa” e “sem filtros”. Basicamente, consiste na ideia de que basta um *smatrphone* e mostrar a própria rotina, especialmente os elementos que caracterizam uma vida *fitness*: alimentação, treino, vestimentas, equipamentos. Assim, são comuns cenários que sugerem pouca elaboração, que se assemelham mais com a “vida como ela é”, supostamente sem estúdios de gravação, câmeras modernas, dentre outros aspectos. Entretanto, nem tudo o que é vivenciado é mostrado, o que evidencia certa fabricação da própria imagem, uma curadoria de si, nas mídias sociais. Portanto, caracteriza um narcisismo digital da vida *fitness*.

Esse fenômeno integra a cultura para além da vida *fitness*. Recorrentemente, identifica-se alguns exemplos, como alguém que grava um vídeo enquanto dirige, ou mesmo enquanto chora, mesmo podendo tê-lo gravado em outro momento – como se fosse algo não planejado e espontâneo; até mesmo homenagens a pessoas que sequer possuem conta na mídia social em questão, ou seja, uma homenagem que, na verdade, direciona-se ao público de modo geral e não à pessoa homenageada. Logo, em alguns casos, há uma fabricação de situações que sugerem fazer parte da rotina das pessoas, mas que possuem sofisticada elaboração enquanto pano de fundo. Isso provoca pensar tanto a legitimidade de determinado vídeo, ou seja, se aquilo que está sendo apresentado como rotina “comum” realmente é verdade, como também o fato de que, se uma produção cinematograficamente elaborada não é necessária, qualquer pessoa pode também exibir, influenciar, inspirar outros.

Na particularidade aqui analisada, a característica da exibição é cooptada e engendra, em uma primeira análise, no mínimo, três consequências: a produção de conteúdo sem custo para a empresa proponente do *personal trainer* digital, já que as pessoas publicam a própria rotina, com ênfase no uso do *personal trainer* digital; a divulgação do aplicativo por meio de estratégias promocionais de indicação, como desconto ao usuário que tiver recomendação satisfatória, bem como ao que aderiu à versão paga; e manutenção de pessoas, por meio da formação de uma certa rede de apoio, em grupos paralelos de Facebook e WhatsApp.

Essa rede envolve os próprios usuários e a figura dos “articuladores”, normalmente chamados de influenciadores digitais e, na empiria aqui explorada, Embaixadores. Os grupos digitais de apoio, por sua vez, valem-se de diferentes mídias: Facebook, WhatsApp, ou mesmo a rede própria do Freeletics, que é vinculada ao Google Fit. A ação de influenciadores digitais, por si só, constitui temática relevante e complexa, cujo debate específico merece outros estudos.

Essa característica de ser inspiração e, em face disso, fabricar e exibir a própria imagem, remete a pensar em novos contornos presentes na idolatria ao corpo, denominado no Brasil de corpolatria. A espetacularização *fitness* reverbera uma cultura mais ampla, em que o valor

atribuído à imagem nunca foi tão valorizado. Dentre os mediadores da Freeletics, como em seu anúncio na Google Play Store, é sugerido o seguinte: “Conquiste o corpo que sempre quis”¹³⁵.

Contudo, nessa nova caracterização da corpolatria, não somente o corpo enquadrado em padrões estéticos de beleza é exibido, apesar de identificarmos um “corpo ideal” nas imagens da Freeletics. Em síntese, embora continue existindo uma meta de corpo ideal, todo o processo deve ser mostrado, sendo essa a principal característica dessa reconfiguração da corpolatria. As *affordances* apresentadas aos usuários, após finalizado cada treino, que padronizam uma publicação de como foi cada treino, sugerem uma imagem a ser postada por parte de todos e não somente dos que atingem certo “nível de evolução”. Permite, ainda, compartilhar essa publicação em diferentes mídias sociais.

A propósito, o “antes e depois” de cada pessoa é utilizado como estratégia de *marketing* (recurso antiético, ao menos do ponto de vista do Conselho Federal de Nutrição). Seguindo a lógica do “aceite-se do jeito você é”, ao mesmo tempo da busca constante pela “melhor versão de si”, a espetacularização fitness é fomentada, ao sugerir que qualquer um pode ser inspiração para os demais.

Todo esse emaranhado de relações em torno da espetacularização *fitness*, da produção de conteúdo pelo próprio usuário, constitui o chamado *free labour*, que pode ser representado por, pelo menos, três movimentos: O primeiro, já mencionado, é que os usuários produzem conteúdo que acaba servindo a outros; a publicação da marca, com descontos para o usuário que conseguir fazer com que um novo usuário realize, também, a assinatura. No contexto do capitalismo de rede (*network capitalism*), há ainda um aprofundamento na produção de valor a partir da ação de *softwares*/algoritmos, cuja atuação se torna automatizada e, em linhas gerais, após desenvolvido, não carece de um trabalhador operando, como as tradicionais máquinas fabris. Além disso os dados gerados pela espetacularização *fitness*, ou mesmo pela navegação pela internet, de modo geral, faz com que os algoritmos possam operar.

O imperativo da datificação de si envolve justamente uma análise com certa profundidade na ação de algoritmos, os quais dependem de nossos dados de uso e pessoais. Datificação de si consiste na conversão das informações sobre si mesmo, tanto pessoais, quanto de treinamento, em dados (também chamados de metadados, já que podem ser “lidos” pelos algoritmos). Aqui vale diferenciar: Podemos considerar que o *personal trainer* digital é um algoritmo, baseado em inteligência artificial, e que, ao navegar pela internet, de modo geral, outros algoritmos entram em ação. Logo, tem-se uma datificação de si mais vinculada ao

¹³⁵ Disponível em: https://play.google.com/store/apps/dev?id=6324331771210995731&hl=pt_BR. Acesso em: 5 set. 2020.

funcionamento do *personal trainer* digital, que deriva da cultura *self-tracking*, e outra, resultante da navegação pela internet, que inclui tanto as mídias sociais originalmente da Freeletics, como também os canais produzidos paralelamente, como o grupo público de Facebook Freeletics Brasil – Oficial analisado. Conforme mencionado, o *personal trainer* digital possui conexão direta com mídias como o Google Fit e o Instagram e, conseqüentemente, também ativa eses outros algoritmos, na medida em que os usuários acessam.

Nesse sentido, entendemos que a navegação pela internet, por si só, já pressupõe um rastreamento automático. Diversos *websites*, ao serem visitados, já solicitam permissão para armazenamento de *cookies*, que analisam os padrões de tráfego. Os dados de uso são valiosos para empresas interessadas em saber “quem somos” e, assim, vender/divulgar determinados produtos. Logo, esses dados sobre si podem ser entendidos como a nova e potente *commodity* contemporânea.

O argumento da liberdade, especialmente de que o usuário finalmente se encontra livre da necessidade de se deslocar para academias de treinamento tradicionais, para praças, parques, ou quadras esportivas, é fortemente utilizado. Inclusive, nomeia o aplicativo: o *free*, do Freeletics, que representa justamente isso. Paradoxalmente, para que essa “liberdade” seja alcançada, um certo monitoramento se faz necessário. De fato, as próprias políticas de privacidades da Freeletics já informam um conjunto de empresas que atuam na análise dos dados. Com isso, a gratuidade da versão limitada do aplicativo pode ser contestada, especialmente por dois motivos: tanto pelo uso dos dados do usuário por parte de empresas que realizam análises, como pela propaganda realizada pelos próprios usuários, em uma das faces do *free labour*. Faz valer a máxima: não existe almoço grátis!

Em primeira análise, a ação de algoritmos frente a quantidades gigantescas de dados disponíveis é, justamente, mostrar aqueles considerados mais relevantes. Logo, a personalização da rede pressupõe o conteúdo que seria mais importante para cada pessoa, em sua individualidade. Contudo, a relevância, nesse âmbito, não é propriamente o que é mais importante para a vida do indivíduo, mas aquilo que agrada.

Provavelmente, muitos já vivenciaram a situação de, ao buscar algum produto a venda em um *site* específico, se deparar com esse mesmo produto em outros *sites*, mesmo sem estar à procura. Se gosta de um esporte como futebol, e costuma assistir vídeos a respeito, provavelmente, a linha de tempo do Facebook esteja repleta de conteúdo voltado a esse assunto.

Esse direcionamento resultante da ação de algoritmos constitui o que chamamos, nesta tese, de bolha *fitness*. Basicamente, trata-se de um direcionamento em relação a conteúdos considerados mais relevantes, que acaba por ser o que mais agrada aos usuários. Vale ressaltar

que os limites metodológicos do nosso estudo não permitem adentrar o *login* de cada usuário para constatar a existência dessa bolha *fitness*, embora algumas contas públicas de Embaixadores em mídias sociais tenham sido visitadas e demonstrem publicações mais voltadas a essa cultura *fitness* digital. Dito isso, inspirados principalmente em Pariser (2012), com base na análise empreendida, destacamos que o direcionamento de informações somente ao que agrada tem algumas consequências, dentre as quais evidenciamos três.

A primeira, aponta para a constituição de um modelo de vigilância determinista, haja vista que, de certo modo, seus dados determinam quem você é; nesse sentido, dizer que “você é seus dados” seria reduzir a potência dos dados enquanto mediadores constitutivos do eu. Desse modo, seria necessário o seguinte complemento: Os dados dizem quem você vai ser. Assim, se um plano de saúde tem acesso aos dados relativos a exercício físico, por exemplo, podem cobrar valores diferenciados.

A segunda envolve a restrição da criatividade e do livre pensar, já que as “melhores opções” nos são apresentadas de imediato. Ao realizar um treino de corrida, por exemplo, o melhor caminho pode ser recomendado por um aplicativo que conta com GPS e, desse modo, restringir a experimentação de outros. Assim, isenta pensar outros caminhos.

A terceira consequência tem relação com o pouco contato com o pensamento diferente, já que, em geral, a “zona de bem-estar” produzida pela bolha *fitness* restringe outras possibilidades, o que, potencialmente, pode gerar intolerância. O pouco contato com imagens de pessoas que fogem ao padrão *fitness* no *feed* de notícias, pode gerar um estranhamento em relação a esse público.

Evidentemente, a datificação de si e a ação de algoritmos gera novos mecanismos de vigilância, sobretudo com o fomento da cultura *self-tracking*. Dados vitais, como a frequência cardíaca e a qualidade do sono, são captados automaticamente, por meio de biossensores. Ainda que captados individualmente, em conjunto, produzem potentes bases de dados, configurando *big data* e novas possibilidades biopolíticas. Atreladas à característica contemporânea de espetacularização *fitness*, reconfiguram a noção tradicional de pan-óptico, alterando a *surveillance* (com olhar de cima) para a *sous-veillance* (olhar de baixo). A própria pessoa rastreia-se e vigia-se.

As tecnologias vestíveis, como os relógios e as pulseiras inteligentes, as quais, no contexto da internet das coisas, podem estar interligadas a outros objetos, como o carro e geladeira, produzem outros modos de vida. De certo modo, a cada dia, a conectividade tem passado a se tornar uma necessidade. A inteligência artificial atrelada ao aplicativo justifica a

disponibilização dos dados, afinal, o *software* precisa deles para que possa se readequar e prescrever o treinamento de modo mais adequado.

A inteligência artificial é, realmente, um forte diferencial do aplicativo. Em tese, prescreve autônoma e individualmente o treino adequado a cada usuário, diferentemente de outros, com uma única sequência de exercícios físicos, semelhante aos programas da Jane Fonda. Ora, agora se pode ter um *personal trainer* na palma da mão, com programa de treinamentos especialmente elaborado para suas características; evidentemente, trata-se de uma tecnologia potencialmente disruptiva na prescrição de exercícios físicos. Isso constitui e fortalece o imperativo do desempenho *fitness*, que diz: seja mais forte que sua melhor desculpa, basta querer... *#semdesculpas*. Esse possui três características relevantes: a ubiquidade da pressão por desempenho; a gamificação da vida *fitness*; e a glorificação do sofrimento.

O primeiro argumento utilizado é que agora o usuário é, finalmente, livre, já que pode praticar exercícios a qualquer hora e em qualquer lugar. Ainda que essa liberdade seja paradoxal, na medida em que, para que o *personal trainer* digital seja ativado, é preciso que o Atleta Livre se disponha a um retreino, e ele, de fato, esteja 24 horas disponível para prescrever o exercício físico. Essa proposta ultrapassa outras, pautadas simplesmente no gasto calórico, normalmente vinculadas ao cumprimento de 30 minutos de atividade física diários, em práticas muitas vezes tediosas e de eficiência discutível, como a negação da tecnologia do elevador. Logo, estando, o *personal trainer* digital, integralmente disponível, ocorre em um cenário de ubiquidade da pressão por desempenho, reconfigurando a culpabilização *fitness*. A culpabilização *fitness* passa a ter tanto a característica da ubiquidade, como também um aprofundamento na pressão para aderir a uma vida *fitness*, que é exercida sobretudo de si para consigo mesmo e não por um terceiro.

As mudanças passam a ser mais significativas ao analisarmos, sob o prisma da transição da negatividade para a positividade, como sugere Byung Chul Han (2014). Com esse olhar, percebemos que as estratégias não mais permeiam o que se denomina, especialmente na Educação Física, de pedagogia do terror ou do medo. Não se trata mais dos mecanismos de persuasão que dizem: “Sedentarismo mata!”; “Ou você tem tempo para a saúde, ou terá que ter para as doenças!”; ou mesmo estatísticas de hipertensão e diabetes. A cultura *fitness* contemporânea faz uso de outros mecanismos, especialmente o que chamamos, nesta tese, de gamificação da vida *fitness*.

A gamificação faz-se presente de diferentes modos. Na verdade, por vezes, é uma forma de disfarçar uma pressão passiva por desempenho, ou seja, que não vem de um ente externo, na

forma de uma ordem expressa. Nesse contexto, destacamos a *gamification of life* (ou gamificação da vida). Trata-se da atribuição de características de jogo à vida, de modo geral.

Vale dizer que o estímulo demasiado à competição, que pode ser fomentado pela gamificação, é problemático, em algumas situações, sobretudo quando os usuários cumprem volumes demasiados de treino, para vencer o desafio ou atingir determinada pontuação. Recorrentemente, identificam-se em alguns desafios, nos quais a quantidade de exercícios produz pontos para uma disputa maior, ocasião em que alguns usuários realizam atividades em excesso, com o objetivo de somar mais pontos. Portanto, os proponentes desse modo de gamificação precisam estar atentos para os perigos de não estabelecer certos limites.

O *personal trainer* digital possui diversos elementos de gamificação, como o próprio nome dos treinamentos, que possuem como título o nome de deuses gregos a serem “vencidos” diariamente. Outras manifestações da gamificação é a definição de metas; o estabelecimento de níveis; o ranqueamento de pessoas; a proposta de certos desafios. Esse movimento suplanta uma racionalidade competitiva que aproxima o desempenho *fitness* da cultura neoliberal.

No imperativo do desempenho *fitness*, a gamificação da vida *fitness* produz uma racionalidade centrada na competitividade cotidiana, forjada na forma de jogo. Isso se torna muito evidente no próprio vídeo promocional do Institute Quantified Self, disponível no YouTube ¹³⁶, em que um dos usuários, por estar competindo com o colega, opta por caminhar um pouco mais, para obter maior pontuação em relação ao competidor, bem como outras cenas, inclusive relativas à sexualidade, as quais não cabe aqui dar *spoilers*.

Já o imperativo do autoconhecimento evidencia questões mais relacionadas ao movimento *quantified self*. Nesse sentido, o autoconhecimento proposto se dá através dos números que, inclusive, caracterizam o movimento em seu *site*¹³⁷. A cultura *self-tracking* pressupõe o rastreamento e a conseqüente quantificação de dados pessoais, principalmente por meio de biossensores. Isso independe da objetivação de si, ou seja, de se tornar objeto de si mesmo. Porém, há pessoas que adentram à cultura *self-tracking* sem estarem interessadas em um certo “autoconhecimento”. Já os *quantified selfers*, conforme diversos artigos publicados na revista *Wired*, especialmente por Gary Wolf e Kevin Kelly, além das publicações no Quantified Self Institute, tem por objetivo justamente o autoconhecimento; o estudo de si, por meio de números resultantes de dados pessoais, também conhecidos como *lifelogging*, ou

¹³⁶ Vídeo promocional, evidentemente uma sátira à quantificação de si, mas que produz *insights* relevantes para nossa análise. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=DeeCvmPN_cY. Acesso em: 25 dez. 2019.

¹³⁷ O *site* possui a expressão "Quantified self: self knowledge through numbers". Disponível em: <https://quantifiedself.com/>. Acesso em: 6 set. 2020.

registros de vida. Portanto, o movimento *quantified self* pressupõe a cultura *self-tracking*, mas não necessariamente o contrário.

A gamificação busca tornar todo esse processo divertido e não uma obrigação. Logo, o interesse em *ser* cada vez melhor, no léxico *fitness* “a melhor versão de si”, torna a si mesmo como um empreendimento. Evidentemente, a noção de sujeito empreendedor de si justifica *investir*, dentre outras coisas, na assinatura de um *personal trainer* digital. Como em toda boa empresa, é possível ter acesso aos relatórios desses investimentos, produzidos autonomamente, por meio do aplicativo. Além dos tradicionais relatórios numéricos, utiliza-se também a subjetividade visual, como a já mencionada estratégia de imagens “antes e depois”. Nesse sentido, o autoconhecimento carece de estudo de si, ao passo em que torna o sujeito como objeto de estudo de si mesmo (mais vinculado ao movimento *quantified self* – uma autoexperimentação), como também o sujeito como gerenciador de si (mais vinculado à cultura do empreendedorismo – um autoempreendimento).

Sob o argumento da constante busca pela melhor versão de si, permeado pela cultura do empreendedorismo, o Atleta Livre tem sempre uma dívida consigo mesmo, que, ao realizar seu treino diário, se materializa por meio da *hashtag #TáPago*. Típico da cultura *fitness* digital, de modo geral, as dificuldades e os desafios fazem parte do processo e merece comemoração, em um processo que denominamos, nesta tese, de glorificação do sofrimento. Logo, não se trata somente de bioascese (um aprimoramento particular de si), mas também da comemoração e exibição de todo esse processo, já que não se chega a um final. Assim, o indivíduo passa a ser um sujeito *beta*, semelhante a um *software* em versão *beta*: aquele que está ainda por finalizar, em processo de construção e evolução, mas já operando.

Todo esse movimento implica uma espécie de supervalorização dos números, que passam a gerar sentidos particulares para o usuário, sugerindo certos caminhos a serem seguidos, o que pode ser denominado de *lively data* (dados vivos), uma prática de dados. Possibilita uma aproximação com certa noção de ciência que faz uso de métodos empíricos para investigar questões de saúde pessoal (*Personal Science*) (WOLF; DE GROOT, 2020), em tese, superando a intuição.

Tudo isso gera um ciclo de *feedback* para mudança de comportamento, que vem a ser significativo para alguns usuários. Contudo, ainda ancorado na noção de ciência, surge outra característica relevante, que é da *self-experimentation* (autoexperimentação). Isso gera eventos e fóruns de discussão pelo mundo, especialmente atrelados aos adeptos do movimento *quantified self*. Assim, o ciclo de feedbacks é superado e os usuários, em nossa análise, atingem o patamar de *biohackers*, onde utilizam uma ética *hacker* (diferente de *cracker*) para, por meio

da tecnologia, aprimorar o “eu biológico”, em experimentações individuais. Logo, passam a orientar os demais usuários do *personal trainer* digital.

Essa característica, que pressupõe um eu ainda mais aprimorado, dialoga com a noção de *Extended Exoself* (extensão de si ampliada). Trata-se de uma ampliação de sentidos humanos, por meio da tecnologia. Vale dizer que tecnologias com esse propósito já existem e são fortemente úteis em nossa rotina, como um simples óculos, ou mesmo um aparelho auditivo. Contudo, níveis mais elevados dessa relação entre humano e tecnologia são possíveis. Imaginemos, por exemplo, um óculos que, além de permitir melhor visualização, possibilite também o acesso automático a um banco de dados, por meio de tecnologia de reconhecimento facial, que tornaria possível, ao ver uma pessoa, vislumbrar alguns de seus dados pessoais e profissionais. Assim, o sentido da visão seria ampliado e ressignificado.

Swan (2013) considera que a extensão de si ampliada seria algo para um futuro a longo prazo, assim como o *self-tracking 2.0*, que envolveria a apreensão de outros aspectos de *lifelogging*, particularmente dados “subjetivos” e qualitativos, como o humor. Assim, fala em trans-humanismo (*transhuman*, ou H+), que consiste em uma ampliação significativa das capacidades humanas, tanto intelectuais quanto biológicas. Contudo, algumas empresas já fazem a análise de aspectos qualitativos como humor, seja para fins comerciais ou mesmo políticos.

Os quatro imperativos para uma vida fitness representam pontos de confluência entre ações que, por sua vez, resultam de interações entre mediadores atuantes na rede sociotécnica que o *personal trainer* digital integra, a saber: espetacularização *fitness*; datificação de si; desempenho *fitness*; e autoconhecimento. Esses imperativos sugerem ser: Inspiração; *self-tracker*; mais forte do que a melhor desculpa; e empreendedor de si. Esse conjunto de saberes e práticas emergentes incitam novas reflexões para o âmbito da Educação Física, que nos parece passar por um momento disruptivo. O aplicativo *fitness* possui *modus operandi* técnico, com grande potencial de articular um conjunto de variáveis (quantitativas). Tem como limite características como diálogo, escuta qualificada, criatividade, afeto e o encontro, aspectos que merecem investimento por parte dos profissionais da área.

REFERÊNCIAS

ABIB, Leonardo Trápaga. **O governo de si e dos outros em dispositivos de saúde móvel: reflexões sobre o Movimento 21 Dias Por Uma Vida Mais Saudável**. 2019, 243 f. Tese (Doutorado em Educação Física) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Educação Física e Desportos, Vitória, 2019.

ABIB, Leonardo Trápaga; GOMES, Ivan Marcelo; GALAK, Eduardo Lautaro. Conselhos privados e medicalização da atividade física em um aplicativo de saúde móvel: a produção de corpos homogêneos e sujeitos universais. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 32, n. 62, p. 01-18, abr./jun. 2020.

ABREU, Carla Luzia de. Hipervisibilidade e self-disclosure: novas texturas da experiência social nas redes digitais. **Visualidades**, Goiânia v.13 n.2 p. 194-219, jul./dez. 2015.

AGITA SP. **Quem somos - Portal Agita**. 2020. Disponível em: <https://www.portalagita.org.br/pt/agita-sp/o-agita-sp/quem-somos.html>. Acesso em: 17 abr. 2020.

AGRELA, Lucas. Fim do personal trainer? Brasileiros se interessam por treinador em app. **Revista Exame**, publicado em 23 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/fim-do-personal-trainer-brasileiros-se-interessam-por-treinador-em-app/>. Acesso em: 17 abr. 2020.

ALSAWAIER, Raed S. **The effect of gamification on motivation and engagement**. [S. l.], v. 35, n. 1, p. 56-79, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJILT-02-2017-0009>. Acesso em: 09 nov. 2020.

ANTELO, Marcela. Vidrados no olhar: Resenha sobre “O show do eu – A intimidade como espetáculo”, de Paula Sibilia. **Boletim Persiana Indiscreta**, Escola Brasileira de Psicanálise: Salvador, 2018. Disponível em: <http://www.ebpbahia.com.br/jornadas/2018/2018/07/19/vidrados-no-olhar-resenha-sobre-o-show-do-eu-a-intimidade-como-espetaculo-de-paula-sibilial/>. Acesso em: 10 jul. 2020.

ASSMANN, Selvino José. **Biopolítica em Michel Foucault e Giorgio Agamben [1/4]**. Oitavo encontro do Ciclo de Palestras da Especialização em Filosofia da Universidade Regional de Blumenau – FURB. Publicado em 5 jun. 2014. Palestra. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SB1c5A7IeFI>. Acesso em: 17 abr. 2020.

BAGRICHEVSKY, Marcos; PALMA, Alexandre. Questionamentos e incertezas acerca do estatuto científico da saúde: um debate necessário na educação física. **Revista da Educação Física/UEM**, Maringá, v. 15, n. 2, p. 57–66, 2º sem. 2004.

BLASCO, Lucía. Como é a vida do “ciborgue” americano Chris Dancy, o homem mais conectado do mundo. **BBC Mundo**, publicada em 24 de abril de 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/curiosidades-39696585>. Acesso em: 17 abr. 2020.

BOSSEWITCH, Jonah; SINNREICH, Aram. The end of forgetting: Strategic agency beyond the panopticon. **New Media & Society**, [S.l.], v. 15, n. 2, p. 224–242, Mar. 2013.

BOSTROM, Nick. A History of Transhumanist Thought. **Journal of Evolution and Technology**, [s. l.], v. 14, n. 1, Apr. 2005.

BOUMANS, Jak. **Cross-media**: E-Content Report 8. ACTeN-Anticipating Content Technology Needs, 2004. Disponível em: <https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/jak-boumans-report.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base nacional comum curricular**: educação é a base. Brasília: Ministério da Educação, 2018. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf. Acesso em: 15 abr. 2020.

BROCH, José Carlos. **O conceito de affordance como estratégia generativa no design de produtos orientado para a versatilidade**. 2010. 99 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Escola de Engenharia e Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

CAMBRICOLI, Fabiana. Brasil lidera aumento das pesquisas por temas de saúde no Google. **O Estado de S. Paulo**. Publicado em 10 de fevereiro 2019. Disponível em: <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-lidera-aumento-das-pesquisas-por-temas-de-saude-no-google,70002714897>. Acesso em: 11 abr. 2020.

CARTER, Tim *et al.* The effect of exercise on depressive symptoms in adolescents: a systematic review and meta-analysis. **Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry**, [S. l.], v. 55, n. 7, p. 580-590, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jaac.2016.04.016>. Acesso em: 09 nov. 2020.

CARVALHO, Joelma Monteiro de. Ritual da Tucandeira da etnia Sateré-Mawé: língua, memória e tradição cultural. 2015. - Universidade Estadual do Amazonas (UEA), [s. l.], 2015. Disponível em: <http://repositorioinstitucional.uea.edu.br/handle/riuea/1908>. Acesso em: 10 fev. 2020.

CARVALHO, Yara Maria de. Atividade física e saúde: onde está e quem é o “sujeito” da relação? **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 22, n. 2, p. 9–21, jan. 2001.

CFN. Conselho Federal de Nutrição. **Código de Ética e de Conduta do Nutricionista**. Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2020.

CODO, Wanderley; SENNE, Wilson Alves. Corpolatria. *In*: GONZÁLEZ, Fernando Jaime; FENSTERSEIFER, Paulo Evaldo (Org.). **Dicionário crítico da educação física**. Ijuí: Unijuí, 2014. p. 151–153.

COHEN, Roberto. **Gamification em help desk e service desk**: promovendo engajamento e motivação no século 21 em centros de suporte, help desk e service desk. São Paulo: Novatec Editora, 2017.

COTTON, Victor; PATEL, Mitesh S. Gamification use and design in popular health and fitness mobile applications. **American Journal of Health Promotion**, [S. l.], v. 33, n. 3, p. 448-451, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0890117118790394>. Acesso em: 09 nov. 2020.

CRAWFORD, Robert. You are dangerous to your health: the ideology and politics of victim blaming. **International journal of health services**, v. 7, n. 4, p. 663-680, 1977. Disponível em: <https://doi.org/10.2190/YU77-T7B1-EN9X-G0PN>. Acesso em: 09 nov. 2020.

CREFI. Smart Fit: CREFI aciona Ministério Público do Trabalho. **Conselho Regional de Educação Física Primeira Região**. Publicado em 02 de abril de 2018. Disponível em: <https://crefi.org.br/rio-de-janeiro/smart-fit-crefi-aciona-ministerio-publico-do-trabalho/>. Acesso em: 05 de abril de 2020.

DAMICO, José Geraldo Soares; KNUTH, Alan Goulart. O des (encontro) das práticas corporais e atividade física: hibridizações e borramentos no campo da saúde. **Movimento**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 329–350, jan./mar. 2014.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

EDWARDS, E. A. *et al.* Gamification for health promotion: systematic review of behaviour change techniques in smartphone apps. **BMJ Open**, [S. l.], v. 6, e012447, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2016-012447>. Acesso em: 09 nov. 2020.

ESOMAR. ESOMAR guideline on social media research. **World Research Codes and Guidelines**. Amsterdam: ESOMAR, 2011. 11 p. Disponível em: <https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR-Guideline-on-Social-Media-Research.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FERREIRA, Arthur Arruda Leal. Para além dos fundamentalismos epistemológicos: o encontro de Michael Foucault e Bruno Latour na construção diferencial de um mundo comum. **Revista aulas**, [S. l.], 2007.

FERREIRA, Marcos Santos. Aptidão física e saúde na educação física escolar: ampliando o enfoque. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v.22, n.2, p.41-54, jan 2001.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. 1984 - Foucault (assinado sob pseudônimo Maurice Florence). In: MOTTA, Manoel Barros da. **Ética, sexualidade, política - Ditos e escritos V**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004a. p. 234–239.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. 42. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

FRAGA, Alex Branco. Sedentarismo. In: GONZÁLEZ, Fernando Jaime; FENSTERSEIFER, Paulo Evaldo (org.). **Dicionário crítico da Educação Física**. Ijuí: Unijuí, 2005. p. 599–603.

FRAGA, Alex Branco. **Exercício da informação: governo dos corpos no mercado da vida ativa**. Campinas: Autores Associados, 2006.

FRAGA, Alex Branco et al. Sedentarismo é...”: concepção de praticantes de caminhada e a medicalização das práticas corporais. In: FRAGA, Alex Branco et al. **Políticas de lazer e saúde em espaços urbanos**. Porto Alegre: Gênese, 2009. p. 21–35.

FREELETICS. **Site oficial Freeletics**. 2020. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt>. Acesso em: 09 nov. 2020.

FREELETICS. **Kit de Imprensa**. Munique: Freeletics GmbH, 2020b. Disponível em: https://assets.contentstack.io/v3/assets/blt45c082eaf9747747/blt0d51ff985bc6fa9e/5ef354a13a40d6578bbe9aaf/Projeto_Freeletics_PressKit_digital_PT.pdf

FREELETICS - YOUTUBE. **Conta oficial da Freeletics no YouTube**. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/Freeletics>. Acesso em: 09 nov. 2020.

FREELETICS BRASIL - OFICIAL. **Grupo Publico de Facebook “Freeletics Brasil - Oficial”**. 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/625223124183472/>. Acesso em: 09 nov. 2020.

FREIDSON, Eliot. **Renascimento do Profissionalismo: teoria, profecia e política**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

GANDOMI, Amir; HAIDER, Murtaza. Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. **International Journal of Information Management**, v. 35, n. 2, p. 137-144, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.10.007>. Acesso em: 09 nov. 2011.

GOOGLE LLC. **Freeletics**. 2020a. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/developer?id=Freeletics&hl=pt_BR. Acesso em: 2 fev. 2020.

GOOGLE LLC. Google Fit: monitoramento de atividades e saúde. **Google Play**, 2020. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.fitness&hl=pt_BR. Acesso em: 12 abr. 2020.

GRUPO ABRIL. O personal trainer mais popular do país não é humano. **Revista Veja - Editora Abril**, 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/o-personal-trainer-mais-popular-do-pais-nao-e-humano/>. Acesso em: 17 abr. 2020.

GTT ATIVIDADE FÍSICA E SAÚDE. Carta de repúdio ao programa *Brasil em Movimento* do Governo Federal. **CONBRACE**, publicada em 27 de dezembro de 2019. Disponível em: <http://www.cbce.org.br/noticias-detalle.php?id=1405>. Acesso em: 05 abr. 2020.

GTT COMUNICAÇÃO E MÍDIA. **Práticas Corporais em tempos de distanciamento social e coronavírus**: Nota Técnica 1 - GTT Comunicação e Mídia do CBCE. Porto Alegre: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte - DN, 2020. Disponível em: <http://www.cbce.org.br/noticias-detalle.php?id=1437>. Acesso em: 10 nov. 2020.

HAMMAMI, Amri *et al.* Physical activity and coronavirus disease 2019 (COVID-19):

specific recommendations for home-based physical training. **Managing Sport and Leisure**, [S. l.], p. 1–6, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1757494>. Acesso em: 09 nov. 2011.

HAN, Byung-Chul. **A sociedade da Transparência**. Lisboa: Relógio D`água-editores, 2014.

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

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

HÖTTING, Kirsten; RÖDER, Brigitte. **Beneficial effects of physical exercise on neuroplasticity and cognition**. [S. l.], v. 37, n. 9, p. 2243-2257, Nov. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2013.04.005>. Acesso em: 09 nov. 2011.

HÜNING, Simone; GUARESCHI, Neuza. Michel Foucault, Bruno Latour e algumas linhas de fuga na produção de conhecimentos. *Ciências Sociais Unisinos*, [S. l.], 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/csu.2011.47.1.07>

JANDL JUNIOR, Peter. Computação, Ubiquidade e Transparência. **Revista Ubiquidade**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 79–94, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOSEFSSON, T.; LINDWALL, M.; ARCHER, T. Physical exercise intervention in depressive disorders: Meta-analysis and systematic review. **Scand J Med Sci Sports**, [S. l.], v. 24, n. 2, apr. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/sms.12050>. Acesso em: 09 nov. 2011.

JOSHI, Ameet V. **Machine Learning and Artificial Intelligence**. Cham (Switzerland): Springer, 2020.

KARKAR, Ravi *et al.* A framework for self-experimentation in personalized health. **Journal of the American Medical Informatics Association**, [S. l.], v. 23, n. 3, p. 440-448, May. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/jamia/ocv150>. Acesso em: 09 nov. 2011.

KARR, Justin E. *et al.* An empirical comparison of the therapeutic benefits of physical exercise and cognitive training on the executive functions of older adults: A meta-analysis of controlled trials. **Neuropsychology**, [S. l.], v. 8, n. 6, p. 829-845, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/neu0000101>. Acesso em: 09 nov. 2011.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEAL, Edilene Maria Carvalho. Bruno Latour e Michel Foucault: a formação de práticas civilizatórias. *ethic@ - An international Journal for Moral Philosophy*, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 142, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1677-2954.2016v15n1p142>

LEMOS, André. **A comunicação das coisas**: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LISTER, Cameron *et al.* Just a fad? Gamification in health and fitness apps. **JMIR Serious Games**, [S. l.], v. 2, n. 2, e9, Jul./Dec. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.2196/games.3413>. Acesso em: 09 nov. 2011.

LUPTON, Deborah. Data assemblages, sentient schools and digitised health and physical education (response to Gard). **Sport, Education and Society**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 122–132, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13573322.2014.962496>. Acesso em: 09 nov. 2011.

LUPTON, Deborah. The diverse domains of quantified selves: self-tracking modes and dataveillance. **Economy and Society**, [S. l.], v. 45, n. 3, 2016a. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/03085147.2016.1143726>. Acesso em: 09 nov. 2011.

LUPTON, Deborah. **The quantified self**. Malden: Polity Press, 2016b.

LUPTON, Deborah. You are your data: Self-tracking practices and concepts of data. *In*: SELKE, Stefan. (ed.). **Lifelogging**: Digital Self-Tracking and Lifelogging - between Disruptive Technology and Cultural Transformation. Wiesbaden: Springer VS, 2016c. p. 61-79.

MACHADO, Eduardo Pinto. **“Segue o plano!”** A relação autoridade/obediência entre coach e pupilo no processo de construção corporal do fisiculturista. 2020. 212 f. Tese (Doutorado em Ciência do Movimento Humano) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

MACHADO, Roberto. Introdução: por uma genealogia do poder. *In*: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**: organização e tradução de Roberto Machado. 2 ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015 p. 7-34.

MANN, Steve; NOLAN, Jason; WELLMAN, Barry. Sousveillance: Inventing and Using Wearable Computing Devices for Data Collection in Surveillance Environments. **Surveillance & Society**, [s. l.], v. 1, n. 3, p. 331–355, 2002.

MARQUES JUNIOR, Nelson Kautzner. Periodización de largo estado de forma. **Revista Peruana de ciencia de la actividad física y del deporte**, [s. l.], v. 7, n. 2, p. 931–940, 2020. Disponível em: <https://www.rpcfad.com/index.php/rpcfad/article/view/95/124>. Acesso em: 09 nov. 2011.

MATURO, Antonio Francesco; MORETTI, Veronica. **Digital Health and the Gamification of Life**: How Apps Can Promote a Positive Medicalization. Bingley: Emerald Publishing, 2018.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor Mayer; CUKIER, Kenneth. **Big data**: como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2013.

MEDINA, Marco; FERTING, Cristina. **Algoritmos e programação**: teoria e prática. São Paulo: Novatec Editora, 2006.

MENDES, Cláudio Lúcio. O corpo em Foucault: superfície de disciplinamento e governo. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, n. 39, p. 167–181, abr., 2006.

MENDES, Maria Isabel Brandão de Souza; GLEYSE, Jacques. O cuidado de si em Michel Foucault: reflexões para a Educação Física. **Movimento (ESEF/UFRGS)**, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 507–520, abr./jun. 2014.

MORRIS, Dan *et al.* RecoFit: Using a wearable sensor to find, recognize, and count repetitive exercises. In: 2014, **Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings**. [s. l.], p. 3225–3234, Apr. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2556288.2557116>. Acesso em: 09 nov. 2011.

NAKAMURA, Fábio Yuzo; MOREIRA, Alexandre; AOKI, Marcelo Saldanha. Monitoramento da carga de treinamento: a percepção subjetiva do esforço da sessão é um método confiável? **Revista da Educação Física/UEM**, Maringá, v. 21, n. 1, p. 1-11, 1. trim. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.4025/reveducfis.v21i1.6713>. Acesso em: 09 nov. 2011.

NEGRINI, Michele; AUGUSTI, Alexandre Rossato. O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. **Biblioteca Online de Ciências da Computação**, [s. l.], p. 1–10, 2013. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

NÓBREGA, Terezinha Petrucia da. Agenciamentos do corpo na sociedade contemporânea: uma abordagem estética do conhecimento da educação física. **Motrivivência**, Florianópolis, n. 16, v. VII, p. 1–11, mar. 2001.

OLIVEIRA, Braulio Nogueira; FRAGA, Alex Branco. Uso das tecnologias digitais para a prática de exercícios físicos uma revisão integrativa. **Conexões: Educação Física, Esporte e Saúde**, Campinas, v. 18, n. e020002, p. 1–19, 2020. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.20396/conex.v18i0.8658059>. Acesso em: 09 nov. 2011.

OLIVEIRA, Braulio Nogueira de; FRAGA, Alex Branco. O Professor-código: Aplicativos Fitness e a Virada nos Mecanismos de Vigilância. In: 2019, Natal. **XXI Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e VIII CONICE - CONBRACE**. Natal, 2019. p. 1–7. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/335989416_O_PROFESSOR-CODIGO_APLICATIVOS_FITNESS_E_A_VIRADA_NOS_MECANISMOS_DE_VIGILANCIA. Acesso em: 09 nov. 2011.

OLIVEIRA, Nilma Kelly Ribeiro de et al. Estágios de mudança de comportamento para a atividade física em adolescentes. **Motriz: Revista de Educação Física**, Rio Claro, v. 18, n. 1, p. 42-54, mar. 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s1980-65742012000100005>.

Acesso em: 09 nov. 2011.

PALMA, Alexandre. Educação física, corpo e saúde: uma reflexão sobre outros “modos de olhar”. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, v. 22, n. 2, p. 23–39, jan. 2001.

PALMA, Alexandre. Exercício físico e saúde: sedentarismo e doença: epidemia, causalidade e moralidade. **Motriz**, Rio Claro, v. 15, n. 1, p. 185–191, jan./mar. 2009.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PICH, Santiago; RODRIGUEZ, Norma Beatriz. Los cuerpos de Foucault: una genealogía de los estudios foucaultianos en el campo de académico de la Educación Física en Brasil y en la Argentina. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 28, n. 3, p. 453–467, jul./set., 2014.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Movimento é vida**: atividades físicas e esportivas para todas as pessoas. Relatório de Desenvolvimento Humano Nacional. Atividades Físicas e Esportivas para Todas as Pessoas. Brasília: PNUD, 2017. Disponível em: https://www.ufrgs.br/redecedesrs/wp-content/uploads/2017/11/PNUD_RNDH_completo.pdf. Acesso em: 09 nov. 2011.

PRIMO, Alex. Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. *In*: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Org.). **Convergências midiáticas**: Produção ficcional - RBS TV. Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 21-32. Disponível em: http://alinecurso.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Critica_da_cultura_da_convergencia_parti.pdf. Acesso em: 09 nov. 2020.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. *In*: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 13-32.

RUCKENSTEIN, Minna; PANTZAR, Mika. Beyond the Quantified Self: Thematic exploration of a dataistic paradigm. **New Media & Society**, [S.l.], v. 19, n. 3, p. 401–418, 2017.

SANTOS, Mônica. Como é trabalhar no Google. Publicado em 03 de novembro de 2014: **Canal do YouTube Valor Econômico**, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Gg4GHGoqu3o>. Acesso em: 17 abr. 2020.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SCIORTINO, Raffaele; WRIGHT, Steve. The Spectacle of New Media: Addressing the Conceptual Nexus Between User Content and Valorization. *In*: BRIZIARELLI, Marco; ARMANO, Emiliana (Org.). **The Spectacle 2.0**: Reading Debord in the Context of Digital Capitalism. London: University of Westminster Press, 2017. p. 81-94. Disponível em: <https://doi.org/10.16997/book11.e>. Acesso em: 09 nov. 2020.

SIGILIANO, Daiana. A fórmula criativa da Netflix. **Revista da SET**, [s. l.], v. 25, n. 150, p. 94–96, São Paulo, abr./mai., 2015. Disponível em: https://www.set.org.br/artigos/ed150/150_revistadaset_94.pdf. Acesso em: 17 abr. 2020.

SILVA, Jaqueline; SILVA, Kelly. Estágios de mudança de comportamento para atividade física em adolescentes: revisão sistemática. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, Pelotas, v. 20, n. 3, p. 214-231, mai. 2015.

SILVA, Marianny Jessica de Brito; FARIAS, Salomão Alencar de. Sem dor, sem ganho! Reflexões sobre o sacrifício percebido de consumo a partir da prática fitness. *Revista Brasileira de Marketing*, [S. l.], 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/remark.v19i2.17775>

SOARES, Carmen Lucia; FRAGA, Alex Branco. Pedagogia dos corpos retos: das morfologias disformes às carnes humanas alinhadas. **ProPosições**, Campinas, v. 14, n. 2, p. 77–90, mai./ago., 2003.

SWAN, Melanie. The Quantified Self: Fundamental Disruption in Big Data Science and Biological Discovery. **Big Data**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 85–99, June 2013.

SWAN, Melanie. Connected Car: Quantified Self becomes Quantified Car. **Journal of Sensor and Actuator Networks**, [s. l.], v. 4, n. 1, p. 2–29, 2015.

SWAN, Melanie. Transhuman Crypto Cloudminds. *In: LEE , Newton (Org.). The Transhumanism Handbook*. Cham (Switzerland): Springer, 2019. p. 513-527.

TUBINO, Manoel José Gomes; MOREIRA, Sérgio Bastos. **Metodologia científica do treinamento desportivo**. 13. ed. Rio de Janeiro: Shape, 2003.

UTTERBACK, James M.; ACEE, Happy J. Disruptive technologies: an expanded view. **International Journal of Innovation Management**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 1-17, mar. 2005.

WACHS, Felipe. **Funções sanitárias projetadas nos currículos da educação física**: estudo a partir da disciplina de higiene no ensino de graduação. 2013. 189 f. Tese (Doutorado em Ciência do Movimento Humano) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

WOLF, Gary. The Data-Driven Life. **New York Times**, publicado em 28 de abril de 2010, 2010. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2010/05/02/magazine/02self-measurement.html>. Acesso em: 09 nov. 2020.

WOLF, Gary Isaac; DE GROOT, Martijn. A Conceptual Framework for Personal Science. **Frontiers in Computer Science**, [s. l.], v. 2, June 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fcomp.2020.00021>. Acesso em: 09 nov. 2011.

WYLIE, Justin. **Fitness gamification**: concepts, characteristics, and applications. Print, Elon University, 2010. Disponível em: <http://www.justintwylie.com/wp-content/uploads/2014/12/JUSTIN-WYLIE-Fitness-Gamification.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2020.