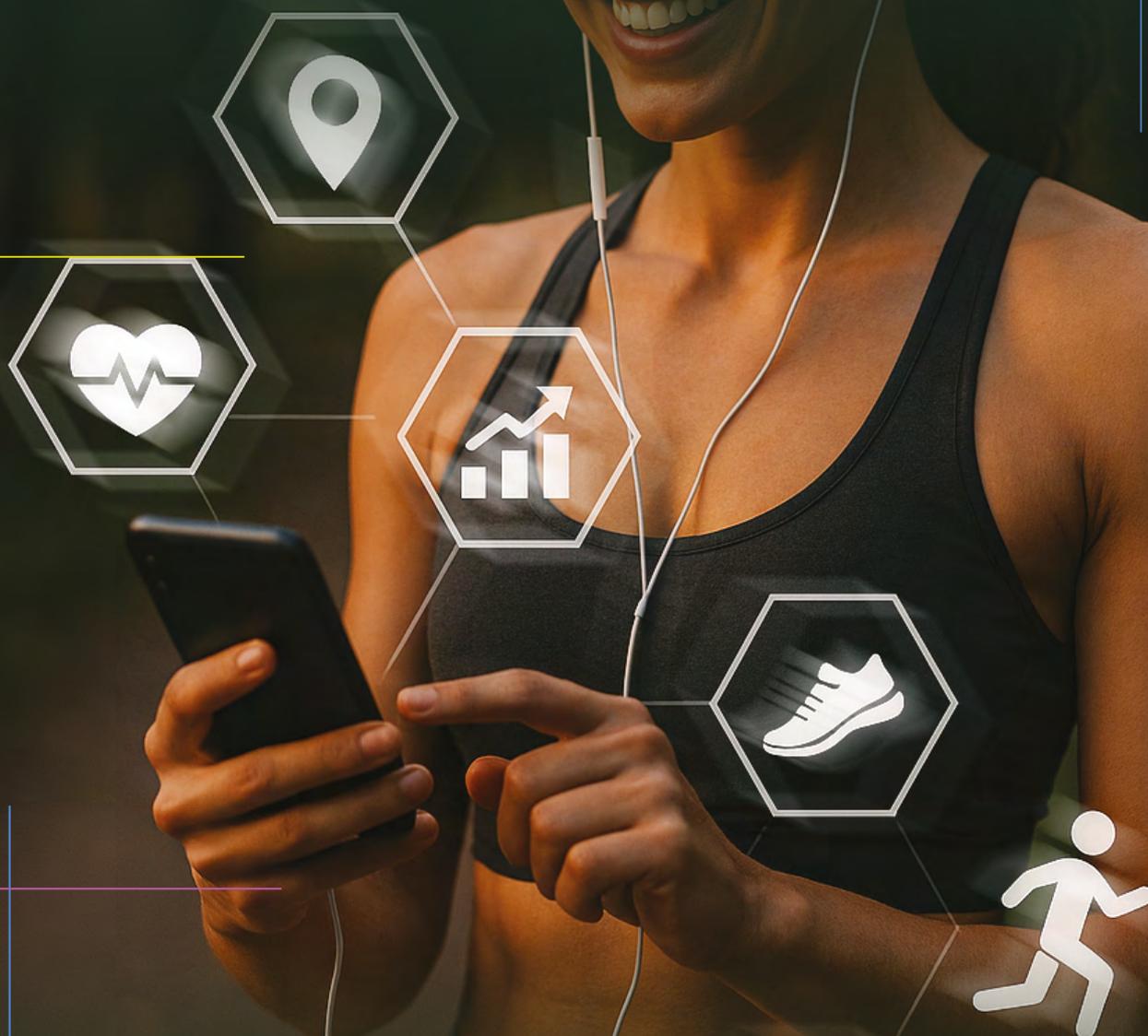


Personal Trainer de Bolso e a Produção de uma Vida *Fitness*

Braulio Nogueira de Oliveira
Alex Branco Fraga

Personal Trainer



Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro da Educação

Camilo Sobreira de Santana

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ – IFCE

Reitor

Jose Wally Mendonça Menezes

Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação

Joelia Marques de Carvalho

Pró-Reitora de Ensino

Cristiane Borges Braga

Pró-Reitora de Extensão

Ana Claudia Uchôa Araújo

Pró-Reitor de Administração e Planejamento

Reuber Saraiva de Santiago

Pró-Reitor de Gestão de Pessoas

Marcel Ribeiro Mendonça

EDITORA IFCE

Editor Executivo

Tiago Estevam Gonçalves

CONSELHEIROS NATOS

Ana Cláudia Uchoa Araújo

Cristiane Borges Braga

Joelia Marques de Carvalho

Sara Maria Peres de Moraes

Tiago Estevam Gonçalves

CONSELHEIROS TITULARES

Alisandra Cavalcante Fernandes de Almeida

David Moreno Montenegro

Paula Patricia Barbosa Ventura

Josefranci Moraes de Farias Fonteles

Marcilio Costa Teixeira

Marieta Maria Martins Lauer

Barbara Suellen Ferreira Rodrigues

Sebastiao Junior Teixeira Vasconcelos

Nadia Ferreira de Andrade Esmeraldo

Auzuir Ripardo de Alexandria

Francisco Jose Alves de Aquino

Sandro Cesar Silveira Juca

Antonio Cavalcante de Almeida

Beatriz Helena Peixoto Brandao

Joao Eudes Portela de Sousa

Juliana Zani de Almeida

Glauber Carvalho Nobre

Rommulo Celly Lima Siqueira

Harine Matos Maciel

Maria Do Socorro de Assis Braun

Sarah Mesquita Lima

Jose Eranildo Teles do Nascimento

Igor De Moraes Paim

Nara Lidia Mendes Alencar

Meire Celedonio da Silva

Marilene Barbosa Pinheiro

Wendel Alves de Medeiros

Personal Trainer de Bolso e a Produção de uma Vida *Fitness*

Braulio Nogueira de Oliveira
Alex Branco Fraga

Personal Trainer

Fortaleza - CE, 2025

Personal trainer de bolso e a produção de uma vida *fitness*.
Autores: Braulio Nogueira de Oliveira; Alex Branco Fraga.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE
Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação – PRPI Editora IFCE – EDIFCE

As informações contidas no livro são de inteira responsabilidade dos seus autores.

EDITORA IFCE

Editor Executivo

Tiago Estevam Gonçalves

Editora Adjunta e Normalização

Sara Maria Peres de Moraes

Revisão

Ricardo Castelo Branco Andrade e Silva

Projeto Gráfico e Diagramação

Phabrica de Produções:

Alecsander Coelho, Daniela Bissiguini, Érsio Ribeiro, Kauê Rodrigues,
Paulo Ciola, Rebeca Tonello e Thiago Cordeiro

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
Editora IFCE - EDIFCE

O48p Oliveira, Braulio Nogueira de.

Personal trainer de bolso e a produção de uma vida fitness. / Braulio Nogueira de Oliveira e Alex Branco Fraga. --. Fortaleza: EDIFCE, 2025.

134 p. il. (Coleção Vozes)

E-book no formato PDF 8.400 KB

ISBN: 978-65-84792-53-1 (e-book)

ISBN: 978-65-84792-54-8 (impresso)

DOI: 10.21439/EDIFCE.75

1. Educação física. 2. Saúde. 3. Inteligência artificial. I. Fraga, Alex Branco. II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará. II. EDIFCE. III. Título.

CDD 613.71

Bibliotecária responsável: Sara Maria Peres de Moraes CRB N° 3/901



Contato

Rua Jorge Dumar, 1703 - Jardim América, Fortaleza - CE, 60410-426. Fone: (85)34012263 /
E-mail: edifce@ifce.edu.br / Site: editora.ifce.edu.br.

Sumário

CAPÍTULO 1 – Quem é o Personal Trainer Digital?	6
CAPÍTULO 2 – Imperativo da espetacularização fitness: seja inspiração	28
2.1 Exibição de si: mostre sua transformação	29
2.2 Participação ou cooptação? Sinta a energia da comunidade	38
CAPÍTULO 3 – Imperativo da datificação de si: seja self-tracker	50
3.1 Datificação e inteligência artificial: obtenha a melhor orientação	51
3.2 Ação de algoritmos e a bolha <i>fitness</i> : seja verdadeiro em seus <i>feedbacks</i>	64
CAPÍTULO 4 – Imperativo do desempenho fitness: seja mais forte que sua melhor desculpa	77
4.1 Ubiquidade e pressão por desempenho: #treineemcasa	78
4.2 Gamificação da vida <i>fitness</i> : #workoutfun	93
4.3 Glorificação do sofrimento: #nopainnogain	106
CAPÍTULO 5 – Cultura fitness digital e a cultura corporal de movimento: o personal trainer digital como ponto de partida	106
REFERÊNCIAS	124
SINOPSE	131
SOBRE OS ORGANIZADORES	132

1

Quem é o **Personal Trainer Digital**?

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 disse-ra 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, questionei-o: “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 incluía uma progressão do nível de dificuldade, alternando corrida com 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 ser possível o compartilhamento delas 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), na direção de uma vida (mais) *fitness*.

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

Nesse sentido, apresentamos, a seguir, alguns aspectos relevantes dessas novas tecnologias, sobretudo para o desenvolvimento deste livro, e, em segundo momento, uma delimitação metodológica, que envolve 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 descobrir como alcançá-lo.

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, visto que a forma pela qual determinada mensagem é repassada, desde o tom de voz até o meio utilizado, influencia em seu conteúdo. A seguir, discorreremos acerca desse cenário.

Há relatos de diversas experiências, em rádio e televisão, como mídias para “prescrição” de exercícios físicos a distância. No âmbito dos Estados Unidos da América, existem programas *fitness* em televisão desde a década de 1950¹. Na década de 1980, os programas de exercício apresentados pela icônica Jane Fonda destacaram-se em vários países, seja em fita VHS ou na televisão. No Brasil, isso foi difundido 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 1986².

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 pela 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 a apresentação da influenciadora digital e profissional de Educação Física Carol Borba³.

1. 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.
2. Informações disponíveis no currículo *lattes* da professora. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/4283750107177844>. Acesso em: 29 jan. 2020.
3. 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.

4. Exercícios em Casa. Disponível em: <https://www.exercicioemcasa.com.br/>. Acesso em: 29 jan. 2020.
5. 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
6. I Running: o seu portal de corridas e desafios virtuais. Disponível em: <https://www.irunning.com.br>. Acesso em: 05 abr. 2020.
7. 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.
8. 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.

Há *websites* constituídos exclusivamente com esse fim, a exemplo da academia *on-line Exercícios em Casa*, que conta, 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*, treinamento funcional e *yoga*⁴. As informações são veiculadas em diversas frentes, como no *website* da empresa, YouTube, Instagram, Facebook e grupo fechado do Facebook para compartilhamento de resultados⁵.

O campo da corrida, exemplo tratado no início deste capítulo, 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*⁶, para efeito de comprovação da atividade, é necessário enviar informações com captura de tela da data da corrida, distância, caminho percorrido e tempo total da atividade, podendo o usuário utilizar qualquer aplicativo de corrida para esses registros. A única escolha prévia do participante é a distância a ser percorrida (3, 5 ou 10 quilômetros). Os direitos de imagem são cedidos à *I Running Brasil*, e há um *ranking* em que se podem 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 *videogames*, de vilãs a heroínas nesse contexto. Nesses casos, a jogabilidade se dá pelos movimentos do *gamer*, e não somente pela manipulação do tradicional *joystick* de botões. Ainda que na forma de jogo, esses aspectos tornam possível, no âmbito escolar, a vivência

de determinadas práticas infactíveis na realidade brasileira, como esportes de inverno. A propósito, com a emergência e crescimento dos *e-Sports* (esportes eletrônicos), já existem atletas profissionais e eventos com prêmios milionários de jogos eletrônicos⁷.

De certo modo, parte dessas novas tecnologias tem sido incorporada 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 tanto no que se refere ao seu uso racional quanto no aprimoramento de suas potencialidades, com uma atitude crítica em relação ao conteúdo, e entender que professores e estudantes, no caso da escola, não são somente consumidores, mas também protagonistas (Brasil, 2018) do Distrito Federal e dos Municípios e das propostas pedagógicas das instituições escolares, a BNCC integra a política nacional da Educação Básica e vai contribuir para o alinhamento de outras políticas e ações, em âmbito federal, estadual e municipal, referentes à formação de professores, à avaliação, à elaboração de conteúdos educacionais e aos critérios para a oferta de infraestrutura adequada para o pleno desenvolvimento da educação”, “author”: [“dropping-particle”: “”, “family”: “BRASIL”, “given”: “”, “non-dropping-particle”: “”, “parse-names”: false, “suffix”: “”}], “container-title”: “Ministério da Educação (MEC. 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 as atividades.

No âmbito 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 Saúde⁸:

O projeto tem como linha inicial a criação 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.

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 geraria uma precarização do trabalho, tendo em 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 prejudicaria 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, informações mais precisas em relação a como seria a oferta desses serviços e ao pagamento dos profissionais não foram sequer divulgadas.

Vale destacar que o termo “uberização”, nesse caso, deriva das relações de trabalho geradas a partir da empresa Uber Technologies Inc., multinacional estadunidense do ramo de aplicativos 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, os quais, em parte, se reajustaram. Trata-se, portanto, de uma tecnologia disruptiva.

Ao abordarem a visão de tecnologia disruptiva, Utterback e Acee (2005, tradução nossa) *The Innovator’s Dilemma; How New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press creditam-na à obra de Christensen, de 1997, intitulada *O dilema do inovador: Como as novas tecnologias causam falhas em grandes empresas*⁹. Basicamente, trata-se de tecnologias que podem expandir nichos de mercados emergentes, aprimorando variáveis, como o valor e o tempo, e, assim, “atacando” produtos estabelecidos, ou seja, são disruptivas no sentido de romper com algo estável. Utterback e Acee (2005) *The Innovator’s Dilemma; How New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press complementam que o aspecto mais relevante, não abordado por Christensen, seria ampliar o mercado e promover novas funcionalidades.

Além dos aplicativos de transporte, diversas outras tecnologias disruptivas tornaram-se frequentes 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

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

10. 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.
11. 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.
12. “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.
13. 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.
14. “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.

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, típicas 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 complexas¹⁰. Nesse sentido, 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 cooperativo¹¹. Por outro lado, a indústria 4.0 ou mesmo a suposta emergência de uma indústria 5.0 podem 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 o 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 da covid-19. Experiências 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.

Particularmente acerca desse contexto, após a emergência da pandemia de 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, até 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 no 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).

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 deste livro, uma questão que urge é esta: 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”, aos quais o usuário paga determinado valor e pode escolher a academia de sua preferência dentre opções que normalmente constam em um mapa orientado por geolocalização.

No caso do FlexIt¹², “os clientes podem usar a plataforma para encontrar academias perto de onde estão, mesmo que não tenham plano naquela rede específica”, pagando por minuto de uso, assim como no yooUp¹³ e no Get in Fit¹⁴, que seguem a mesma lógica. Já o Gympass permite acesso a um conjunto de academias constitutivas da rede, bem como a um *personal trainer on-line* via YouTube ou aplicativo¹⁵, e 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”: aplicativos cuja função é localizar profissionais que exerçam a função de *personal trainer*, por geolocalização, a exemplo do Fitfly¹⁶ e do Alltleta¹⁷. 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, bem como para profissionais que exerçam a função de *personal trainer*, pelos quais podem prescrever exercícios e acompanhar os alunos.

Algumas iniciativas, como os treinos de *crossfit*, já demandavam o uso de aplicativo, como o Tecnofit Box¹⁸, necessário para a realização prévia de *check-in* e, desse modo, viabilizar um controle da quantidade de praticantes por horário, bem como 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, isto é, já são disruptivas. Práticas como o *check-in* pré-treino e o *personal trainer* digital tendem a se aprofundar. 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” com 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 a 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 Federal 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 BTFIT¹⁹, o que reforça o pensamento da disruptividade desse tipo de tecnologia. Um aspecto interessante é que o aplicativo BTFIT conta com programas de treinamentos que envolvem profissionais devidamente formados em Educação Física, com seus currículos evidenciados no *site*, como pressupõe o Confef²⁰, 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,

15. 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.
16. *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.
17. 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.
18. Tecnofit Box. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.tecnofit.tecnofit_box&hl=pt_BR. Acesso em: 8 out. 2020.
19. Bodytech Company na plataforma LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/bodytech-company>. Acesso em: 10 out. 2020.
20. A exemplo das Aulas Coletivas, para seis modalidades (Mat Pilates, Abdominal, 20 Min Workout e Dança, Ballet Fitness e Superioga), e dos Programas de Treinamento, que são “jornadas de treinamento” (um conjunto de Aulas Coletivas).

21. Canal BTFIT. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCS5zLy8gC2h7-PgUeXm0IQ>. Acesso em: 10 out. 2020.
22. *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.
23. Por Laura Lopes. *Ranking mostra as tendências fitness de 2020*. Publicado em 3 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.ativo.com/corrida-de-rua/noticias/ranking-tendencias-fitness-2020/>. Acesso em: 5 abr. 2020.
24. 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.

como Bernardinho, Kéfera e Gabriela Pugliesi, e possuía 48,7 mil inscritos²¹ em outubro de 2020.

A cultura *fitness* digital repercute também nas políticas de governo para o setor da 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 Saudável²², 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.

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, no qual traz contribuições relevantes para a análise aqui empregada, que são retomadas nos demais capítulos deste livro. 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 consistem no uso de tecnologias da computação e comunicação móveis para questões relacionadas à saúde.

Outra informação pertinente refere-se às tecnologias vestíveis), como o relógio inteligente utilizado por meu amigo no exemplo com o qual este capítulo foi iniciado. 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 TVs*.

Na particularidade das tecnologias vestíveis, esses objetos são vestimentas, como relógios e pulseiras. A projeção dessas tecnologias no mundo *fitness* as coloca em primeiro lugar 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 anos de 2019 e 2020²³.

Interessante observar como essas tecnologias, por si sós, também repercutem em 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 em um banco do jardim da 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 utilizou 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 na tarefa de compreender nossa proposta de diferenciação.

A OMS²⁴ 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; Fraga, 2006; Fraga *et al.*, 2009; Palma, 2001, 2009). Ainda na particularidade deste livro, o **ser fitness** vincula-se mais fortemente à aptidão física, especialmente às 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.

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, ser *fitness* pressupõe ser ativo, mas não necessariamente o inverso.

Por exemplo, para um atleta *decrossfit*, 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.

Neste momento, já compreendemos algumas questões fundamentais, como: a difusão de diversas tecnologias no que temos chamado de cultura *fitness* digital, entre elas, aplicativos *fitness* capazes de prescrever exercícios físicos; a capilarização de várias dessas tecnologias, que reverberam até mesmo 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 o do referido entendimento quanto o da problematização preliminar, precisam de uma melhor qualificação, tal como a definição de qual aplicativo *fitness* e de como essa rede é configurada.

Para que esse refinamento seja possível, torna-se oportuna 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.

De modo a evidenciar a vinculação entre conceitos e empiria, permitimo-nos 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, entre outros 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. Em outras palavras, os elementos que, na expectativa inicial, viriam a repercutir na vivência, como as pessoas, o mar, a brisa, os feirantes, os artistas de rua, a água de coco, etc., foram, de certo modo, deixados de lado, pois, com a emergência do *personal trainer* digital, outros, como o aplicativo, o *smartwatch* e o *ranking* virtual, passaram a operar. Dessa forma, com base na Teoria Ator-Rede (ANT²⁵), vamos qualificar o que vem a ser esses elementos (Latour, 2012).

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 e os feirantes, na primeira vivência, bem como com o aplicativo, o *smartwatch* e o *ranking* virtual, na segunda vivência, produz efeitos diferentes. Não há, portanto, uma relação de causalidade direta entre os referidos elementos e as ações produzidas.

Um conceito fundamental para o entendimento desse processo é o de **tradução**, metáfora adotada por Latour (2012) que representa essa modificação no curso da ação, que se dá por meio da atuação de 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 atuantes, nesse caso) como pode não ser influenciado em nada, caso tais elementos venham a ser desprezados.

Por ser conceito central na ANT, Latour (2012, p. 156), por vezes, chama-a de “sociologia da tradução” e 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 deste livro. No caso, os **elementos constitutivos** das referidas redes são considerados **mediadores**, já que agem em processo de tradução, modificando a ação, sem se constituírem nas causas necessariamente determinantes das 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. (Latour, 2012, p. 65, grifos do autor).

Compreendendo a noção de mediador, marcado por sua característica de tradução e conseqüente incerteza, vale qualificar ainda mais os elementos apresentados em nossa experiência na Avenida Beira-Mar, em Fortaleza, Ceará, na medida em que eles apresentam “natureza” distinta. Com essa explicação,

25. A sigla ANT (em sua versão original, em inglês), e não TAN, 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.

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. Visto que eles *atuam*, são geralmente denominados **atores**.

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

Por outro lado, as associações demonstram que, em interação, esses atores possuem constituição 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” (Latour, 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-se a 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. O mesmo ocorre em nosso estudo, no caso do algoritmo do *personal trainer* digital, na experiência inicialmente descrita, ao qual o 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 “*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 actante, entre outras, como agente (aquele que age), são utilizadas para reportar-se a 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, seja ator, seja 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*) o 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 ou o comportamento, como discutiremos no decorrer deste livro.

Contudo, um requisito para que possamos analisar os mediadores que venham a influenciar determinada ação é que eles deixem rastros visíveis. Assim, a ANT distancia-se de propostas que investem em algo oculto, por trás de determinada ação, nas entrelinhas, no que se gostaria de dizer em vez do que foi de fato dito, ou mesmo em ação que seja fruto de determinação social. Nas palavras do autor:

26. 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 de a 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), resignificando o termo (muitas vezes na forma “ator-rede”, mas não o desprezando).

27. 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.

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 eles 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 fruto 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” (Latour, 2012, p. 74, grifos do autor).

Finalmente, isso nos permite compreender a noção de rede. A rede é, justamente, uma “concatenação de mediadores” (Latour, 2012, p. 93), já que os mediadores se modificam mutuamente, e, por possuírem componentes humanos e não humanos, podemos denominá-la de **rede sociotécnica**²⁶.

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 indicio de controle *quanto de falta dele*. Então quem puxa os cordões? 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 (Latour, 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 Carneiro²⁷, 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 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 inclusa também a

subjetividade²⁸ 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; portanto a arma seria mediadora, independentemente de ser acionada, pois sua potencial presença modificaria os comportamentos. Ao mesmo tempo, “a arma não mata sozinha”, de modo que 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 (não um 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 monitorar os 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 são mediadores e que sua concatenação, envolvendo humanos e não humanos, constitui uma rede 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 a qual esse determinado aplicativo integra foi analisada.

Para a definição de algumas questões metodológicas e a compreensão de como os estudos têm abordado a relação entre exercícios físicos e tecnologias digitais, realizamos uma revisão integrativa de literatura²⁹ envolvendo esses dois temas (Oliveira; Fraga, 2020). Buscamos um conjunto de termos relacionados a “exercício físico” e outro conjunto relacionado a “tecnologias digitais” em 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 apontaram quatro categorias: compartilhamento em mídias sociais; influenciadores digitais; tecnologias educacionais; exercícios mediados pela tecnologia.

O compartilhamento em mídias sociais aponta 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 aos de Educação Física, por trabalharem com temas que envolvem exercícios físicos. Manifestam-se de diversas formas, indo desde os jogos eletrônicos de movimento até o uso de mídias sociais para compartilhamento de conteúdos.

28. 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.

29. 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.

Por fim, os exercícios mediados pela tecnologia, que guardam mais relação com este livro, são 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 auxiliam o profissional de Educação Física a prescrever o exercício físico e outro grupo de tecnologias que o prescrevem 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.

Nesse sentido, as contribuições dessa revisão de literatura para esta obra permeiam não somente a complexidade do fenômeno, mas também o cuidado metodológico de não restringir o estudo a somente uma mídia enquanto empiria. Demonstrem 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 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 limitada a um único canal, haveria uma perspectiva demasiadamente restrita. Vale dizer que, etimologicamente, mídia significa um instrumento mediador, ou seja, que intermedeia 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 uma 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*.

Na vigésima temporada do *reality show* Big Brother Brasil (edição 2020), foi possível visualizar esse recurso sendo utilizado por Manu Gavassi. A cantora, compositora e atriz, antes de adentrar o confinamento, gravou diversos vídeos que dialogavam com o que viria a acontecer durante o programa, publicados oportunamente, como na 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*³⁰. Com essa estratégia, a artista angariou mais seguidores, conseqüentemente 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 a compreensão de transmídia: envolve mais de uma

30. *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 *fanfics* da série *Star Wars*, por exemplo.

mídia, que se apoia 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 perceber parte importante do fenômeno. Assim, para fins de estudo, tornou-se oportuna a escolha de um aplicativo que tivesse diversas funções e publicações em diferentes mídias, por possibilitar mais elementos para a análise. Logo, definimos os seguintes critérios para a 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.

Não encontramos dados consistentes sobre a quantidade de usuários de aplicativos *fitness* no Brasil, contudo a empresa SimilarWeb³¹ 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 no Brasil, e na categoria *top grossing*, já que provavelmente possuem certa quantidade de recursos que geram adesão do 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; 3) Freeletics Bodyweight. Contudo, ao ser analisada 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, com dados de 30 de janeiro de 2020. Desta vez, o Strava: Track Running, Cycling & Swimming With GPS passou para a primeira posição, e o Freeletics subiu para a segunda, com o nome Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset. Logo, o aplicativo Freeletics nos chamou atenção, e procuramos saber mais a seu respeito.

Em notícia publicada por Lucas Agrela (2020) em 23 de janeiro de 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 uma projeção favorável aos aplicativos *fitness*, e no artigo a academia Smart Fit também é citada:

31. 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.

32. 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.
33. 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.
34. 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.
35. 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.
36. 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.

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 Freeletics³². 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”³³; “Francisco e a

união da família por causa de caminhadas e utilização do aplicativo Freeletics”³⁴; “Como perder peso sem ir à academia”³⁵; “Fabiola Gadelha mostra mudança radical de mulher que perdeu 40 kg”³⁶.

Dentre essas chamadas, uma das informações de destaque, que, a nosso ver, distingue essa tecnologia de outras, é 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 para diversas pessoas treinamentos (no caso, desafios) prontos. No aplicativo Movimento 21 Dias por uma Vida Mais Saudável, assim como na maioria dos outros aplicativos para prática de exercícios físicos, a atividade proposta é a mesma, seja qual for o usuário.

Outra diferença crucial é a própria concepção dos aplicativos. O Movimento 21 Dias por uma Vida Mais Saudável surge como uma política de governo, particularmente do setor da Saúde, pressupondo que seus usuários buscam prevenção e promoção da saúde; enfatiza uma vida ativa, ou seja, não necessariamente treinamentos sistematizados. Já 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: a inteligência artificial. Essa característica reforça o termo “*personal trainer* digital”, tanto pelo caráter de treinador “pessoal” como pela prescrição de treinamento “personalizado”. Uma tecnologia

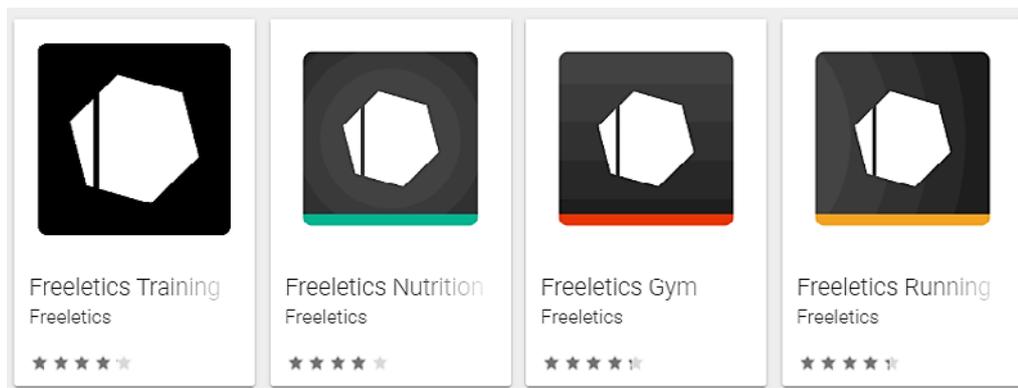
potencialmente mais disruptiva ainda para a área, já que aquelas que transmitem informações prontas já eram difundidas havia algum tempo, como foram os programas *fitness* de Jane Fonda na década de 1980. Do ponto de vista da ANT (Latour, 2012), que fundamenta nossas análises, a inteligência artificial é um dos mais relevantes mediadores na cultura *fitness* digital, pois sua atuação é ainda mais perceptiva, tendo em vista 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”³⁷. Joshi (2020) alerta que isso não significa que se trate 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, 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 pesquisa, 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 Training* – para exercícios físicos com o peso do próprio corpo;
- 2) *Freeletics Nutrition* – para alimentação;
- 3) *Freeletics Gym* – para exercícios físicos com uso de materiais;

- 4) *Freeletics Running* – para treinos de corrida.

Conforme já dito, a Freeletics mantinha, em 2020, somente dois aplicativos, ambos baseados em inteligência artificial: o Freeletics Nutrition, voltado para nutrição, muitas vezes chamado de “nutricionista de bolso”; e o Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset,

37. 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”.

que incorporou as características do Running e do Gym, para a prescrição de exercícios físicos, e incluiu treinos Mindset, voltados para o exercício da mente. Os treinos são constituídos, principalmente, de 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 implementos tenham sido inseridos. Os treinos Mindset, ou “coach da mente”, são um recurso inserido em janeiro de 2020 e, basicamente, consistem em *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; possuem um léxico próprio, no qual os treinos recebem nome de deuses gregos; e os usuários são chamados de *atletas livres*, já que, em tese, podem treinar de forma livre, a qualquer hora e em qualquer lugar. Aqueles que se destacam e se tornam referência aos demais atletas livres se tornam *embaixadores*³⁸. De acordo com o *site* oficial da 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 presentes 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, 2020^a)³⁹.

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, cumpridos os requisitos, os usuários de seus produtos são como embaixadores dela pelo mundo. Não há menção a alguma remuneração aos embaixadores, e, aparentemente, não se demanda formação em alguma área específica, já que são “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), e há a garantia de que o cliente terá seu dinheiro de volta em até 14 dias, caso esteja insatisfeito (Freeletics, 2020a). Os aplicativos da Freeletics estão disponíveis para os sistemas Android, iOS e Windows.

Outro diferencial é que as publicações

38. 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.

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

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 mais de 3,3 milhões de “curtidas”), Instagram (com 1,3 milhão de seguidores), Twitter (com 41 mil seguidores) e YouTube (com 219 mil inscritos).

Diante disso, tanto o aplicativo Freeletics quanto esses diversos elementos a ele vinculados (a rede sociotécnica da qual ele faz parte) foram-se consolidando como objeto empírico a ser analisado no livro. Portanto, a partir deste 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 a pesquisa “sobre o aplicativo”, mas, sim, sobre 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, convertê-la em objetivo. Assim, continuamos a qualificar o material empírico 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 é *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, creditando sua origem a James Gibson⁴⁰, 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 dessa relação, 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, pois, apenas em olhá-los, sabemos onde pegar e como manipulá-los. Porém, um *design* também pode ser indutivo, 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 à opção “confirme sua seleção”, atualmente paga, 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

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

quais ações são demandadas. Essa explicação é necessária para o entendimento de que não seguimos o que a rede sociotécnica projeta para os usuários fazerem, o que nos levaria a considerar seus elementos como intermediários, mas, no limite de nossa capacidade metodológica, tivemos como foco os frutos das interações, devidamente identificados 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 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 o acionam para que possam treinar sem incomodar os vizinhos com barulho. Exercendo papel de mediador, outros *outputs* são gerados, como quando um 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, adequando-se 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.

Outras fontes relevantes 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 dos atletas livres, especialmente daqueles que tratam da experiência com o aplicativo, e o material produzido pelos usuários, como as postagens em canais do YouTube. Vale a ressalva de que essas

fontes também possuem *affordances*, não somente o *personal trainer* digital.

Dentre todos esses espaços, os mais utilizados foram o *site* oficial da Freeletics (Freeletics, 2020a) e o grupo do Facebook intitulado Freeletics Brasil – Oficial, que conta com participação contínua e ativa, totalizando 7982 membros, 8 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 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. No escopo desta obra, os imperativos revelam características de adeptos da vida *fitness*, das quais a única tomada 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 indica 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. Destes, três constituíram os próximos capítulos deste livro: espetacularização *fitness*, datificação de si e desempenho *fitness*, e um foi publicado na forma de artigo: o imperativo do autoconhecimento (Oliveira; Fraga, 2022). Uma caracterização geral sobre cada um desses imperativos é apresentada ao final deste capítulo, quando sintetizamos o que é abordado em cada um deles.

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: transita por todos os imperativos uma imagem que mostra 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*), levando-o, com base nesses dados, a repensar algumas de suas condutas (autoconhecimento).

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 provocadas por *affordances* e em textos do *site* oficial; implicou uma complexa tarefa analítica, já que optamos por não direcionar ao estudo respostas em potencial a perguntas 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 que apresentamos neste livro. 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 e com os integrantes do grupo Políticas de Formação em Educação Física e Saúde (Polifes) e a apresentação em eventos acadêmicos foram fundamentais, 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 a 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 permitissem identificação foram borrados, inclusive daqueles 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 se alterar o conteúdo manifestado.

Não bastasse, considerando que cada postagem dos usuários gera um *link* que facilmente os identifica, no caso do grupo do Facebook, por exemplo; outro cuidado importante, do ponto de vista ético, para lhes resguardar a identidade foi fazer constar na referência apenas o *link* da mídia em que a postagem foi feita: do canal do YouTube, do grupo público do Facebook, etc. Uma ressalva importante é que não temos objetivo comercial, ou seja, não há conflito de interesses.

Ainda do ponto de vista ético, de acordo com a Resolução nº 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 a 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 tornem acessíveis 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, geralmente, assumindo o caráter de espaço privado (Esomar, 2011) *interact and gather information*. Already many techniques have been developed to leverage social media such as community panels, crowd-sourcing, co-creation, netnography, blog mining and web scraping. Moreover it is likely that many more will evolve over the coming years as the internet continues to change. The ICC/ESOMAR International Code on Market and Social Research requires that the same fundamental ethical and professional principles which govern face to face, mail and telephone research, are also applied to all types of online research (see Appendix 1).

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 ABNT”⁴¹. Por se tratar de uma pesquisa acadêmica sem conflito de interesses, tais condições já seriam contempladas independentemente da solicitação da empresa.

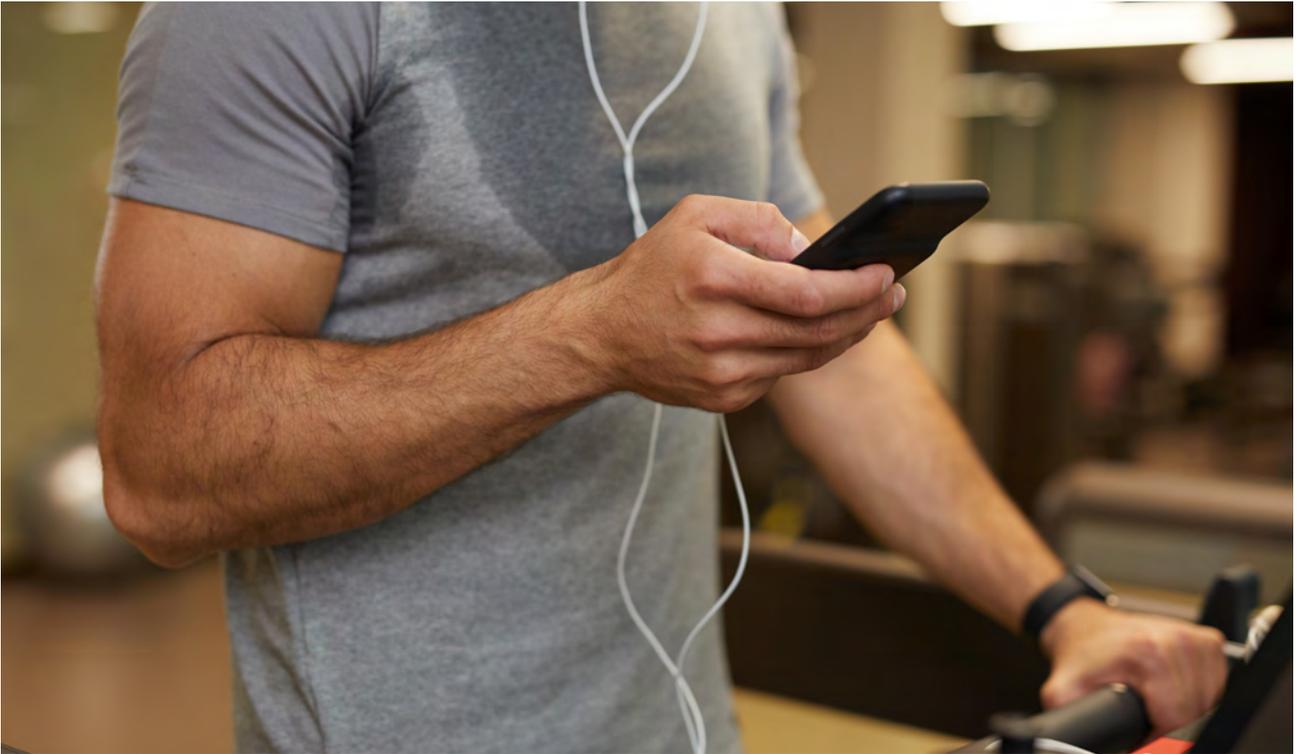
Dada essa contextualização dos elementos teóricos e empíricos

apresentados, é possível depreender 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 confluência, aqui chamados de imperativos da vida *fitness*. Logo, torna-se oportuno e possível anunciar o objetivo da pesquisa: **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: **1) Identificar características do funcionamento da rede sociotécnica em torno do *personal trainer* digital, aí incluso o próprio aplicativo; 2) Desdobrar os mediadores que vêm a atuar na produção de ações derivadas de interações; 3) Estruturar pontos de confluência dessas ações, ainda que transitórios.**

Nesse sentido, o primeiro capítulo do livro 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

41. *E-mail* enviado em 15 de maio de 2020, obtendo resposta positiva, cujo conteúdo está expresso em citação direta, em 19 de maio de 2020.



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), a gamificação da vida *fitness* (reconfigura a tradicional pedagogia do medo para a pedagogia da gamificação) e a glorificação do sofrimento (seguindo a lógica *#NoPainNoGain*). Entre suas repercussões, temos a emergência de uma culpabilização *fitness*.

No que se refere ao **imperativo do autoconhecimento**, este foi tratado em um artigo, já publicado, sobre a temática (Oliveira; Fraga, 2022), motivo pelo qual não constitui capítulo deste livro. O artigo descreve os modos pelos quais usuários de um aplicativo *fitness* que prescreve exercícios físicos personalizados

orientam suas condutas em interação com números gerados por *self-tracking* (Oliveira; Fraga, 2022).

Tendo a autoexperimentação como demarcador, os resultados apontaram duas perspectivas de conduta orientada por dados: aqueles que seguem os insights apontados pela tecnologia, ainda que com ajustes, e aqueles que realizam experimentos mais aprofundados, caracterizados como *biohackers*. Muitos dos *biohackers* se tornam também influenciadores digitais e constituem uma espécie de rede de colaboração nas mídias sociais. Conclui-se que os usuários, enquanto sujeitos empreendedores de si, orientam suas condutas através dos números, produzem relatórios que envolvem dados de diversas atividades humanas, por meio de diferentes softwares e realizam autoexperimentação (Oliveira; Fraga, 2022, p. 1).

Nas **considerações finais**, que constituem o quinto 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)⁴².

O uso de imagens é recorrente na cultura contemporânea de modo geral. Entre 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, entre 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 pela atuação de mediadores, os quais, com os cuidados metodológicos expostos no primeiro capítulo, 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 de 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. Esse debate, portanto, constitui 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

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

produzir conteúdo, a Freeletics ganha, entre outras finalidades, visibilidade. Esse debate, portanto, constitui o primeiro tópico de discussão deste capítulo.

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, é sugerida por alguns mediadores.

A princípio, é possível identificar um léxico imagético, cuja discursividade apresenta semelhanças, um certo padrão, nas postagens. Por parte da Freeletics, normalmente, as imagens contêm pessoas, esteticamente, com um preparo físico aparentemente treinado, frase de efeito, paisagens ao fundo e semblante de felicidade ou seriedade (ao reportarem 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 do presente capítulo. Ao buscarmos postagens vinculadas a *hashtags*, como a *#freeletics*, identificamos semelhanças até mesmo 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 espetacularização *fitness* 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 7 de março de 2024, um total de 785.626 publicações⁴³. Assim, consegue juntar determinados nichos de público, encontrar pessoas com interesses semelhantes, entre 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, em articulação com a hipervisibilidade, o conceito de *self-disclosure* (ou autor-revelação), 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 Sibilía (2008), principalmente no que intitulou de “*show do eu*”. No âmbito internacional, podemos dizer que esse postulado de Sibilía (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, por “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 a 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”,

43. Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/freeletics/>. Acesso em: 07 mar. 2024.

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)⁴⁴. 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, qualquer um pode ser inspiração para os demais. A seguir, expomos um dos “rostos do Freeletics”, divulgado no *site*.

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



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

Dorian, além de atleta livre, é um dos embaixadores. Estes, 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 profissões e dedicam apenas parte de sua rotina ao treino, em tese, qualquer um pode atingir esse mesmo patamar. Logo, na 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 do Facebook vinculados à empresa em diferentes países⁴⁵.

Ao mesmo tempo 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 exibir-se, qualquer lugar se torna pertinente. O espetáculo, portanto, é o cotidiano. Nesse sentido, o cenário altamente preparado, com sofisticadas estratégias tecnológicas e de *marketing*, pode ser dispensado, atribuindo um suposto caráter de verdade, não maquiado. Exemplo disso é o caso de Whindersson Nunes, um proeminente *youtuber* do Brasil, que insiste em gravar seus vídeos sem muita sofisticação: basta ter a câmera do celular e filmar-se, em qualquer lugar.

44. Playlist no YouTube relativa à campanha: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxolyhc597emT1uxlqLgPTfdf42GBLpGS>

45. 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).

Políticos de alto escalão mostrando-se em público supostamente lavando a própria roupa à 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 ambientes 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 (ao menos por parte do olhar da plateia). Vale destacar que, mesmo publicada há mais de quinze 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 *emo-ticons*. 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* (transmissões *on-line* em tempo real), 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 jornalísticos, intitulada *O Brasil que eu quero*⁴⁶, as “pessoas comuns” eram convidadas a se pronunciar, por meio de vídeo, sobre que Brasil queriam para o futuro. Não ocasionalmente, a campanha atingiu 99,5% dos 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 a avaliação do objetivo pessoal com os treinos. Com efeito, antes de iniciarem 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 da 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 são apresentadas aos demais como forma de

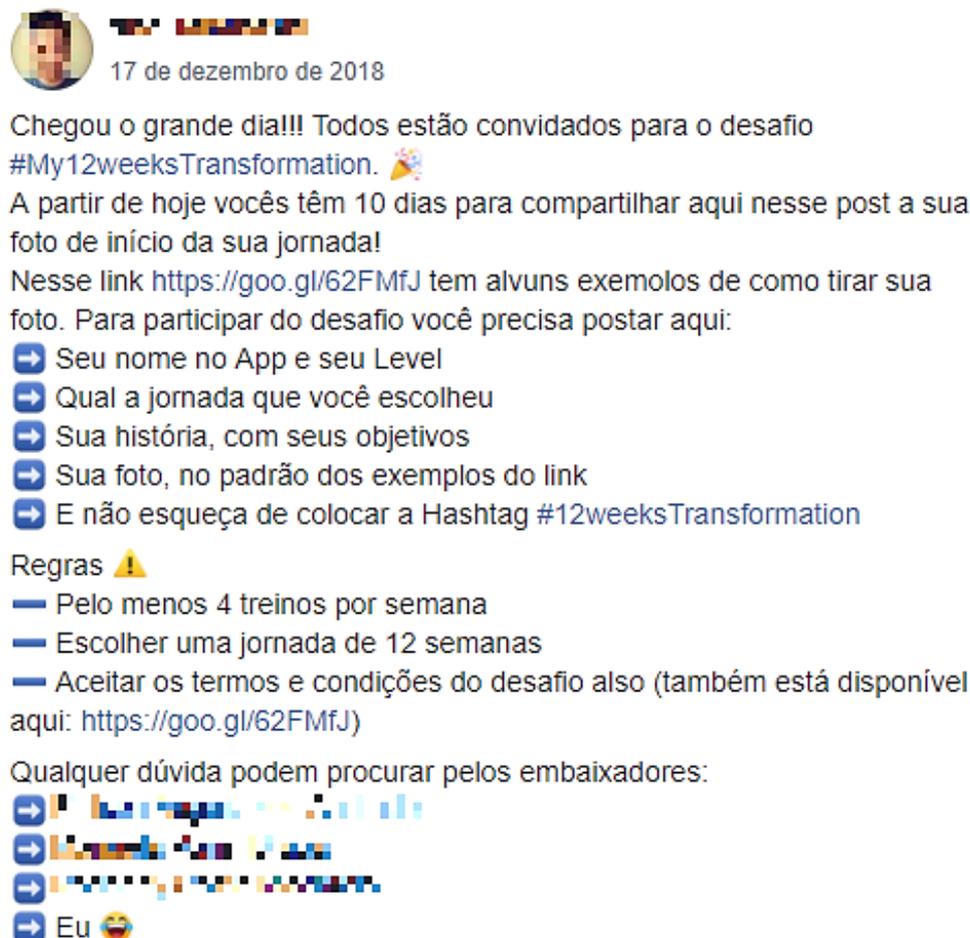
46. *O Brasil que eu quero*. Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/o-brasil-que-eu-querer/>. Acesso em: 11 fev. 2019.

ser *inspiração*. A propósito, não questionamos a ação sugerida por meio desse *e-mail* recebido, pois 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 de **espetacularização *fitness***. Nesse escopo, o valor do 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 de 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*



 17 de dezembro de 2018

Chegou o grande dia!!! Todos estão convidados para o desafio *#My12weeksTransformation*. 🎉

A partir de hoje vocês têm 10 dias para compartilhar aqui nesse post a sua foto de início da sua jornada!

Nesse link <https://goo.gl/62FMfJ> tem alguns exemplos de como tirar sua foto. Para participar do desafio você precisa postar aqui:

- ➔ Seu nome no App e seu Level
- ➔ Qual a jornada que você escolheu
- ➔ Sua história, com seus objetivos
- ➔ Sua foto, no padrão dos exemplos do link
- ➔ E não esqueça de colocar a Hashtag *#12weeksTransformation*

Regras ⚠️

- Pelo menos 4 treinos por semana
- Escolher uma jornada de 12 semanas
- Aceitar os termos e condições do desafio also (também está disponível aqui: <https://goo.gl/62FMfJ>)

Qualquer dúvida podem procurar pelos embaixadores:

- ➔ 
- ➔ 
- ➔ 
- ➔ Eu 😊

Fonte: Grupo público do 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 do Facebook Freeletics Brasil – 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 Sibília (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 êxtimo. A extimidade⁴⁷ implica montar espetáculos de si mesmo ao exibir uma intimidade ajustada.

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

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 nas mídias sociais 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, materializam essa racionalidade e o caráter efêmero dos momentos vividos (hipervisibilidade e hiperaceleração).

47. De acordo com a resenha da obra de Sibília, escrita por Marcela Antelo e publicada no *sítio* 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 êxtimo’ 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).

No âmbito do *show* do eu, para a 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, na contemporaneidade, a obra *Cuju* (蹴鞠), pintada por Su Hanchen⁴⁸, possui menos visibilidade e repercussão que a foto de um café da manhã em alguma mídia social do jogador de futebol masculino Neymar Júnior. De acordo com a Hopper⁴⁹, uma empresa que possui uma ferramenta de planejamento e programação do Instagram, uma postagem nessa mídia social pelo atleta custava 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 o 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 processo seria um sacrilégio, tendo em vista que o caminho apresenta riqueza semântica da narratividade.

Ao turista a narratividade do caminho torna-se algo estranho, na medida em que ele vive o presente – uma adição de vários momentos atuais. Nesse contexto, o ritual, a cerimônia não se ajusta 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, de 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 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 outros aspectos, como a produção de conteúdos e postagens. Portanto, auxiliam a tomada de decisões que se assemelha a um ritual, embora marcada pela hiperaceleração da sociedade. Com base 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 as 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 mostra ao usuário sua conquista,

48. 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 2300 anos, na China. Ainda de acordo com o artigo, a Fiba reconhece esta como a origem do futebol, e não na Inglaterra. Disponível em: https://brasil.eipais.com/brasil/2018/07/31/deportes/1533032389_053090.html. Acesso em: 4 jul. 2020.v

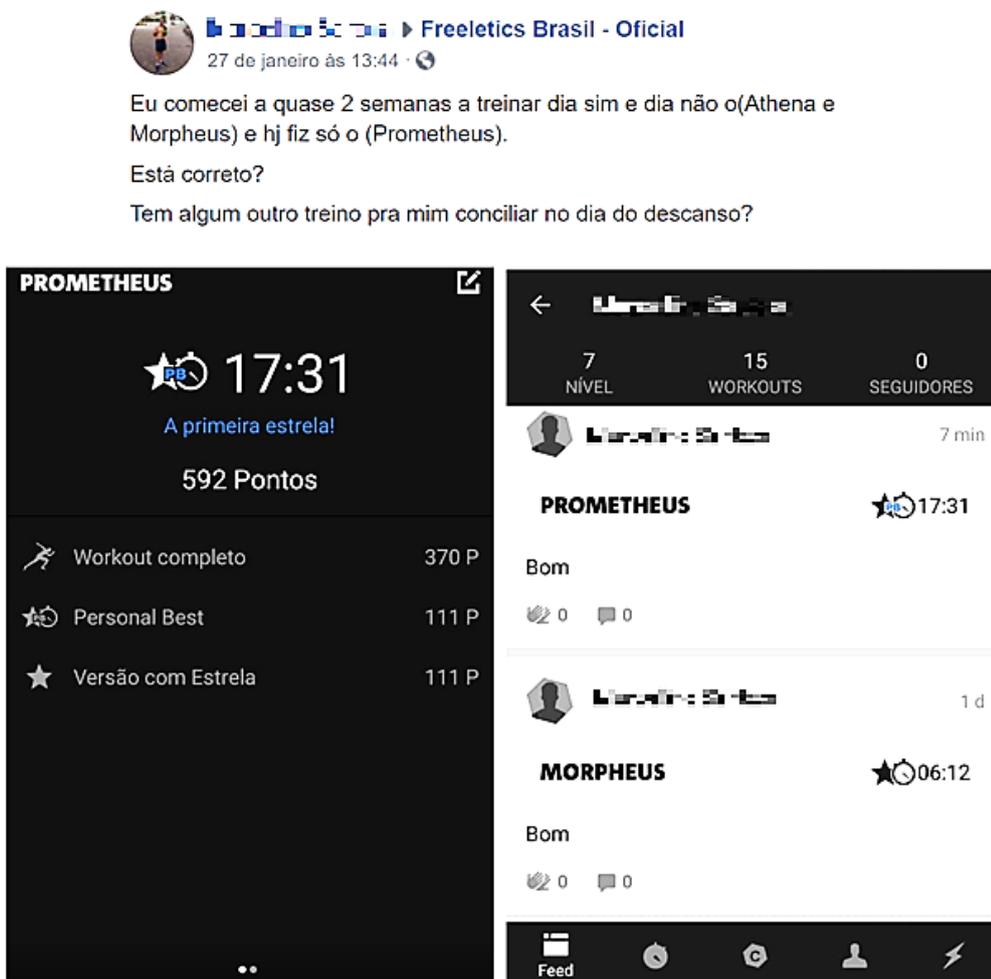
49. Plataforma Hopper. Instagram Rich List 2020. Disponível em: <https://www.hopperhq.com/blog/instagram-rich-list/neymar-da-silva-santos-junior/>. Acesso em: 12 out. 2020.

e a segunda tem a função de 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 Fit⁵⁰.

Em uma das capturas de tela do conjunto apresentado na Figura 5, um

usuário questiona aos integrantes do grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020) se está executando o exercício de modo correto; em outra, o *feed* de notícias desse usuário é mostrado, cuja publicação é requisito para registrar o treino no aplicativo.

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



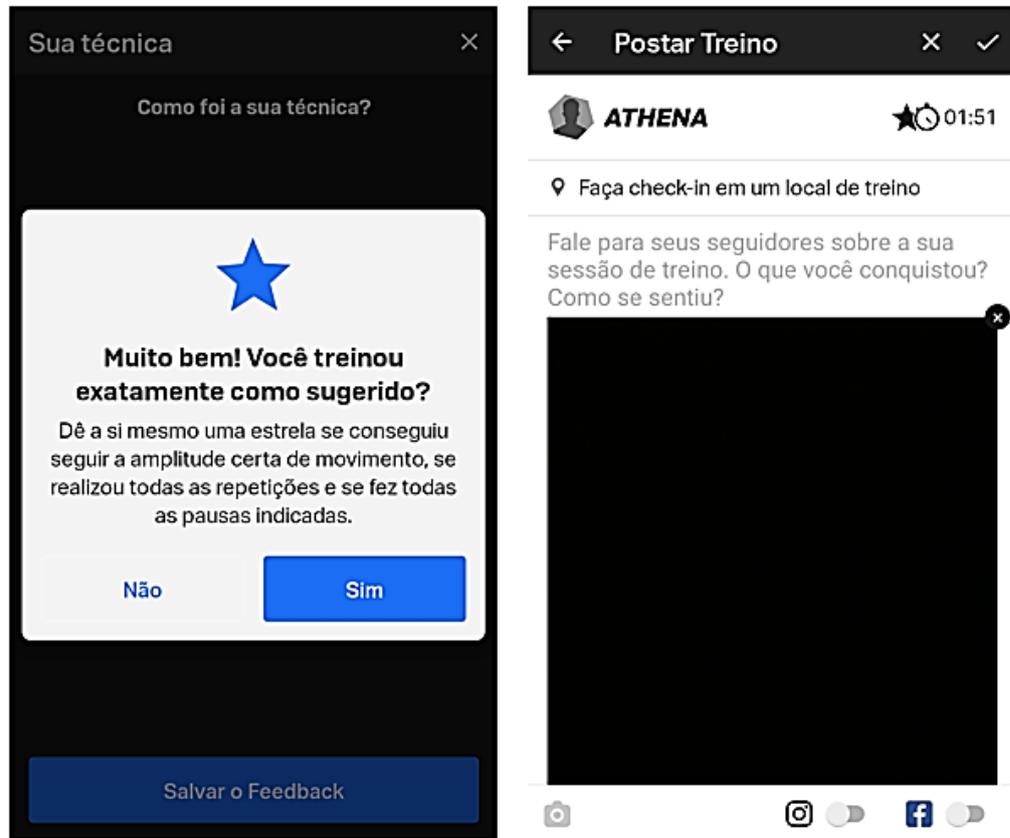
Fonte: Grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 14 abr. de 2020.

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, necessariamente, uma postagem do treino no

feed do aplicativo (vinculado ao Google Fit) conforme modelo já organizado pelo *personal trainer* digital, a exemplo da apresentada anteriormente, podendo também ser compartilhada diretamente em mídias sociais, como Facebook e Instagram. Apresentamos, na Figura 6, essas duas últimas telas.

50. 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.

Figura 6 – Capturas de tela do aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset, ao parabenizar pela 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 padrão de *layout*. Evidentemente, a segunda captura de tela da Figura 6 aponta esse elemento e indica estas informações: o treinamento realizado (Athena), a duração do treinamento (1h51min), o *check-in* do local de treino, o que deve conter o texto e a possibilidade de postagem de uma imagem (no caso em questão, foi tirada uma foto em lugar escuro, motivo pelo qual aparenta ser 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 neste 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 visitou a University College de Londres, *campus* de Bloomsbury, especificamente quando observou a exposição do “cadáver” de Jeremy Bentham, a quem se atribuem contribuições relevantes na fundação da universidade, bem como o protótipo do Panóptico⁵¹.

Em seu testamento, Bentham teria pedido que seu corpo fosse preservado e armazenado, sendo intitulado “Autoícone” (um neologismo para representar a própria imagem enquanto ícone). Keen (2012, p. 19), de posse do *smartphone*, ao observar o Autoícone,

51. 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*.

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, refletiu sobre o que os estudantes provavelmente pensavam dele: “Um estrangeiro globalmente conectado, mas solitário”.

Keen (2012, p. 19) encontrou a si mesmo no exibicionismo de Bentham, que optara por se tornar um Autoícone e ser observado após a 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 da 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).

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 imagens⁵². Para Sibilia (2008, p. 240), no contexto da cultura digital, há 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 2020⁵³.

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.

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

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

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

atletas livres publicam tanto no *feed* da conta pessoal que possuem em mídias sociais quanto em grupos paralelos, como os do Facebook e os do WhatsApp. Identificamos, no grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que alguns embaixadores são responsáveis por administrar grupos do WhatsApp e Telegram.

Conforme discutido no primeiro capítulo deste livro, a Freeletics assume característica de transmídia, uma vez 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, seriam demandadas 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, de modo que inclui desde a produção de conteúdos e troca de informações com os demais integrantes do grupo até a 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 de cooperar (o que contrasta com os 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 pesquisa, 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 possuem potente caráter colaborativo, a exemplo do grupo público do 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 com a presença meramente digital, como no grupo público do 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)⁵⁴.

Visivelmente, 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 quanto à cultura da convergência, reporta entusiasmo. Inclusive, é no contexto dessa 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, segundo o qual plataformas colaborativas, a exemplo da 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 de 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) ver YouTube na televisão e votar na matéria preferida para o programa Fantástico da semana que vem soa como uma utopia já alcançada, um ponto de chegada. Ainda na década de 90, diversos investimentos foram dedicados ao desenvolvimento da chamada WebTV. Muitos modelos de set top boxes, teclados sem fio e browsers adaptados à tela da TV foram colocados no mercado, mas sem sucesso comercial. Hoje, quando se vê o anúncio de uma TV LCD que pode ser conectada na internet via rede wireless, o recurso já não parece novidade. Apesar do alto volume de vendas, alguns preferem apontar a TV como uma tecnologia já morta (quantas vezes o rádio já escutou tal sentença? 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 cinicamente 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.

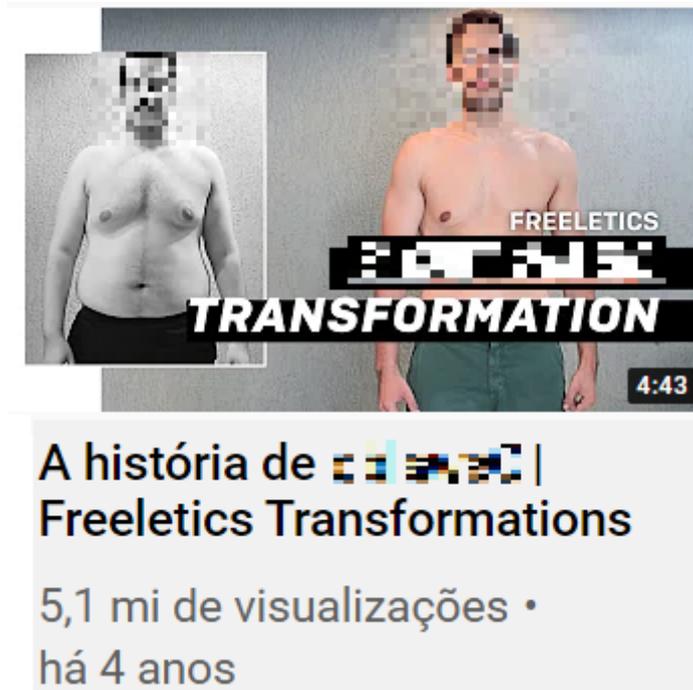
Esse movimento de captura de imagens, especialmente do “antes e depois”, inclusive com registro da história particular da pessoa que, por si só, já favorece a Freeletics, muitas vezes, ultrapassa os

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

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 de um usuário.



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

Analisar a efetividade, no que concerne à capacidade do *personal trainer* digital de “transformar vidas”, não integra o escopo do nosso estudo; contudo 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 muitoooooooo! 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!”.

Entre 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 vídeo 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 cinco 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 se 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. Entre as subjetividades possíveis, tem-se desde problemas relativos ao transtorno dismórfico corporal até a potência de um novo sentido para a vida.

Outra questão recorrente é que, normalmente, é reportado apenas o sucesso atingido em um curto intervalo de tempo (um caráter imediatista). No vídeo, cuja captura de tela foi apresentada na Figura 7, a demarcação de seis meses para aqueles resultados é evidenciada, mas, e aqueles que não atingem resultado semelhante nesse período? Na espetacularização *fitness*, boa parte do que é feito para obter determinados resultados é deixada 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 ergogênico 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.

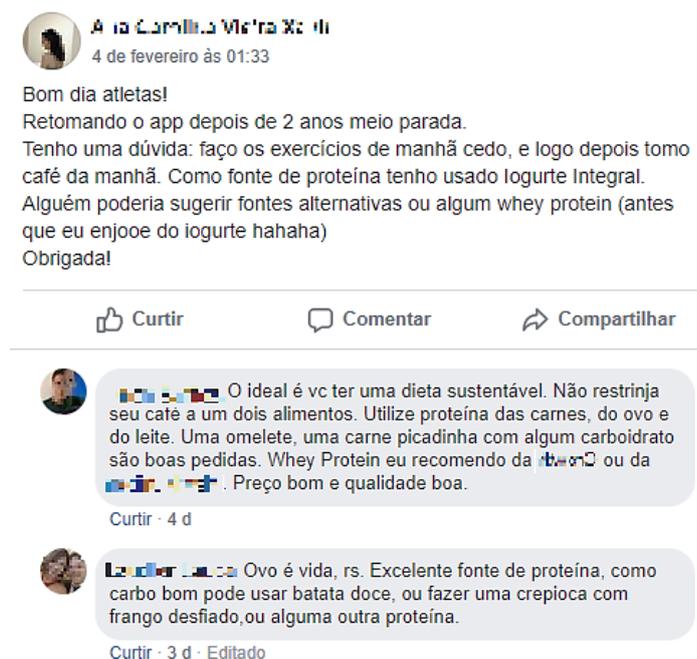
Nesse âmbito, é comum o julgamento em relação ao valor de determinado conteúdo pela quantidade de seguidores, em detrimento da qualidade do material produzido. Para Han (2014), o veredito se dá pelo “curtir”, pelas visualizações, pela quantidade de amigos, pelos seguidores; no léxico do Freeletics, dá-se pelo “clap-clap” (*affordance* semelhante ao “curtir” do Facebook). Esse processo não demanda um estado contemplativo e se adapta 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 exhibir, 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 uma atleta livre, no grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, ao solicitar apoio na alimentação.



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

Figura 9 – Publicação de um atleta livre, no grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, ao solicitar apoio na execução de exercícios.



Fonte: Grupo público do 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) structure, orientation, and spatial distribution, of the molecules and chemical structures on the surface. TOF-SIMS is a powerful surface characterization technique that is able to address these requirements through both spectral analysis and direct chemical state imaging. The flexibility of the TOF-SIMS technique, and the wealth of data produced have generated much interest in its use for biomaterial characterization. This review discusses the strengths, weaknesses, and challenges of static TOF-SIMS for biomaterial surface characterization. First the basic principles of TOF-SIMS are introduced, giving an overview of the technique. Next, sample type, and other sample considerations are discussed. Then data interpretation is overviewed using examples from both spectral and imaging data. Finally, quantitative SIMS analysis is discussed and an outlook for TOF-SIMS analysis

of biomaterials will be given. ?? 2003 Elsevier Science Ltd. All rights reserved.”,”author”:[{“dropping-particle”：“”,“family”：“Primo”,“given”：“Alex”,“non-dropping-particle”：“”,“parse-names”：false,“suffix”：“”}],“container-title”：“Interações em Rede”,“id”：“ITEM-1”,“issued”：[{“date-parts”：[[“2013”]]}],“title”：“Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática.”,”type”：“article”},“locator”：“20”,“suppress-author”：1,”uris”：[“http://www.mendeley.com/documents/?uuid=-54c89d4c-4734-48f3-9b70-106b3ae-2d05c”]]],“mendeley”：{“formattedCitation”：“(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)⁵⁵. Como já explicitado, são 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.

Com Freeletics recebemos algo tão bom que nos sentimos na necessidade de mostrar isso ao mundo. (Freeletics, 2020a, grifo nosso)⁵⁶.

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 do 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

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

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

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 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, na qual a 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, há personalidades que exercem mais influência do que propriamente profissionais com formação acadêmica.

Entre as pessoas que se destacam nas mídias sociais, algumas possuem formação em alguma área da saúde e outras não. Um caso polêmico é o da influenciadora digital Gabriela Pugliesi, que contava, em abril de 2020, com mais de 4,5 milhões de seguidores no Instagram⁵⁷, além de outras mídias sociais e a produção de dois livros⁵⁸: *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)⁵⁹.

Envolvida em outras polêmicas, Pugliesi revela também o “tribunal da internet”, a exemplo de quando realizou uma festa durante a pandemia da covid-19 e, em 24 horas, perdeu mais de 133 mil seguidores, bem como alguns patrocinadores⁶⁰. No léxico da cultura digital, foi “cancelada”. Após relatar estar arrependida, a influenciadora desativou a conta, reativando-a no final de julho, contando, 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 recursos, via incentivos fiscais para empresas, no valor de R\$ 2.280.030,35, com contrapartida do proponente de R\$ 120.001,60, para a produção de um *reality show* da vida da “musa fitness”, com o mesmo título de seu segundo livro⁶¹. Contudo, a influenciadora digital relatou ter sido surpreendida pela produtora, por não ter conhecimento da solicitação de captação dos recursos, declinando do interesse em produzir o programa⁶².

Ao buscarmos 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 é uma profissão. No campo da Sociologia das Profissões, Freidson (1998) entende a noção de profissão relacionada a três

57. Conta de Gabriela Pugliesi no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/gabriela-pugliesi/?hl=pt-br>. Acesso em: 11 abr. 2020.
58. Disponível em: <http://reptileditora.com.br/catalog-search/result/?q=pugliesi>. Acesso em: 13 fev. 2019.
59. Disponível em: <http://www.confef.org.br/confef/comunicacao/clipping/1145/>. Acesso em: 13 fev. 2019.
60. 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.
61. Processo 01416022516/2017-42. Disponível em: <http://sif.ancine.gov.br/projetos/audiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do:jsessionid=6E2FAEB75006FD79F4A41BB6C9BE5A33?method=detalharProjeto&numSalic=170378>. Acesso em: 11 abr. 2020.
62. 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.

aspectos: *expertise* – domínio de um determinado saber; credencialismo – autorização do ponto de vista normativo; autonomia – relativa 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 têm 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 destaca a produção livre de conteúdos pelos usuários das redes, tais como os discutidos até aqui, por exemplo, a realização de postagens vinculadas ao Freeletics.

Uma obra clássica, que permite diversos *insights* sobre a espetacularização *fitness*, é *A sociedade do espetáculo*, de 1967, escrita pelo francês Guy Debord. 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, até o fetichismo de mercadoria, em que, 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 com a possibilidade de ajudar, as pessoas optam por filmar.

A tese de Debord 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 capitalism*).

Dentre outras possibilidades, evidencia-se, nesse contexto, um deslocamento da manutenção de certas funções, que deixam de ser exercidas por trabalhadores especializados e passam a ser realizadas 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*), seja mediante 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 do destaque feito no primeiro capítulo deste livro: 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”⁶³.

Também dito no primeiro capítulo, 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 áreas mais tradicionais, estas também são influenciadas 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 às 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 *Estado 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 de determinadas patologias ou sintomas, surge uma área diferenciada, com informações disponibilizadas nas seguintes abas: “sobre”, “sintomas” e “tratamento”. Esse processo ganha contornos ainda mais robustos no campo da prescrição de exercícios físicos e de dietas, cujo protecionismo corporativo não é tão consistente quanto na área médica, onde há, por exemplo, falsos médicos que respondem criminalmente por homicídio doloso. Logo, ainda que em caráter simplificado, a inteligência artificial auxilia até mesmo 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.

63. 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.

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



Fonte: Grupo público do 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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial.



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

64. “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.

Nesse contexto, a frase popularizada pelo liberal Milton Friedman faz sentido: “Não existe almoço grátis”⁶⁴. 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. Nesse

sentido, o presente da Freeletics consiste em um desconto para novos ingressantes, mas implica ganhos também para quem presenteou e, ao mesmo tempo, divulga a marca. 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 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. Estes 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, seja 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)⁶⁵.

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 a 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 a aderência a elas, neste livro, 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 ocorram de modo autônomo, ou seja, sem intervenção direta de um profissional da área. Para isso, não bastam os dados individuais, mas de vários usuários, processados 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. Isso constitui o primeiro tópico de discussão deste capítulo.

Essa datificação de si, especialmente a análise algorítmica dos dados, sejam os relativos ao treinamento, sejam os relativos à navegação pela internet de modo geral, reconfigura modos de vigilância já conhecidos, em que a figura metafórica do olhar externo (o vigia) é substituída por uma pressão exercida de si para consigo,

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

uma vez que o próprio usuário é que se automonitora e autorregula, gerando algumas consequências, como a produção do que chamamos aqui de **bolha fitness**. Essa discussão constitui o segundo tópico de discussão deste capítulo.

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 relacionadas à computação. Pode ser compreendido como “um procedimento passo a passo para a 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 no primeiro capítulo deste livro, é um recurso que envolve o processamento extremamente rápido de grande quantidade de dados, de distintas fontes, cujos 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*, ambas a partir dos dados de uso e do *feedback* dos usuários. Justamente por ser um diferencial, o caráter personalizado do *personal trainer* digital, ou seja, o fato de os treinamentos serem adequados à condição do usuário é evidenciado na página principal do *site*, conforme consta na Figura 12.

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*.

Figura 12 – Mensagem no *site* oficial da Freeletics.



**TREINE A QUALQUER
HORA E EM QUALQUER
LUGAR COM O MELHOR
COACH DIGITAL**

Tenha flexibilidade total com treinos personalizados que você pode fazer em casa, ao ar livre ou na academia. Somente com o Coach baseado em Inteligência Artificial do Freeletics.

Conheça o programa

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

Literalmente, a expressão pode ser traduzida para autorastreamento, 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 relacionadas a uma busca de 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 sintetizados:

- *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*) – Realizado por usuários que usam

mídias sociais para comparar e compartilhar dados e, assim, incentivar uns aos outros.

- *Self-tracking* imposto (*imposed self-tracking*) – Semelhante ao *self-tracking* forçado, mas, nesse caso, os *self-trackers* não têm escolha. Não se trata apenas de um rígido incentivo, mas de 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.

Isto posto, 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 naquelas 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 desinteresse do aluno em 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, tendo em vista ser possível haver lucro a partir desses dados – neste caso, não diretamente ao professor, mas às 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 deste 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, capturas de tela que representam 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, retiradas 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 Borg⁶⁶, uma variável relevante para que os treinos sejam reajustados. Esse método é pertinente se considerarmos que a inteligência artificial opera a partir de dados estruturados (numéricos/quantificados), sejam eles estruturados *a priori*, seja uma quantificação de dados qualitativos, conforme o exemplo da imagem.

Dados como a quantidade de “clap-clap” (equivalente às curtidas ou *likes*,

na linguagem da Freeletics) atribuída a determinada postagem no *feed* do *personal trainer* digital, por exemplo, são facilmente analisados, já sendo, *a priori*, dados estruturados. 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).

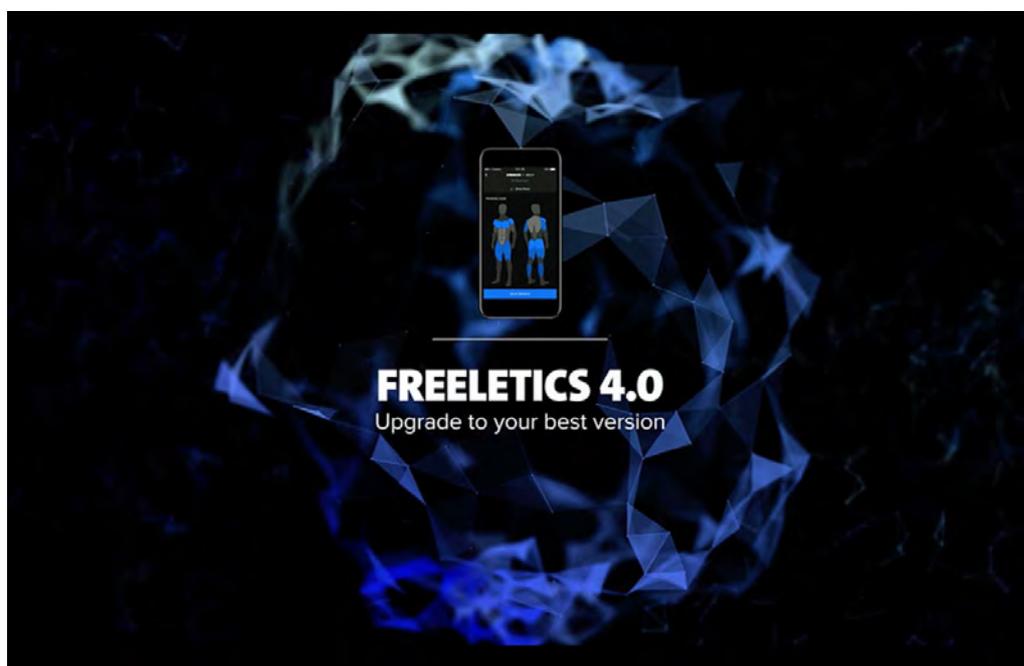
66. Uma Escala de Likert engloba respostas psicométricas que, grosso modo, envolvem o nível de concordância em relação a determinada afirmação. Já a Escala de Borg é uma escala de percepção subjetiva de esforço em que o praticante indica o esforço percebido, que vai desde fraco até a exaustão, normalmente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

Tecnologias de reconhecimento facial, transcrição automática de áudio em vídeos, indicação de determinados produtos com base em textos publicados em mídias sociais, correção automática de texto são apenas alguns exemplos viabilizados 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 constavam no aplicativo, em 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 representativa da ação da inteligência artificial na prescrição de treinamentos.



Fonte: Site oficial da 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)

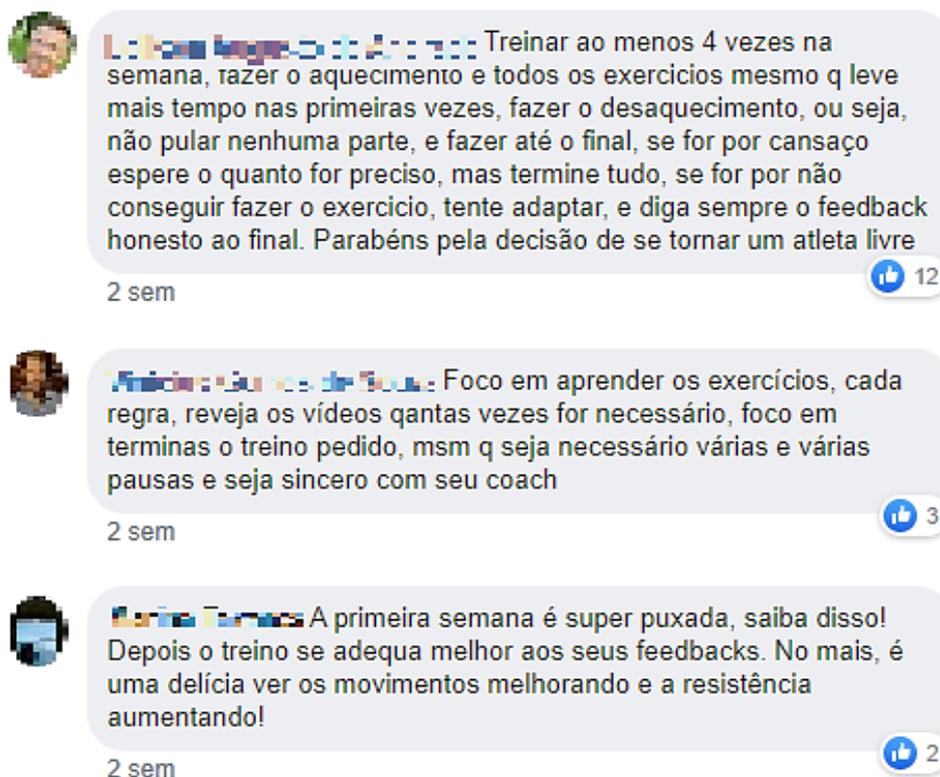
A expressão “Freeletics 4.0” pode estar relacionada à emergência da indústria 4.0, entendida como a Quarta Revolução Industrial, caracterizada pela capilaridade de tecnologias digitais “inteligentes”, especialmente pela automação proporcionada, como o *personal trainer* digital. Conforme consta nessa 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 aos três “Vs”: volume, variedade e velocidade (Gandomi; Haider, 2015). Na complexidade desse fenômeno na contemporaneidade, sugerem-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 estruturada, 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 Likert. A eficiência do *personal trainer* digital no reajuste dos treinamentos é legitimada 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 do 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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, com os dizeres: “Olá pessoal! Acabei de assinar o freeletics. Alguma dica para iniciantes?”



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

Além disso, na Figura 16, apresentamos uma postagem, na conta pública do 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 em 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, essa é a principal via de disponibilização dos dados de treinamento. Nesse sentido, o usuário poderia mentir sobre seus dados, embora ele mesmo se prejudicasse. Em tese, caso o usuário considere 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* a 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; porém outras informações relevantes para o treinamento esportivo, 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 é desafio relevante no desenvolvimento do algoritmo do *personal trainer* digital.

Por outro lado, a alimentação manual e relativamente analógica do *feedback* tende a ser substituída 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 *smartwatches* 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 *smartwatches* (pulseiras e relógios inteligentes) automatiza 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”⁶⁷ (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 automaticamente monitorados dados como a quantidade de passos, de minutos intensos de exercício, de horas de sono profundo ou não; e, durante toda a semana, são revisitados os treinos realizados e os respectivos dados inerentes a eles.

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.

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

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*)⁶⁸; 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 de 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; 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, que propicia 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 do sentimento de comunidade, em que uns comentam experiências dos outros), reconfigura modos de vigilância já conhecidos. O isolamento social imposto pela pandemia vivenciada intensificou ainda mais esses meios: foi preciso monitorar as pessoas para saber se estavam ou não aderindo a ele, por exemplo.

Essas mudanças repercutem até mesmo 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, Ângela Aisenstein, Ricardo Crisorio, Pablo Ariel Scharagrodsky, conforme consta no estudo de revisão de Pich e Rodrigues (2014), além de outros, como: Carmen Lúcia 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 deles com a produção do imperativo da datificação de si. Para compreender esses deslocamentos, é importante conhecer seu entendimento “tradicional”. Nesse sentido, mesmo não nos vinculando a esses conceitos na fundamentação teórico-conceitual desta obra, permitimo-nos realizar uma curta digressão acerca da noção de poder disciplinar e da noção de biopolítica, utilizadas 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 (do grego, *pan* [todo] + *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), a fim de que os encarcerados não consigam saber se há alguém vigiando determinado momento (inverificável) e, assim, interiorizem 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.

68. 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-an-droid-wear.html>. Acesso em: 12 abr. 2020.

Figura 18 – Imagem representativa de uma experiência arquitetônica de presídio, cuja construção se assemelha ao modelo do 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. Este, 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 e 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. Desse

modo, tem por características principais: a organização do espaço individualizado, classificatório e combinatório; o controle do tempo, no sentido de promover eficiência/eficácia; a vigilância, que investe o indivíduo da 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 maneiras diversas, nas múltiplas instituições (hospício, prisões, escolas, etc.) (Machado, 2015).

Já em *História da sexualidade 1: a vontade de saber*, Foucault (1988) situa these in relation to the particularity of the international, consider the very pertinent critiques of Foucault emanating from postcolonial writings, and finally re-locate Foucault in the international not, as is the predominant approach in International Relations, through the application of Foucaultian concepts, but through Foucault's own political writings on the non-western arena, specifically his engagement with the Iranian Revolution. While limited in their scope, an evaluation of these writings appears to vindicate postcolonial critiques of Foucault, though

with some revealing qualifications.”,”author”:[{“dropping-particle”：“”,“family”：“-Foucault”,“given”：“Michel”,“non-dropping-particle”：“”,“parse-names”：false,”-suffix”：“”}],“container-title”：“Edições Graal”,“id”：“ITEM-1”,“issued”：{“date-parts”：[[“1988”]],“title”：“História da Sexualidade I - A vontade de saber”,“type”：“article”},“suppress-author”：1,”uris”：[“http://www.mendeley.com/documents/?uuid=6999e7c0-83b-3-4c9f-9a0f-eb4999f4f64d”]],“-mendeley”：{“formattedCitation”：“(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 sós, 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 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 dos 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 obra, 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 de o *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, na educação, no bem-estar social, na gestão de grupos e indivíduos; ao mesmo tempo que causam preocupação com o possível mau uso deles. 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* comunitário). 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 2016⁶⁹. 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 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”). 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 (LATOUR, 2012, p. 260).

Com base nesse argumento, propõe a palavra “oligóptico” (provavelmente derivada do grego *oligos* [poucos] + *optikós* [visão]) para definir os “macros”, e 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* [...]” (Latour, 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” (Latour, 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 exército” (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. Interpretações equivocadas da teoria foucaultiana buscaram 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 alinhado com essa afirmação, Latour (2012) afirma, em nota de rodapé, que Foucault fez uso irônico dessa utopia.

69. 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.

A obra *Vigiar e punir* foi publicada há quase meio século e tem o panoptismo como tema de apenas um dos dez capítulos que as quatro partes dela, em conjunto, totalizam, tendo sido a materialidade empírica desse conceito um projeto confeccionado no século XVIII (Foucault, 2014), mas ainda repercute na atualidade; contudo, ressalte-se que 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 apresentar 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 proporem novas formas espaciais para o “fluxo de informações”. Para eles, o panóptico é uma delas, originalmente representado pelo fluxo direcionado ao centro; a *sousveillance*, por sua vez, é projetada de modo descentralizado, com fluxo diverso; e a transparência, ainda que a reconhecendo como utópica, apresenta exatamente o mesmo o fluxo de informações, em todas as direções. Além desses, 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, a exemplo de 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 imprecisas sobre determinado fato. A maior expressão desse modelo são as chamadas *fake news*. No contexto contemporâneo superacelerado 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*, que visa mascarar patrocinadores de uma mensagem ou organização (como fazem com propaganda infantil de *unboxing* de presentes) ou atrelar uma mensagem a um grupo político como se deste fosse representativa sem efetivamente ser (como quando utilizam determinado indígena não legitimado pelos pares

para forjá-lo como representante 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, por exemplo, perfis falsos de determinada corporação ou pessoa pública para a publicação de informações polêmicas.

De acordo com Bossewitsch 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 pan-óptico em outras estruturas, em que 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, permite 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, mesmo tendo sido constituída como uma perspectiva futurista, 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, essas tecnologias, 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 muitas atividades ser desenvolvidas em *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 são percebidos, embora estejam presentes.

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 se verifica 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 da 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, 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, caracterizado pelo argumento de que *ser fitness* passa a não ter mais hora nem lugar, que gera uma **pressão por desempenho**. 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 operam; 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 que 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).⁷⁰

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. Esse 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, relativas 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, sabem 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” de “concordar”, em que clicamos sem ler, 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 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.

[...]

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

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 Remerge 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)⁷¹.

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, uma vez que se usa o aplicativo, que se realizam acessos, que dados são captados, alguém lucra. Em alguns casos, portanto, o lucro são justamente os dados, não propriamente o valor que se paga pelo acesso. Uma frase produtiva para materializar essa argumentação, 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”⁷². Nesse caso, seus dados são o produto; seria você os seus dados?⁷³ Assim, tem-se o argumento de que nossos dados são a *commodity* contemporânea, e inauguramos, neste livro, 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 no próprio grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, que representa a maior parte da empiria desta

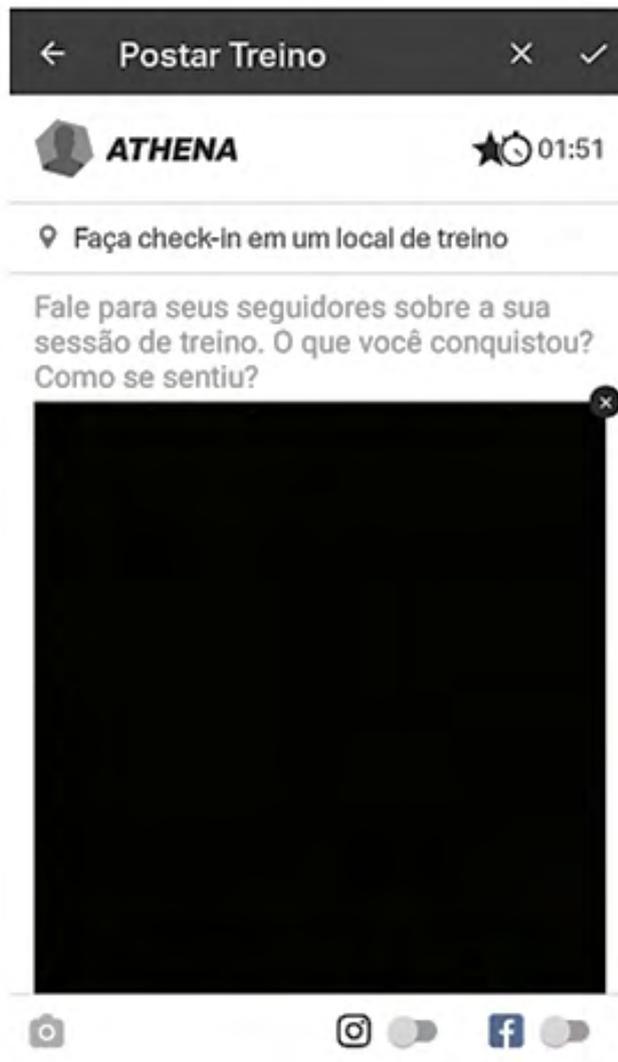
71. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/pages/privacy/>. Acesso em: 28 out. 2019.
72. Frase na versão em inglês: “If you’re not paying for something, you’re not the customer; you’re the product being sold”.
73. Vale reiterar o texto de Deborah Lupton (2016c), cujo título principal é “You are 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).

análise. Mais do que isso, possui conectividade direta (*link*) com o Facebook e o Instagram, conforme apresentado anteriormente, ao se delinear o panóptico digital. Vale reiterar que a postagem no *feed* do Freeletics, vinculado ao Google Fit, 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 Figura 19 mostra uma captura de tela da preparação da postagem do treinamento.

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

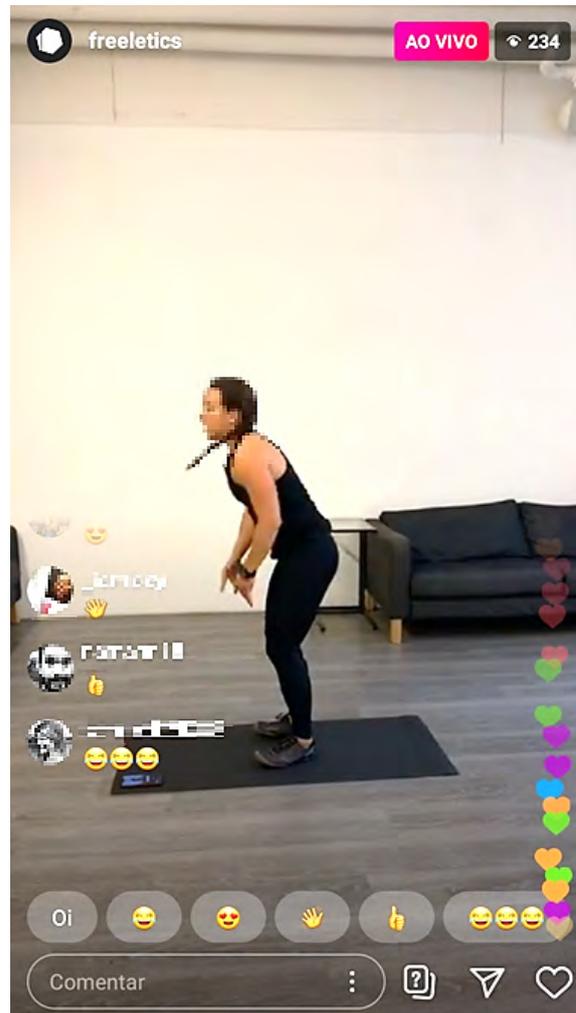


Fonte: Aplicativo Freeletics Bodyweight & Mindset – uso próprio. Acesso em: 14 abr. 2020.

A imagem da Figura 19 apresenta *affordances* que preparam a publicação após o treino e possibilitam a publicação automática em outras mídias. O quadro preto, no centro, 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, vê-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 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 da Freeletics no Instagram, 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 dispensa a necessidade do uso do *personal trainer* digital; pelo contrário, é um meio de divulgar a Freeletics. Por vezes, a *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 neste 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 como usar (o *how to*) 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 atenção para os aplicativos e as plataformas que possuem a função *self-tracking* e são mídias sociais ao mesmo tempo. Usa o exemplo do aplicativo PumpUp, o qual, 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, provocadas por essas *affordances*.

Em certa medida, alguns comportamentos, entre eles a navegação pela rede, são fabricados em consequência da análise algorítmica dos dados gerados pelo usuário, e, ao mesmo tempo, as bases de dados são retroalimentadas. Isso produz um valor especial para esses dados, tidos como *commodities*, 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 têm 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, torna-se expresso que eles são necessariamente captados e que é possível uma captação ainda maior, se autorizada pelo usuário, com o argumento de personalizar ainda mais o serviço. Logo, é oportuno observar o que dizem as políticas de privacidade (Freeletics, 2020a)⁷⁴.

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 influência em seu computador.

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

A seguir, os *cookies* necessários – independentes 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:

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

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-bolha” (*filter bubble*), que representa, em parte, o que chamamos, no Brasil, de bolha social, porém restrita 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 de determinado produto em um *site* de compras qualquer, e, ao visitarmos

outros *sites* (que não esse de compras), algumas propagandas do 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 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, portanto, pertinentes para a análise nesta obra; 3) não optamos por entrar na bolha – a simples navegação pela rede, com as ferramentas nela incluídas, 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, possui 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; 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 algorítmica apresentaria primeiro aquelas que acessam na mesma região e 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 em 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 (referentes 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, representativas 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 nem tanto *a priori*, haja vista a invisibilidade dos “filtros” –, nossa análise da empiria, inspirada no trabalho de Pariser (2012), aponta que o enclausuramento na bolha *fitness* tem os seguintes custos em potencial: 1) constituição de uma predição informacional, que limita alternativas possíveis; 2) restrição da criatividade e do livre pensar; 3) obscurimento (político, social, ideal e cultural) do diferente, com a potencial produção de intolerância ao diferente. Porém, vale reiterar que, para afirmar, com precisão, a existência da respectiva bolha, seria preciso adentrar a rede de cada usuário. Dito isso, podemos, então, discutir cada um desses custos em potencial.

O primeiro deles, **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, que, assim sendo, é mediador relevante na produção de determinados comportamentos. Nesta pesquisa, o termo predição informacional foi empregado entendendo-se que ocorre uma previsibilidade de conteúdos sugeridos a partir dos rastros digitais, embora estes, por vezes, sejam realmente determinantes. 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

75. Por Sirai 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.
76. 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: <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.
77. Aplicativo Mova Mais – Heartbit, com *site* fora do ar, pois não mais existe. Disponível em: <https://heartbit.me/>. Acesso em: 12 out. 2019.
78. 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.

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, pode vir a considerar tal informação em uma solicitação de crédito.

Bancos de dados, especialmente a inter-relação entre eles, podem indicar quais pessoas são mais suscetíveis ao convencimento e até mesmo quais horários, qual situação emocional e qual *marketing* podem ser mais efetivos. Logo, em certos momentos, são-nos mostrados conteúdos que podem induzir desde pequenas compras até a escolha de candidatos 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* frequente e em que horários sou mais suscetível a determinado *marketing*, isto é, 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. Segundo artigo de notícia publicado por Siraj Dato no *The Guardian*⁷⁵, em 2014, já havia empresas

que faziam uso do *self-tracking* para acompanhar o sono e a prática de atividade física de seus trabalhadores – o que é uma forma, também, de aumentar a produtividade. Em outro artigo, publicado por Sven Tuzovic no *The Conversation*⁷⁶, esse já mais recente, em julho de 2019, tem-se que empresas de saúde e de seguro de vida fazem uso de informações das tecnologias de *self-tracking* para a tomada de decisões. Outro exemplo possível era o aplicativo Mova Mais – Heartbit⁷⁷, em que os pontos conquistados mediante registro do exercício físico podiam ser convertidos em produtos e serviços. Esse, contudo, parou de funcionar em janeiro de 2020⁷⁸.

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; **por outro lado**, o empregador ou o gestor de uma empresa de planos de saúde, será influenciado se, com base nos dados de *self-tracking*, o candidato a uma 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 seguir, 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 poderiam, com tanta precisão, dizer que a chance de os Vingadores vencerem a Guerra Infinita era uma entre 14.000.605 possibilidades; contudo, podem direcionar conteúdos com base nas possibilidades do que, provavelmente, gostaríamos de ver.

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 apresentarem 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 o conceito de *data driven*, aprofundado no imperativo do autoconhecimento, publicado na forma de artigo (Oliveira; Fraga, 2022).

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 aquilo de que seu público gosta: quais temas são mais visualizados, em que momentos se deixa de assistir a 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 restrição da criatividade e do livre pensar está, exatamente, no vislumbre apenas daquilo de que se gosta, que pode obscurecer outras alternativas 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 as diversas possibilidades, a ação de algoritmos/filtros apresenta quantidade limitada de opções, mas direcionadas por mecanismos de predição dos algoritmos, entre as quais há ainda as consideradas mais apropriadas ao nosso perfil. Nesse sentido, torna a criatividade e o livre pensar menos importantes, especialmente na particularidade desses fins.

Partindo do pressuposto de que, para a aprendizagem se concretizar, 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 simplesmente não saber chegar a lugares aos quais me deslocava diariamente orientado por GPS, na eventualidade de não contar com essa tecnologia; tratava-se de uma certa terceirização do pensamento de escolha do caminho, que me fazia seguir no “piloto automático”.

Ao direcionar o debate mais especificamente à 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 Pariser (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)⁷⁹.

Conforme observamos, a análise algorítmica de dados dos usuários do *personal trainer* digital no Facebook está prevista 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”⁸⁰. Obviamente, há sempre subjetividade e modos de resistência que escapam, mas essa tradução nos permite pensar que ou estamos desconectados da rede e, assim, vivemos no deserto, ou vivemos a personalização, que mostra exatamente quem somos. A “síndrome do mundo bom”, ou o “inferno do igual”, nos mantém menos expostos a contextos que possibilitam alguma descoberta, algo novo. Isso repercute, ainda, no terceiro custo: **o obscurecimento (político, social, ideal e cultural) do diferente, 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 narração para a adição, 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 derriba [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

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

80. 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.

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 o império 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, favorecendo 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 em que, em tese, essa não mediação entre o conteúdo e as pessoas é gerada. 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 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 fôssemos 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; estar atento a opiniões fora das mídias sociais⁸¹.

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

81. 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-bo-lha-facebook.htm>. Acesso em: 27 dez. 2020.

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 de “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 do capítulo, ao arguir que “nós sabemos quem você é”, passa a fazer mais sentido.

De fato, é comum não serem lidas as políticas de privacidade, nas quais normalmente são indicados onde estão seus dados e o que será feito com eles. 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 pleito eleitoral presidencial brasileiro de 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 Armour⁸². Outra notícia reportou o compartilhamento de imagens por usuários via Strava, que possivelmente comprometeu bases militares secretas e a rotina dos militares de vários países⁸³.

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 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 a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), de 2018, no caso do Brasil. Nesse sentido, o uso de meios ilegais para beneficiar políticos, gerar *fake news* ou até mesmo para fins bélicos, como exposto anteriormente, contraria a legislação da área. A propósito, no Brasil, o polêmico Projeto de Lei nº 2.630/2020 (Lei das *Fake News*) foi aprovado pelo Senado em 30 de junho de 2020.

Isto posto, 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 mesmas 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 neste tópico, o ato de acessar outras mídias, como o Facebook e o Instagram, ou a navegação pela internet de modo geral acionam 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 sabemos, potencialmente constituir uma bolha *fitness*. Esse debate toma, no mínimo, dois caminhos (que se materializam nesta obra): um que envolve um comprometimento consigo mesmo, ao ser sugerido que o usuário seja mais forte que sua melhor desculpa – o imperativo do desempenho *fitness*, tema do próximo capítulo; e outro que envolve um estudo de si por meio dos números, em busca de aprimorá-los, ao ser sugerido que o usuário seja sua melhor versão – o imperativo do autoconhecimento, publicado na forma de artigo (Oliveira; Fraga, 2022).

82. 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.

83. 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 *on-line* 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.

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. [...] ⁸⁴.

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 de atletas livres. Nesse sentido, identificam-se 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 os usuários têm sempre uma meta, um novo desafio a ser conquistado, em que pontos “são adicionados em um *ranking*”. Por fim, a glorificação do sofrimento 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 estes 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

84. 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.

dimensão da prescrição de exercícios físicos realizada pelo *personal trainer* digital; e um segundo caminho, a ser discutido, que diz respeito ao apagamento da dimensão espaço-temporal, fruto do contexto ubíquo, gerando uma pressão (principalmente de si para consigo) por desempenho, na qual ser *fitness* passa a não ter mais hora nem lugar, gerando o que denominamos, nesta obra, de culpabilização *fitness*. No contexto da pandemia da covid-19, essa dimensão ganhou ainda mais força, já que a casa das pessoas se tornou a academia delas, aspecto esse reforçado por meio da hashtag #TreineEmCasa. A ubiquidade e seus desdobramentos constituem, 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*, materializada em ações como atingir metas, ganhar pontuações, subir de nível, entre outros aspectos, é fomentado 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, exibindo-os como se fossem troféus. Quanto mais difícil e sofrida, 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, que constitui 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 o 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 do trabalho), o usuário tenha acesso ao *personal trainer* digital, realize seus exercícios físicos (esfera *fitness*) e, enquanto cumpre o treino, visualizando os exercícios por meio de um *smartwatch*, converse com algum familiar (esfera da 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 da covid-19, milhares de pessoas transformaram a própria casa em escritório, assim como a transformaram em academia. Após a quarentena, provavelmente, parte delas continuará com essa ressignificação do domicílio.

Na particularidade do *personal trainer* digital, essa nova configuração implica um “apagamento” temporal (materializado no “treine a 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 é um sujeito de obediência – tendo a “negatividade” como base.

Por outro lado, na sociedade do desempenho, os sujeitos são empreendedores de si, visto que a obrigação passa a ser substituída pela iniciativa e motivação própria, sendo, assim, mais produtivos – 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 da Freeletics como forma de motivação. Elementos como a possibilidade de treinar a qualquer hora e em qualquer lugar, bem como o comprometimento de si com os 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 comprometesse, 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)⁸⁵.

Esse recorte demonstra certa cobrança ou compromisso assumido pelo próprio usuário com ele mesmo. Aponta ainda uma ideia de liberdade, considerando que é possível treinar a qualquer hora e em 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 da aglutinação de duas palavras em língua inglesa: o *free*, no sentido de livre, mais *athletics*, que significa atletas, 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, relacionado ao funcionamento da inteligência artificial, diz respeito à necessidade de se “autorrastrear” para se obter a liberdade (a datificação de si); e o outro, agora identificado, se refere à liberdade alcançada em relação à cobrança de um ente externo, mas passa a acontecer de si para consigo, isto é, 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 do que se fosse apenas da obediência (Han, 2014, 2015).

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

O sujeito da obediência (quando as ações são fruto de uma cobrança externa) passa a ser sujeito de desempenho (quando as ações são fruto 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*⁸⁶. Em entrevista ao jornal *Valor Econômico*, vinculado ao Grupo Globo, Mônica Santos, então diretora de recursos humanos da 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 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 esse recorte da entrevista concedida por Mônica Santos ter sido publicado em 2014. De qualquer modo, 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”⁸⁷. Situações como essa tendem a ser mais recorrentes após modificações impostas pela pandemia causada pelo vírus da 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 de 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 entre essa cobrança de si para consigo e a produção de 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) meditation, relaxation.

Por outro lado, entendendo a liberdade como o incentivo a ações individuais, no sentido de se responsabilizar a si 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 cultura *self-tracking* para se sustentar, não sendo ênfase deste livro. Por outro lado, amplia o olhar para esse recorrente binômio: vencedores/fracassados.

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

87. 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, materializa-se com elementos de gamificação, a serem discutidos no próximo tópico.

Grosso modo, esse binômio aproxima-se da noção de sujeito empreendedor de si, que, por sua vez, ganha força no escopo de uma racionalidade neoliberal⁸⁸ 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 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)⁸⁹.

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 viciéi 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 positivas e tenho muitas aventuras, então acho que tive muito sucesso, mas sempre tem espaço para melhorar. (Freeletics, 2020a, grifo nosso)⁹⁰.

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

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

89. 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.

90. 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.

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, que, 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 fomenta 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 a reformulação desse movimento no seio da cultura *self-tracking* e da datificação de si, propomos a emergência de uma **culpabilização 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 da Freeletics, em 2019. No caso, são exibidas as “dez principais descobertas”, bem como um resumo 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)⁹¹.

Os resultados apontam que as barreiras existem e que as pessoas, de fato, têm 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

91. 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.

Nações Unidas para o Desenvolvimento (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 brancos (PNUD, 2017). Os que menos praticam são pessoas adultas, sem instrução, com deficiência e idosos (PNUD, 2017). Podemos simplesmente culpá-los por não praticarem exercícios físicos? Logo, torna-se oportuna a problematização tanto da culpabilização “tradicional” quanto da culpabilização *fitness*.

No sentido de buscar superar algumas dessas barreiras, bem como fomentar a ideia de que o usuário deve responsabilizar a si 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 de pandemia, eliminando a “desculpa” de não se 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, tanto para *ser ativo*, quando relacionada a atividades da vida diária (não fomentadas diretamente pela Freeletics), quanto para *ser fitness*, quando relacionada a exercícios físicos sistemáticos. Vale lembrar que propomos uma diferenciação entre o *ser ativo* e o *ser fitness* no primeiro capítulo deste livro, 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 no primeiro capítulo deste livro, 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 registrada como prática *self-tracking*. Orientada 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, 2006; Fraga *et al.*, 2009; Palma, 2001, 2009).

Ainda na particularidade de nossa obra, 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, integra o *cômputo do ser fitness* e, na cultura *fitness* digital, é registrada como prática *self-tracking*. Orientada 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 sofrimento (temática discutida no terceiro tópico do presente capítulo), é constitutiva 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 integra 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 é alvo da cultura *self-tracking*.

Reiterando o que foi dito no primeiro capítulo, ainda que não ocorra de modo intencional, essa categorização 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 pelo *ser fitness*.

Variável	Ser Ativo	Ser Fitness
Prática ⁹²	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 sofrimento
<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.

92. 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.

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 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, 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 “passagem” da negatividade para a positividade também foi identificada no contexto desta obra, na particularidade da culpabilização *fitness*, que pode ser organizada em dois eixos de discussão: 1) no que o usuário almeja, que se vincula à cultura do empreendedorismo, em face

da dualidade fracasso/sucesso; e 2) nos meios de persuasão, que se manifestam 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). Neste, depreendem-se dois eixos motivacionais para adesão à prática de exercícios físicos, que dialogam com a empiria: o primeiro 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 se*, 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 desse artigo, do qual 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)⁹³.

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)⁹⁴.

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, estão relacionadas 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)⁹⁵.

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

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

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

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

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)⁹⁶.

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 em 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) instead of relying on costly and

inefficient medical services, the individual should take more responsibility for her or his health. At-risk behavior is seen as the problem and changing life-style, through education and/or economic sanctions, as the solution. The emergence of the ideology is explained by the contradictions arising from the threat of high medical costs, popular expectations of medicine along with political pressures for protection or extension of entitlements, and the politicization of environmental and occupational health issues. These contradictions produce a crisis which is at once economic, political and ideological, and which requires responses to destabilizing conditions in each of these spheres. These ideological initiatives, on the one hand, serve to reorder expectations and to justify the retrenchment from rights and entitlements for access to medical services, and, on the other, attempt to divert attention from the social causation of disease in the commercial and industrial sectors.”, “author”: [“-dropping-particle”: “”, “family”: “-Crawford”, “given”: “R.”, “non-dropping-particle”: “”, “parse-names”: “false”, “suffix”: “”}], “container-title”: “International Journal of Health Services”, “id”: “ITEM-1”, “issued”: {“date-parts”: [“1977”]}, “title”: “You are dangerous to your health: the ideology and politics of victim blaming”, “type”: “article-journal”, “suppress-author”: “1”, “uris”: [“http://www.mendeley.com/documents/?uuid=3a834dba-3e54-47ad-b113-fcc6978773cd”]}, “mendeley”: {“formattedCitation”: “(1977)⁹⁷, para utilizar 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.

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

97. 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*”).

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.



Curtido por **136** **subodercisoul** e outras pessoas

embaixador Mais um treino iniciando as 4:20 da manhã, acordei às 4, primeiro treino é vencer a mente, que quer te fazer ficar na cama, ela sabe seus medos, suas fraquezas e faz de tudo para te impedir. Dizendo que vc não dormiu bem, q é muito cedo, deixa pra mais tarde e é neste momento que vc tem que ganhar sem pensar, esquentei a água, fiz meu bullet proof coffee e fui treinar, como ontem não treinei porque minha mente me venceu, hoje fiz o dia de ontem e o de hj. Um domingo a noite cheio de carboidratos e glúten faz a noite e o dia seguinte péssimo. Bom avaliar o que se come no dia pré treino pois isto irá afetar com certeza seu rendimento e psicológico, grãos detonam seu cérebro, mesmo integrais são péssimos. Escolher viver saudável é só uma decisão, viver é uma luta constante. Desafie-se para ser livre

#freeletics

#freeleticsambassador

5 de fevereiro de 2019 · Ver tradução

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 se propõe 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 considerem esses elementos (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 de embaixador 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.



Curtido por @... e outras pessoas

Um excelente treino pra terminar o dia bem, Freeletics é um estilo de vida saudável, que te arranca da zona de conforto e que afasta malefícios, como diabetes, depressão, angústias, baixa estima e te aproxima de uma comunidade maravilhosa espalhada pelo mundo, e faz vc espalhar o bem que isto te faz mudar pessoas e seus pensamentos ruins e afastar aquilo que te desagrada. Comece a sua jornada e largue suas desculpas. Mimimi já faz parte do seu dicionário mas não do nosso. Só quem vive isto sabe.

#freeleticsambassador #freeletics

Ver todos os 2 comentários

16 de janeiro de 2019 • Ver tradução

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 de pedagogia do medo ou pedagogia do terror, manifestam-se em argumentos problemáticos, como a referência aos níveis de mortalidade relacionados a certas condições patológicas em que a atividade física é um dos

determinantes. Instauram, portanto, a narrativa de que o *sedentarismo mata*, logo precisa ser indiscriminadamente evitado. Nessa lógica, é necessário ser ativo, ou poderá acontecer 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 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, como em 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 vários 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 há mais de 30 anos, também utilizado por Fraga

(2006), que citamos no início deste 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, relaciona-se 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 se expressa 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, aprofundadas no segundo e terceiro tópicos, respectivamente. Nesse âmbito, o prêmio expressa-se, entre 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).

Cientes 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 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), observou que 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 aos interesses desse setor, notadamente, à 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 restritos ao exercício físico. Segundo Abib (2019), os desafios foram apresentados 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, poderiam gerar uma mudança de comportamento definitiva.

Ao discutir o que chamou de vida saudável e classificar 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 Prochaska⁹⁸ 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 superar um vício (tabagismo) e passa a incorporar elementos de incentivo a outro (engajamento para a prática de atividade física). Esse modelo, criado há mais de 30 anos, foi difundido no Brasil, no campo da Educação Física, por meio dos estudos do Centro Estudos Laboratório Aptidão Física São Caetano Sul (Celafics), mais especificamente do 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 possibilidade de mecanizar e simplificar a relação com essa prática. Tem como pano de fundo certo “comportamento de risco”: o de não praticar as 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 mudança nas recomendações para a saúde (e, conseqüentemente, para classificar o indivíduo como sedentário) que anteriormente seguiam a proposta de Cooper (treinos mais sistemáticos e intensos), para recomendações de instituições científicas, as quais foram 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 aquelas mais próximas às

98. 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.

indicações reverberadas pelo Agita São Paulo e pelo aplicativo estudado por Abib (2019), a ser ativo. 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 temas 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, sendo os outros dois a alimentação saudável e o convívio familiar. Logo, a gamificação não abrange somente práticas específicas, mas a vida em 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. A propósito, 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 seja, 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 uma distração quanto aos objetivos de aprendizagem, o que demanda novos estudos, para que se permita um posicionamento mais consistente em relação à sua produtividade (Alsawaier, 2018) *mainly video game elements, into non-game context for the purpose of promoting motivation and engagement in learning. The application of gamification in a pedagogical context provides some remedy for many students who find themselves alienated by traditional methods of instruction. The use of gamification could provide a partial solution to the decline in learners' motivation and engagement the schooling system is facing today. Specifically, the college environment could benefit a lot from gamifying not only their graduate recruitment strategies, but also the college course content and curricula. This critical analysis of literature on gamification is intended to be part of a sequence on the*

effect of gamification on motivation and engagement. A proposed methodology in the study of gamification effect on motivation and engagement in addition to an empirical study on three college courses are being finalized to complete this trilogy. The paper aims to discuss these issues. Design/methodology/approach: Themes covered in the literature review include: conceptualizing gamification, advantages of gamification over game-based learning, theoretical connections to gamification, motivation and engagement, connecting gamification to motivation and engagement, emotions and fun in gamification, player types and gamification features, gamification in action, and implementation guidelines. Findings: The literature on the effect of gamification on motivation and engagement is still limited on multiple levels. There is a gap between theory and practice in the study of gamification. There is limited literature on the implementation guidelines of the gamified designs. Practical implications: This critical analysis of literature is followed by connecting it to future research by the same author as part of a sequence on the effect of gamification on motivation and engagement. The second project, will be proposing a methodology for any successful design to provide a holistic understanding of the topic of gamification. Finally, an empirical study on the effect of gamification on students' motivation and engagement in three college courses will be submitted to complete the trilogy. Originality/value: This paper is a literature review, so there is a strong connection to literature on this topic. However, the synthesis of the themes and ideas are original. The literature review is extensive and covers the different as...,"author":{"dropping-particle":"","family":"Alsa-waier","given":"Raed S.,"non-dropping-particle":"","parse-names":false,"suffix":"","},"container-title":"International Journal of Information and Learning Technology","id":"ITEM-1","issn":{"date-parts":["2018"]},"title":"The effect of gamification on motivation and engagement","type":"article"},"uris":["http://

www.mendeley.com/documents/?uiid=ce6f3fbf-8900-4561-b5a6-b3982916420f"];mendeley":{"formattedCitation":"(ALSA-WAIER, 2018. Essa informação torna-se ainda mais oportuna com o avanço das aulas de modo não presencial, imposto pela pandemia da 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 (Maturio; Moretti, 2018), bem como *fitness gamification* (gamificação *fitness*), para representar a particularidade *fitness* (Wylie, 2011). Em outro momento (Oliveira; Fraga, 2019), intitulamos esse fenômeno de gamificação na cultura *fitness* e desempenho gamificado. Por entendermos 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 a 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, 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 de covid-19, 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 e 75 minutos por semana de atividade vigorosa ou 150 minutos de atividade física moderada para adultos e idosos, incluindo dois ou três dias por semana com fortalecimento muscular e ósseo (Hammami *et al.*, 2020).

Evidentemente, as recomendações da OMS ultrapassam limites de qualquer gasto energético, ao propor 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, no âmbito das ciências do movimento humano, saúde e *fitness* representam áreas distintas. A primeira possui, de fato, ênfase em maior proteção e promoção da saúde, 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, mas também, em menor grau, 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 presença 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 por 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 à 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 possuem 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 tanto reporta 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

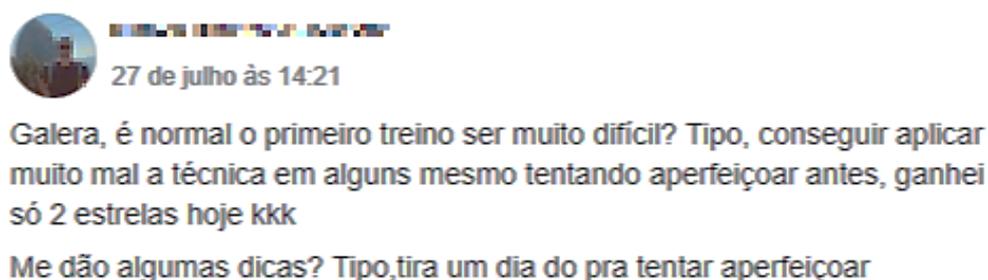
por cada minuto de atividade moderada, como acelerar o passo ao passear com seu cachorro, e o dobro de pontos para atividades mais intensas, como uma corrida. São necessários apenas 30 minutos de caminhada rápida cinco dias por semana para atingir a quantidade de atividade física recomendada pela AHA 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 ele 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, quantidade de horas de sono profundo, entre outros, podem ser apreendidos 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 o modo de realizar o exercício físico e a forma de lidar com a tecnologia. Nesse sentido, apresentamos uma postagem realizada por um dos atletas livres no grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial.

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



Fonte: Grupo público do 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)⁹⁹.

Um aspecto importante da gamificação, especialmente na relação com determinadas recompensas simbólicas, é sua vinculação (explícita ou não) com estudos do campo da psicologia. Abib (2019) indica certa semelhança entre a atividade gamificada e uma perspectiva psicológica comportamentalista, com estímulo-resposta.

99. 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.

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*. Estes podem ser punitivos, como choques elétricos, ou recompensadores, a exemplo do alimento, e ocorrem tão logo determinado comportamento ocorra. Metaforicamente, na vida *fitness*, o choque elétrico da caixa de Skinner, representado pela negatividade do risco, passa a não ser mais operante, mas tão somente o alimento, 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”, que representam uma forma de valorizar 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 (a própria do aplicativo e aquelas paralelas).

Alguns estudos com abordagens distintas se dedicaram 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%231) tinham por foco mudanças de comportamento (Lister *et al.*, 2014). Nesse mesmo estudo consta uma análise mais profunda de 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 apontam que, dos 132, 121 (91,7%) aplicativos não apresentam a fonte das informações disponibilizadas aos usuários e 129 (97,7%) fazem uso de *self-tracking*, dos quais 36 (27,9%) de modo passivo (automático), 71 (55%) de modo ativo (manualmente) e 22 (17,1%) usam os dois modos (Lister *et al.*, 2014).

Em outra abordagem, Edwards *et al.* (2016) analisaram 1680 aplicativos médicos, de saúde e bem-estar e de “saúde e *fitness*”, visando a identificar aqueles que possuem elementos de jogos (gamificação) para promover a saúde, especialmente suas técnicas para mudança de comportamento, considerando estratégias como *feedback* e monitoramento, recompensa e ameaça, estabelecimento de metas, entre outras. Contudo, concluíram que tais aplicativos eram limitados, uma vez que apenas 64, 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, dos quais 97% a usam direcionadamente a comportamentos relacionados à atividade física e perda de peso. 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 eles, 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, 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, dão-se, 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; 10) pressão de tempo.
- *Componentes de gamificação*, identificados na literatura que tem por objetivo impactar o comportamento de saúde – logo, não são, a princípio, inerentes ao contexto dos jogos. Os componentes foram: 1) tabela de classificação; 2) níveis; 3) recompensas digitais (pontos, distintivos); 4) prêmios do mundo real; 5) competições; 6) pressão social ou de grupo.
- *Constructos de comportamento em saúde*, dos quais foi realizada uma síntese direcionada a comportamentos que podem ser aplicáveis em dispositivos móveis, culminando 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); 3) oportunidade/desencadeador (pressão dos pares, pistas para ação e controle de estímulos) (Lister *et al.*, 2014).

Conhecer esses três eixos é relevante para nossa análise, contudo a proposta deste capítulo é outra: analisar o elemento da gamificação como mediador, especialmente na produção de imperativos para uma vida *fitness*, e não somente identificar quais recursos de gamificação o aplicativo possui. De fato, todos esses elementos/componentes evidenciados por 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) to our knowledge, there has yet to be a review of gamification elements in relation to health behavior constructs, or insight into the true proliferation of gamification in health apps. Objective: The objective of this study was to identify the extent to which gamification is used in health apps, and analyze gamification of health and fitness apps as a potential component of influence on a consumer’s health behavior. Methods: An analysis of health and fitness apps related to physical activity and diet was conducted among apps in the Apple App Store in the winter of 2014. This analysis reviewed a sample of 132 apps for the 10 effective game elements, the 6 core components of health gamification, and 13 core health behavior constructs. A regression analysis was conducted in order to measure the correlation between health behavior constructs, gamification components, and effective game elements. Results: This review of the most popular apps showed widespread use of gamification principles, but low adherence to any professional guidelines or industry standard. Regression analysis showed that game elements were associated with gamification ($P < .001$).

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) to our knowledge, there has yet to be a review of gamification elements in relation to health behavior constructs, or insight into the true proliferation of gamification in health apps. Objective: The objective of this study was to identify the extent to which gamification is used in health apps, and analyze gamification of health and fitness apps as a potential component of influence on a consumer's health behavior. Methods: An analysis of health and fitness apps related to physical activity and diet was conducted among apps in the Apple App Store in the winter of 2014. This analysis reviewed a sample of 132 apps for the 10 effective game elements, the 6 core components of health gamification, and 13 core health behavior constructs. A regression analysis was conducted in order to measure the correlation between health behavior constructs, gamification components, and effective game elements. Results: This review of the most popular apps showed widespread use of gamification principles, but low adherence to any professional guidelines or industry standard. Regression analysis showed that game elements were associated with gamification ($P < .001$, o que torna ainda mais oportuno discutir a gamificação da vida *fitness* e os comportamentos tencionados a partir desse movimento.

O intuito da gamificação é buscar resultados de interesse do proponente e não somente diversão, a exemplo do jogo do 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 o 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, que envolvem determinado ritmo, mas sem a contagem de tempo; os exercícios isolados, que consideram apenas a quantidade como demarcador, em que a técnica é enfatizada; e os *workouts* dos deuses, que é uma forma de competição cujo objetivo é a realização mais rápida e em menor tempo possível (Freeletics, 2020a). Notadamente, enfrentar deuses e estabelecer 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, chamados de *training journeys* (jornadas de treinamento, em tradução nossa), a serem “vencidos”, 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 à inteligência artificial prescrever sequências mais difíceis. Além disso, há os recorrentes desafios lançados, alguns dos quais evidenciaremos neste capítulo (Freeletics, 2020a)¹⁰⁰.

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)¹⁰¹.

Quando não se 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 exercícios com implementos foram incorporados ao Freeletics Training Coach – Bodyweight & Mindset. No momento da divulgação dos treinos específicos para corrida, recebida 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.

100. 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.

101. 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: 7 jun. 2020.

De modo mais amplo, há uma tensão de promover 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 que constituem o atleta livre, apresentadas no *site* oficial da Freeletics:

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)¹⁰².

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



102. 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 da melhor marca pessoal (PB) e aparentemente o tempo que 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, isso 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 visualizá-lo, retroalimentando algoritmos da bolha *fitness* (discutida no capítulo 2: O imperativo da espetacularização *fitness*).

A rigor, a postagem em distintas mídias sociais repercute, especialmente, na difusão dos recorrentes desafios lançados, os quais fomentam maior visibilidade à Freeletics, bem como a adesão e o engajamento dos usuários. Um deles 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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial.

Figura 26 – Captura de tela referente à postagem de um embaixador da Freeletics, que reporta algumas informações sobre o Desafio de Aniversário dos Burpees.



Fonte: Grupo público do 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 do 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, 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 ser recomendado 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 era que concluiria essa quantidade em aproximadamente quatro horas de prática. Conforme podemos observar na Figura 27, 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 do 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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, sobre sua prática

Atleta livre Instagram

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 Força ⌚ 3:52:05

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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 5 jan. 2019.

A tentativa de atingir metas que, potencialmente, vão além dos próprios limites pode gerar consequências problemáticas, como demonstrado (e glorificado) na Figura 28. No caso, o treino Aphrodite foi realizado três vezes, com duração de quatro 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.

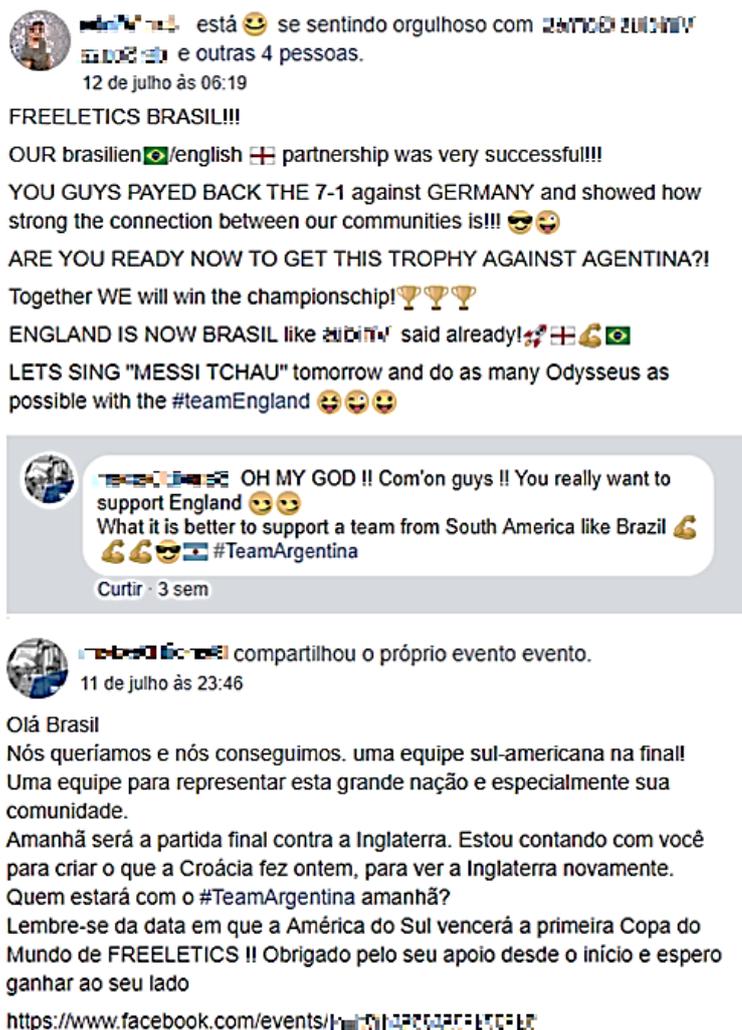
O Brasil (dos três “capitães”, dois não eram brasileiros: Felix Uhlig e Yaroslav Doleyshek) foi eliminado nas oitavas de final, ironicamente pela Alemanha (#TeamBrazil 42% x 58% #TeamGermany)¹⁰³. A final foi entre Argentina e Inglaterra. Um dos capitães da Inglaterra, como podemos observar na captura de tela da Figura 29, aproveitou a oportunidade para convidar os atletas

103. Disponível em: <https://www.freeletics.com/en/blog/posts/freeletics-world-cup-final-wrap-up/>. Acesso em: 12 jun. 2020.

livres brasileiros a ajudarem com a tarefa de vencer os rivais (do futebol masculino) argentinos, bem como a uma “revanche” à derrota da seleção brasileira para a Alemanha na Copa do Mundo de 2014. Por outro lado, evidenciando a

“rivalidade” entre os países, um dos capitães argentinos também aproveitou a oportunidade para convidar os brasileiros, com a argumentação de serem sul-americanos, além de comentar a postagem do capitão britânico.

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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial



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

Com efeito, o futebol tem forte repercussão na vida das pessoas, nas diversas dimensões. Movimenta debates em diferentes âmbitos: étnico-racial, gênero, inclusão, histórico, político, social e até mesmo físico-esportivo. Assim, a tentativa de agregar valor dessa cultura fortemente difundida na sociedade contemporânea, à luz da gamificação, é de fato relevante para a empresa.

Mesmo entendendo que a gamificação é um potente instrumento no sentido de suplantar essa racionalidade competitiva, segundo relato de um dos embaixadores, depois de certo tempo, torna-se menos relevante. Logo, sob o prisma da psicologia comportamentalista, o ato de comprometer-se consigo mesmo passa a ser mais *operante* do que os reforços estímulo-resposta da gamificação da

vida *fitness*, mesmo ainda existindo os elementos de gamificação. Em seu relato, o embaixador diz o seguinte:

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)¹⁰⁴.

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 “clap-clap”, 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, no 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, fazendo-se presente na empiria aqui investida, e, assim sendo, merece um tópico específico de discussão.

4.3 GLORIFICAÇÃO DO SOFRIMENTO: #NOPAINNOGAIN

Segundo o dicionário Michaelis *Online*¹⁰⁵, do ponto de vista etimológico, “glorificar” deriva do latim *glorificare*, e, entre as definições possíveis, tem-se sua aplicação como verbo pronominal com o significado de “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 *suffer re* e tem uma das definições como “ser atormentado por dores físicas ou morais; padecer”. Com efeito, a expressão **glorificação do sofrimento** é aqui apresentada 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 terem sido enfrentadas e superadas dificuldades relacionadas à vida *fitness*.

104. 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.

105. Dicionário Michaelis Online. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 31 maio 2020.

Assim, um dos textos publicados no *site* oficial da Freeletics aponta que o martírio é presente, conforme o próprio título diz: “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)¹⁰⁶.

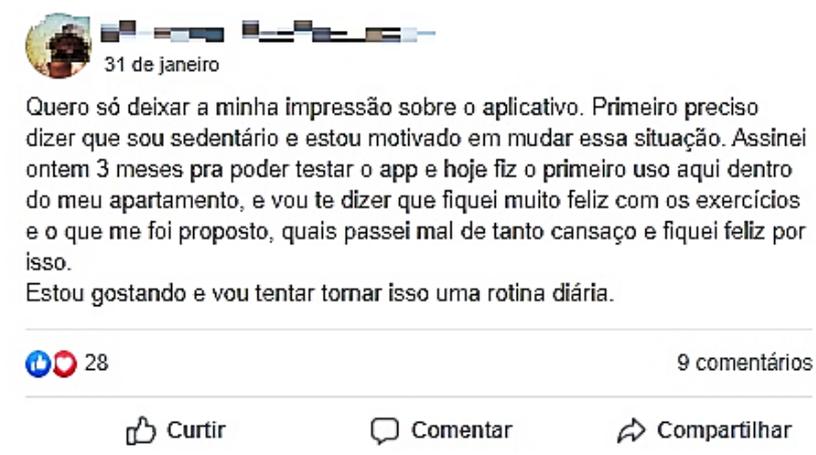
Uma releitura do título (“Festeje antes de se martirizar”), vinculado aos argumentos desse recorte em destaque, permite compreender que o festejo reporta uma celebração, glorificação; e o martírio, um sofrimento. Justamente o elemento aqui explorado, a glorificação do sofrimento, é colocado como parte 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 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 os divulgam como mais uma vitória: treinos de madrugada, exaustivos e que provocam dor. Exemplo disso é o caso do embaixador que atende a um convite para realizar 2 mil *burpees* em uma sessão de treino. Em publicações anteriores, é possível identificar que ele relatou ter realizado 1500 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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, em que aparece tanto a dimensão de um afastamento do sedentarismo (do “risco”) como uma glorificação do sofrimento.

Figura 30 – Postagem de um atleta livre sobre sua vivência com uso do *personal trainer* digital.

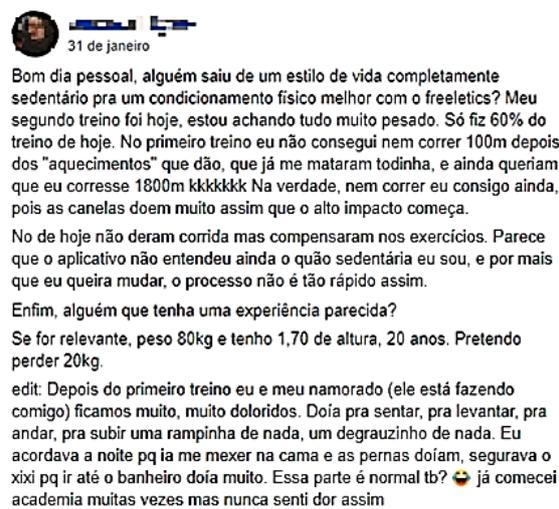


106. Disponível em: <https://www.freeletics.com/pt/blog/posts/festeje-antes-de-se-martirizar/> Acesso em: 10 nov. 2019.

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”¹⁰⁷.

Alguns dos nove comentários acerca da 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 e, por outro lado, que a dor (muscular) faz parte do processo. O binômio sucesso/fracasso, que integra a cultura do empreendedorismo, também é apresentado. Logo, em outra postagem (Figs. 31 e 32) de uma 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?”.

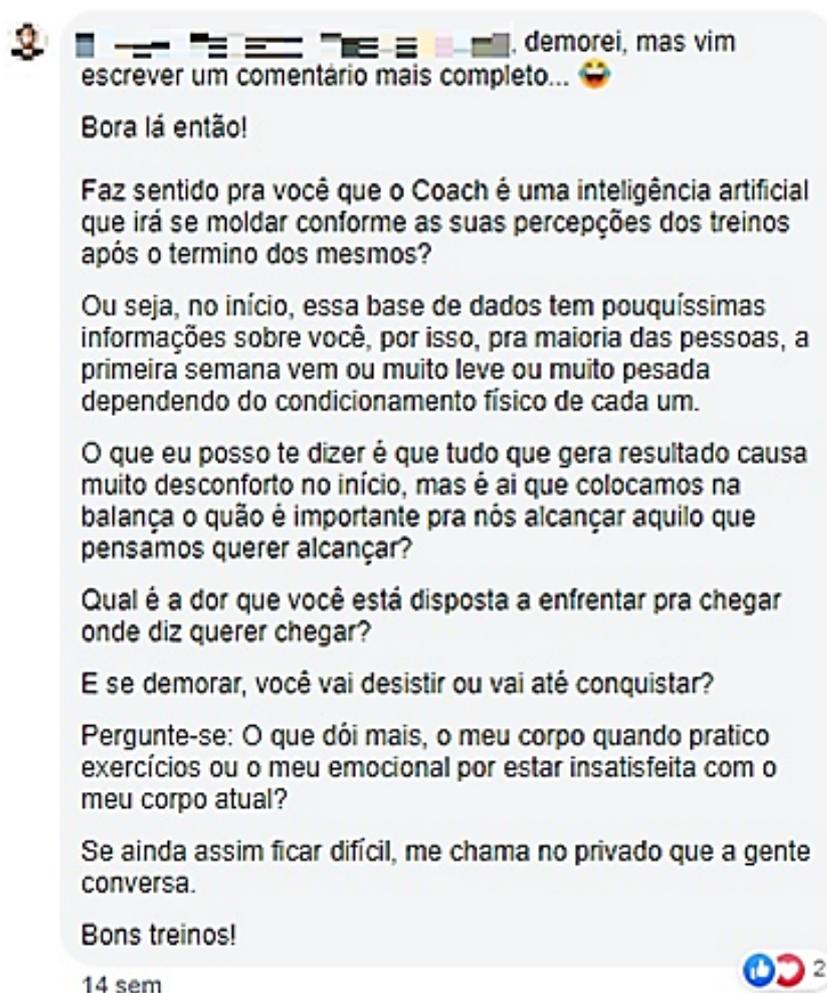
Figura 31 – Postagem de uma atleta livre ao solicitar ajuda relativa a como lidar com dores pós-treino.



Fonte: Grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 5 jun. 2020.

107. “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 do Facebook Freeletics Brasil – Oficial (2020). Acesso em: 5 jun. 2020.

O argumento do embaixador apresenta exatamente uma balança, na 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 neste momento é que os argumentos aqui apresentados não são uma defesa de que os exercícios físicos sejam indolores. O *ser fitness* demanda que os princípios

do treinamento sejam considerados, 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). Nas 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 se sente, pois 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: o 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 a 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: o da continuidade. Este tem por base dois pressupostos: 1) a condição “atletica”, que envolve períodos (meses/anos) contínuos de treinamento; 2) preparações anteriores, que afetam a periodização atual. Por outro lado, questões relacionadas à efetividade/qualidade do treinamento prescrito pelo *personal trainer* digital não integram o escopo desta obra, 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 representado 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 da 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)¹⁰⁸.

A *Hell Week*, portanto, evidencia aspectos significativos tanto do ponto de vista da periodização do treinamento como também da análise sociológica aqui empreendida. Primeiro, é possível realizar a periodização do treinamento por meio de inteligência artificial, mas sua efetividade e a coerência não são alvos de análise nesta obra. Do ponto de vista da análise sociológica, reforça a glorificação do sofrimento aqui defendida, já que é preciso “passar pelo inferno”.

108. 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.

À medida 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, é melhor, ou seja, maior a conquista e a glorificação, já que se conseguiu superar esse desafio.

Esse acréscimo ao treinamento é um ator importante na promoção de uma vida *fitness* que inclui uma glorificação do sofrimento, e 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) o treinador deve prescrever cargas de treinamento adequadas, com períodos de recuperação apropriados, visando atingir o maior nível de adaptação possível antes da competição. Neste contexto, o monitoramento das cargas de treinamento será extremamente útil, uma vez que, o treinador poderá utilizar as informações obtidas para avaliar a magnitude das cargas implementadas e a partir disto, ajustar, sistematicamente, a periodização das cargas futuras. Atualmente, existe um grande interesse no desenvolvimento de métodos válidos e confiáveis para o monitoramento das cargas de treinamento. Este acompanhamento pode ser realizado de muitas formas, no entanto, um método bastante simples foi proposto, recentemente, por Carl Foster: o método de PSE da sessão. Nesta revisão, nós investigamos o mérito científico do método de PSE da sessão. Os dados disponíveis sugerem que o método proposto por Foster é um instrumento confiável para quantificar a magnitude da carga de treinamento.

Em diversos estudos, o comportamento da PSE da sessão apresentou forte relação com outros indicadores internos de intensidade do exercício, como, por exemplo, o consumo de oxigênio, a frequência cardíaca e a concentração de lactato. Entretanto, é importante ressaltar que ainda são necessários estudos adicionais para validar o método de PSE da sessão, sob a perspectiva ecológica, em diferentes esportes”, ”author”: [“dropping-particle”: “”, ”family”: “Nakamura”, ”given”: “Fábio Yuzo”, ”non-dropping-particle”: “”, ”parse-names”: false, ”suffix”: “”], {“dropping-particle”: “”, ”family”: “Moreira”, ”given”: “Alexandre”, ”non-dropping-particle”: “”, ”parse-names”: false, ”suffix”: “”}, {“dropping-particle”: “”, ”family”: “Aoki”, ”given”: “Marcelo Saldanha”, ”non-dropping-particle”: “”, ”parse-names”: false, ”suffix”: “”}], ”container-title”: “Revista da Educação Física/UEM”, ”id”: “ITEM-1”, ”issued”: {“date-parts”: [[“2010”]]}, ”title”: “Monitoramento da carga de treinamento: a percepção subjetiva do esforço da sessão é um método confiável?”, ”type”: “article-journal”, ”uris”: [“http://www.mendeley.com/documents/?uuid=9a565c92-11ad-4c2b-9e9d-55d976df62de”]], ”mendeley”: {“formattedCitation”: “(NAKAMURA; MOREIRA; AOKI, 2010).

Outro destaque relevante, na glorificação do sofrimento, 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 à questão financeira, mas também ao investimento em si mesmo, nos diferentes sentidos. Nessa direção, apresentamos, na Figura 33, uma postagem realizada, no grupo público do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, por um atleta livre.

Figura 33 – Postagem de usuário no grupo do Facebook Freeletics Brasil – Oficial, representativa da glorificação do sofrimento.



Fonte: Grupo público do 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 se reporta exclusivamente à dor muscular, mas também à “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 pelos quais o poder disciplinar, semelhante ao descrito por Foucault (2014), opera, com a peculiaridade de que a punição é equivalente ao fracasso, e o que se busca é o sucesso, a glória. Além disso, 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 do 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, 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, deslocada 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 do 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 do Instagram, vinculada à *hashtag* #freeletics, ao participar de um evento de corrida de aventura



Segunda edição da @iron_race desafio @rota_bta BR, corrida monstruosa obstáculos muito bem elaborados, tão bom que demos duas voltas pra voltar para a casa bem quebrados, @gulars_kaboc toppppp.



Iron race @rota_bta desafio noturno 2016, chegando todo esfolado porém muito feliz em concluir essa prova casca grossa.



Spartan race 2016. Esse obstáculo tem uma sequência de valas com água e muita lama, muitos atletas acabam perdendo o tênis nesse obstáculo, já vi muita gente terminando a prova descalço.....

Quem já perdeu o tênis em corrida de obstáculos? .

Fonte: Conta pública do Instagram, 2020. Acesso em: 13 jun. 2020.

Nas três postagens, o embaixador demonstra situações extremas, as quais, por si sós, 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” por 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 da própria calistenia –, bem como em treinamentos de 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 maioridade 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 o ritual assume para os Sateré-Mawé em comparação à glorificação 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 da Tucandeira 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 que compara o peregrino ao 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 havendo espaço para um estado contemplativo em função da lógica do *checklist* 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 *checklist*, 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 integram o escopo deste livro, não nos aprofundamos nessa seara.

Diante do exposto, entendemos que a glorificação do sofrimento 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 conhecidas, 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 a 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 constituir uma pedagogia da gamificação; e glorificação do sofrimento, que se refere aos 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 o engajamento pelo desempenho gamificado fazem funcionar não somente o *personal trainer* digital baseado em inteligência artificial, como também propiciam que o usuário se torne objeto de estudo de si mesmo.

Essa discussão foi publicada na forma de artigo, com o título “Movimento *Quantified Self*: a vida *fitness* orientada por números” (Oliveira; Fraga, 2022), correspondente ao imperativo do autoconhecimento. Basicamente o artigo descreve os modos pelos quais usuários de um aplicativo *fitness* que prescreve exercícios físicos personalizados orientam suas condutas em interação com números gerados por *self-tracking* (Oliveira; Fraga, 2022).

5

Cultura fitness digital e a cultura corporal de movimento: **o *personal trainer* digital como ponto de partida**

Com base na ANT, na perspectiva de Bruno Latour (2012), esta obra 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 confluência, 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 finais acerca dos imperativos para uma vida *fitness* aqui estruturados:

espetacularização *fitness*, datificação de si, desempenho *fitness*. Além disso, evidenciamos algumas considerações acerca do autoconhecimento, discutido em outra obra na forma de artigo (Oliveira; Fraga, 2022).

Embora a delimitação metodológica empregada nesta obra 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 visível na empiria publicada na internet, aqueles que não participam desses espaços não foram diretamente incluídos (embora alguns mediadores analisados inevitavelmente os afetem, 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 ampliados; 3) o fato de os usuários fazerem uso de diversas mídias torna infactível 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 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. Dessa forma, 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, visto 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 no qual o protagonista é o atleta livre, no contexto de sua vida *fitness*. Ao aprofundarmos leituras sobre essas práticas, identificamos, no trabalho de Paula Sibilía (2008), no que ela denomina *show* do eu, que elas 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, entre 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, identificam-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, se direciona ao público 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 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 aderir à versão paga; e manutenção de pessoas, por meio da formação de uma certa rede de apoio em grupos paralelos do 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, denominada, no Brasil, de corpolatria. A espetacularização *fitness* reverbera uma cultura mais ampla, em que o valor atribuído à imagem nunca foi tão valorizado. Entre os mediadores da Freeletics, como em seu anúncio na Google Play Store, é sugerido o seguinte: “Conquiste o corpo que sempre quis”¹⁰⁹.

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 que padronizam uma publicação de como foi cada treino, depois de finalizado, sugerem uma imagem a ser postada por parte de todos, e não somente dos que atingem certo “nível de evolução”. Permitem, 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 que 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: a produção de conteúdo pelos usuários 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; e, no contexto do capitalismo de rede (*network capitalism*), um aprofundamento na produção de valor a partir da ação de *softwares*/algoritmos, cuja atuação é automatizada e, em linhas gerais, após desenvolvidos, não carecem de um trabalhador operando o tempo todo, ao contrário das tradicionais máquinas fabris. Além disso, os dados gerados pela espetacularização *fitness* ou mesmo pela navegação pela internet de modo geral fazem com que os algoritmos possam operar.

O imperativo da datificação de si envolve justamente uma análise com certa profundidade da ação de algoritmos, os quais dependem de nossos dados de uso e pessoais. Datificação de si consiste

109. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/dev?id=6324331771210995731&hl=pt_BR. Acesso em: 5 set. 2020.

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 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 do 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 esses outros algoritmos, à medida 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, praças, parques ou quadras esportivas, é fortemente utilizado, inclusive nomeia o aplicativo: o *free* de Freeletics representa justamente isso. Paradoxalmente, para que essa “liberdade” seja alcançada, um certo monitoramento se faz necessário. De fato, as próprias políticas de privacidade 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 ante 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 lhe agrada.

Provavelmente, muitos já vivenciaram a situação de, ao buscar algum produto à venda em um *site* específico, se deparar com esse mesmo produto em outros *sites*, mesmo sem estar à procura. Se se gosta de um esporte como futebol e costuma assistir a 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, neste livro, de bolha *fitness*. Basicamente, trata-se de um direcionamento a conteúdos considerados mais relevantes, que acabam por ser o que mais agrada aos usuários. Vale ressaltar que os limites metodológicos deste 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 conseqüências, dentre as quais evidenciamos três.

A primeira aponta a constituição de um modelo de vigilância determinista,

tendo em 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, pode 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 de 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 geram 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 panóptico, alterando a *surveillance* (com olhar de cima) para a *sousveillance* (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-se tornado uma necessidade. A inteligência artificial atrelada ao aplicativo justifica a disponibilização dos dados, afinal, o *software* precisa deles para que possa readequar-se 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 de Jane Fonda. Ora, agora se pode ter um *personal trainer* na palma da mão, com programa de treinamentos especialmente elaborado conforme as características de cada pessoa; 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 imperativo 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, embora essa liberdade seja paradoxal, pois, para que o *personal trainer* digital seja ativado, é preciso que o atleta livre se disponha a um rastreamento e o aplicativo, 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*, que, por sua vez, 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 de estatísticas de hipertensão e diabetes. A cultura *fitness* contemporânea faz uso de outros mecanismos, especialmente do que chamamos, nesta obra, 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), que se refere à 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 um desafio ou atingir determinada pontuação. Recorrentemente, identificam-se em alguns desafios nos quais a quantidade de exercícios produz pontos para uma disputa maior, ocasiões 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 YouTube¹¹⁰, 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, das quais não cabe aqui dar *spoilers*.

Já o imperativo do autoconhecimento, que não constitui capítulo deste livro por ter sido discutido e publicado na forma de artigo (Oliveira; Fraga, 2022), evidencia questões mais relacionadas ao movimento *quantified self*. Nesse sentido, o autoconhecimento proposto se dá por meio dos números, que, inclusive, caracterizam o movimento em seu site¹¹¹. A cultura *self-tracking* pressupõe o rastreamento e a consequente 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 a 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, têm por objetivo justamente o autoconhecimento, o estudo de si, por meio de números resultantes de dados pessoais, também conhecidos como *lifelogging* ou registros de vida. Portanto, o movimento *quantified self* pressupõe a cultura *self-tracking*, mas não necessariamente o contrário.

110. 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.

111. O site possui a expressão “Quantified self: self knowledge through numbers”. Disponível em: <https://quantified-self.com/>. Acesso em: 6 set. 2020.

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 um empreendimento. Evidentemente, a noção de sujeito empreendedor de si justifica *investir*, entre 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 que torna o sujeito objeto de estudo de si mesmo (mais vinculado ao movimento *quantified self* – uma autoexperimentação), como também gerenciador de si (mais vinculado à cultura do empreendedorismo – um autoempreendimento).

Sob o argumento da constante busca da 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*. Típicos da cultura *fitness* digital, de modo geral, as dificuldades e os desafios fazem parte e merecem comemoração em um processo que denominamos, nesta obra, 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. Entra, portanto, no debate sobre o imperativo do autoconhecimento, publicado na forma de artigo (Oliveira; Fraga, 2022).

Tudo isso gera um ciclo de *feedbacks* para mudança de comportamento, que vem a ser significativo para alguns usuários. Contudo, ainda ancorada na noção de ciência, surge outra característica relevante, que é a 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*, que 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.

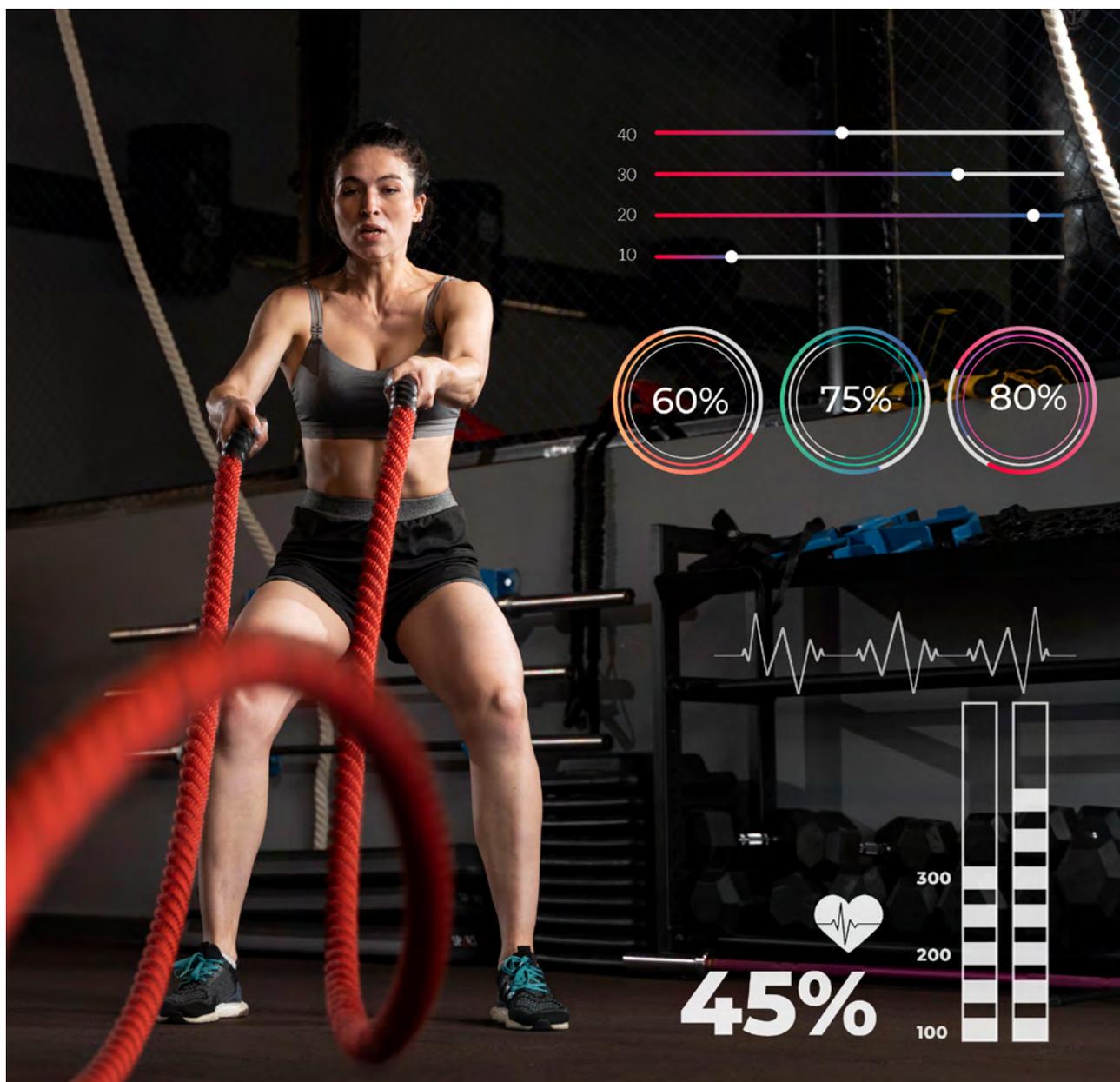
Essa característica, que pressupõe um eu ainda mais aprimorado, dialoga com a noção de *Extended Exoself* (extensão de si ampliada). Trata-se de uma ampliação de sentidos humanos por meio da tecnologia. Vale dizer que tecnologias com esse propósito já existem e são fortemente úteis em nossa rotina, como uns simples óculos ou mesmo um aparelho auditivo. Contudo, níveis mais elevados dessa relação entre humano e tecnologia são possíveis. Imaginemos, por exemplo, óculos que, além de permitirem melhor visão, possibilitem também o acesso automático a um banco de dados por meio de tecnologia de reconhecimento facial, tornando 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 transumanismo

(*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 o 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 incita novas reflexões para o âmbito da Educação Física, que nos parece passar por um momento disruptivo, constitutivo de uma cultura *fitness* digital. 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**, Rio de Janeiro, jan. 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 Sibília. **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-sibilia1/>. 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. 5 jun. 2014. Palestra. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SB1c5A7leFI>. 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, 2004.
- BOSSEWITCH, Jonah; SINNREICH, Aram. The end of forgetting: Strategic agency beyond the panopticon. **New Media & Society**, v. 15, n. 2, p. 224–242, mar. 2013.

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**, São Paulo, fev. 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**, 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. Amazonas: Universidade Estadual do Amazonas (UEA), 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: [s. n.], 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**, v. 33, n. 3, p. 448-451, 2019.

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-GOPN>. Acesso em: 09 nov. 2020.

CREF1. Smart Fit. **Conselho Regional de Educação Física Primeira Região**. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <https://cref1.org.br/rio-de-janeiro/smart-fit-cref1-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 borrarmentos 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**, 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, 2004. 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**. [S. l.: s. n.], 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**. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/Freeletics>. Acesso em: 09 nov. 2020.
- FREELETICS BRASIL - OFICIAL. **Grupo Público de Facebook “Freeletics Brasil - Oficial”**. [S. l.: s. n.], 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**. [S. l.: s. n.], 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.
- 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.
- KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- LATOURE, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.
- LEAL, Edilene Maria Carvalho. *et al.* 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>
- LEMOES, 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, 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, Bráulio Nogueira de; FRAGA, Alex Branco. Movimento quantified self: a vida fitness orientada por números. **Movimento**, v. 28, e28035, p. 1-18, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.117533>. Acesso em: 09 nov. 2011.
- OLIVEIRA, Bráulio 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, 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, 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/redecadesrs/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.

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=Gg4GHGo-qu3o>. 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_revistada-set_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.
- 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**, [s. l.], abr. 2010. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2010/05/02/magazine/02self-measurement-t.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.

Sinopse

Na contemporaneidade, muito se tem discutido sobre a disruptividade da inteligência artificial e o seu impacto em diferentes áreas. Nesse sentido, com base na Teoria Ator-Rede, proposta por Bruno Latour, esta obra toma como cerne do debate um aplicativo *fitness* que prescreve exercícios físicos com base em inteligência artificial – um “*personal trainer* digital”. Assim, o primeiro capítulo discute “quem é” o *personal trainer* digital, bem como apontamentos metodológicos para a produção desta obra. No segundo capítulo, é abordada a espetacularização *fitness*, que 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. No terceiro capítulo, é tematizada a datificação de si (conversão de si mesmo em metadados)

como 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*. Por fim, é abordado o desempenho *fitness*, que aparece de modo ubíquo, a qualquer hora e em qualquer 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, além de produzir uma culpabilização *fitness*. No último capítulo, são discutidos os principais elementos da obra, de modo que nos permite pensar novos traços de uma dada cultura *fitness* digital.

Sobre os **organizadores**



Bráulio Nogueira de Oliveira

Graduado em Educação Física (UECE), com Especialização em caráter de Residência Multiprofissional em Saúde da Família (EFSFVS/UVA) e Doutorado em Ciências do Movimento Humano (PPGCMH/UFRGS). É professor do Instituto Federal do Ceará (IFCE-Morada Nova) e do Programa de Mestrado Profissional em Educação Física em Rede Nacional (ProEF-IFCE-Caucaia), editor da Revista de Educação Física, Saúde e Esporte - Refise (IFCE), Tutor da Graduação em Educação Física da Universidade Estadual do Ceará vinculada à Universidade Aberta do Brasil (UAB/UAB) e líder do Grupo de Pesquisa Tecnologia da Informação, Saúde e Educação (TISE/IFCE).

Email: braulio.oliveira@ifce.edu.br



Alex Branco Fraga

Professor Titular da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança (ESEFID) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano (PPGCMH) da UFRGS. Editor-chefe da revista Movimento (Porto Alegre); Associate Professor (status-only) na Faculty of Kinesiology Physical Education FKPE da University of Toronto (UofT) e Advisory Board Member do Centre for Critical Qualitative Health Research (CCQHR), também na UofT.

Email: brancofraga@gmail.com