

## Quantificando o Ser

Como aplicativos de monitoramento corporal contribuem para a expressão do comportamento narcisista através da *gamificação*<sup>1</sup>

Andréa Virgínia Santos CAVALCANTE<sup>2</sup>

Universidade Federal de Alagoas – Ufal, Maceió, Alagoas

### Resumo

Apresenta-se a hipótese de que a adoção e uso extenso de aplicativos de monitoramento corporal, que são utilizados em smartphones, tablets e dispositivos vestíveis, têm estimulado a propagação de práticas de automonitoramento e divulgação de informação social, relacionando tal ato como uma expressão do comportamento narcisista. Levanta-se a hipótese de que este comportamento é estimulado através dos processos de *gamificação* utilizados pelos aplicativos e sobre os possíveis efeitos da adoção e propagação dos aplicativos deste tipo para os processos de construção identitária, o gerenciamento de impressões sociais e a noção sobre vigilância cibernética.

**Palavras-chave:** Comportamento; Comunicação; Marketing; Redes Sociais.

### Introdução

A qualidade do sono, a quantidade de passos que você dá em um dia, de calorias que ingere, de lugares que frequenta, de vezes em que você consome determinado produto, tudo hoje pode ser quantificado, para isto basta possuir o aplicativo correto, preencher alguns questionários na tela e com dois toques, o mundo inteiro pode descobrir seus dados minuciosos de comportamento. Há quem interessa estes dados? De qual forma saber em detalhes estes padrões altera o comportamento daqueles que são informados/observados?

Tal questionamento se faz pertinente ao constatar aspectos destes aplicativos que podem condicionar as práticas de busca por informação social e automonitoramento, com consequências para os processos de vigilância, memória, gerenciamento de impressões e construção identitária.

O acompanhamento de microdados vitais e, conseqüentemente, o compartilhamento destes, é capaz de alterar o comportamento do usuário é necessário pontuar que tal comportamento não seria possível sem o desenvolvimento das tecnologias móveis. Equipamentos como smartphones, tablets e dispositivos vestíveis (wearable devices) tornam possível o acompanhamento em tempo integral das atividades corporais uma vez

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 6 – Intercom Júnior: Interfaces Comunicacionais – do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 07 a 09 de julho de 2016

<sup>2</sup> Autora; Relações Públicas e Jornalista graduada pela Ufal, e-mail: shadeandrea@gmail.com Sob orientação do professor da Ufal Dr<sup>a</sup> Ronaldo Bispo.

que permitem que as pessoas estejam em um estado de conexão permanente, que facilita o consumo e a produção de informação em “tempo real”, alterando os processos comunicativos e as dinâmicas relacionais contemporâneas (OIKAWA, 2012). Origina-se daí a importância das pesquisas em Comunicação se voltarem para os diversos aspectos deste atual contexto de ubiquidade, já que, com a comunicação cada vez mais móvel e menos confinada em lugares fixos, os fluxos de signos e de informações se aceleram, afetando nossos processos cognitivos, afetivos e sociais.

### **Os aplicativos em redes móveis e comportamento de monitoramento**

Como lembra Santaella (2013, p. 136), antes da popularização das mídias móveis e das redes sem fio, a entrada no ciberespaço era precedida de rituais que implicavam em ter que “[...] chegar em casa ou no escritório, ligar o desktop ou laptop, esperar a conexão para poder navegar pelas infovias ou se comunicar com nossos pares ou ímpares, em pontos dispersos do planeta”. Por conta desses rituais, muitas vezes demorados e desgastantes, tornou-se comum a circulação de discursos que demarcavam, de forma muito clara, os espaços on-line e off-line e que resultaram em uma oposição equivocada entre o virtual e o real. A emergência de tecnologias como tablets e smartphones possibilitou a abolição desse tipo de ritual, permitindo a nossa livre circulação tanto no espaço ciber, quanto no próprio espaço físico onde se encontram os nossos corpos.

Sob o discurso da conectividade constante, a qualquer tempo e lugar, os equipamentos de tecnologia móvel (tablets, smartbands e smartwatches) promovem a cultura do contato constante e estas tecnointerações terminam por alterar as práticas socioculturais nos ambientes familiares, de trabalho, de lazer e de sociabilidade.

Nesse aspecto, o uso do hardware não é o único meio responsável pela transformação, há também – e principalmente – a adoção dos softwares (programas) que neste contexto de mobilidade são chamados de aplicativos (apps). Nesta dissertação, a análise recai sobre os aplicativos de monitoramento do corpo, que são capazes de “traduzir” dados fisiológicos e comportamentais em informações, dados, tabelas e escalas, tornando evidente a relevância de se trazer o corpo para o centro das discussões.

Um exemplo deste tipo de aplicativo, e de como ele atua na transformação comportamental, é o Stress Check, este app é capaz de medir os batimentos cardíacos da pessoa ao colocar o dedo na lente da câmera e, cruzando-se esses dados com informações

sobre sexo e idade, oferece algumas sugestões imediatas para diminuir a tensão, desde respirar profundamente até uma pausa no trabalho para dar uma caminhada. Além de apps para monitorar o estresse, há aqueles voltados para o controle dos níveis de glicose no sangue, período menstrual, atividade sexual, qualidade do sono, nível de exercício entre diversas outras atividades.

É devido ao advento e crescimento do uso de aplicativos como este que surgem iniciativas como o Quantified Selves (QSs) – grupo dedicado ao automonitoramento de hábitos diários, que, por meio de variados tipos de hardwares e softwares, tentam descobrir “tendências e correlações sobre seu comportamento e sua saúde a partir do armazenamento de diversos conjuntos de indicadores que permitem monitorar uma infinidade de condições”, de doenças crônicas à qualidade do humor (NASCIMENTO; BRUNO, 2013, p.2).

Para Nascimento e Bruno (2013), esse tipo de automonitoramento proposto pelo QSs se configura como uma nova forma das “práticas de si”, porém, com uma diferença fundamental daquelas praticadas na antiguidade, pois “[...] faz da delegação ao dispositivo técnico a via régia do contato consigo. Um outro diálogo entre interioridade e exterioridade se produz, bem como uma forma específica de relação com o conhecimento especializado” (NASCIMENTO; BRUNO, 2013, p. 18). Assim, as autoras defendem que essa forma de autoconhecimento vem impregnada com os discursos da biomedicina, nos quais o “eu” passa a ser traduzido em indicadores, reverberando a ideia de que o que pode ser medido pode ser aperfeiçoado (NASCIMENTO; BRUNO, 2013).

A emergência dessas questões relativas à noção de *embodiment*<sup>3</sup> exige novas reflexões acerca da produção e compartilhamento de dados e seus efeitos na noção de *self*<sup>4</sup> e é importante também a percepção de que há diferenças importantes se compararmos o monitoramento de dados sobre doenças crônicas ou qualidade do sono e monitoramentos voltados para atividades físicas ou controle da dieta, por exemplo, na medida em que o compartilhamento dos dados nas redes sociais digitais pode influenciar diretamente os resultados apresentados, uma vez que possibilitam a outros indivíduos comentarem, opinarem, observarem e até mesmo intervirem sobre estes dados.

---

<sup>3</sup>O termo *embodiment* não tem uma tradução exata para o português, aparecendo na literatura teatral como “incorporação” ou “encarnação” - termos que caíram em desuso. A palavra *embodiment* se refere a tornar algo físico ou corporificar.

<sup>4</sup>William James, um dos pais da psicologia, distingue em 1892 entre o “eu”, como a instância interna conhecedora (I as knower), e o “si mesmo”, como o conhecimento que o indivíduo tem sobre si próprio (self as known). Esse conhecimento que o “eu” tem sobre “si mesmo” tem dois aspectos distintos: um aspecto descritivo chamado autoimagem e um aspecto valorativo, a autoestima.

Um exemplo desta produção de influência do outro (e sobre o outro) e de como isto influi na vivência do usuário é o aplicativo para corrida Nike + (lê-se Nike plus). O app monitora as corridas realizadas pelo usuário e armazena dados do treino, que podem ser compartilhados nas redes sociais digitais no momento em que se corre, enquanto o exercício é realizado o aplicativo oferece *feedbacks* auditivos sobre o desempenho do corredor, como velocidade, distância percorrida, ritmo médio e calorias gastas etc. Um dos recursos disponíveis pelo aplicativo é que, caso o usuário se conecte ao Facebook, cada vez que alguém “curte” o seu desempenho na corrida, o aplicativo gera um feedback auditivo: o corredor ouve palmas de incentivo. Esta influência digital do outro, acaba afetando o corpo daquele que está se exercitando. Em outras palavras, o seguidor do Facebook que “aplaude” o desempenho do corredor, produz efeitos imediatos sobre sua corporalidade.

Tais aplicativos atuam como canais que proporcionam informação social e promovem a consolidação de dois aspectos comportamentais complementares: Por um lado, promove a compreensão e formação da identidade pessoal, por outro atua no sentido de promoção desta identidade para a sociedade. Em um plano atua na construção do *self*, e em outro plano, atua na satisfação do comportamento narcisístico de promoção da identidade pessoal para um determinado grupo social. Entram neste contexto, como necessárias, as discussões acerca da privacidade, da espetacularização do ser e da vigilância líquida.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. (JENKINS, 2009, p. 30)

### **A expressão do comportamento narcisista**

O *Eu* que se traduz em indicadores e o que se pode medir – numérica e tecnologicamente – se pode aperfeiçoar. Através dos aplicativos de medição comportamental a prática da contabilização de si se torna cada vez mais presente e, em certa medida, ela reverbera preocupações historicamente familiares sobre como devemos, afinal, viver nossas vidas. Esta busca por forjar – para si – verdades que orientem a existência implica em questionamentos sobre quem devemos ser e sobre como podemos nos aperfeiçoar, seja na relação com nosso corpo, seja com nossa saúde ou mesmo no desenvolvimento das virtudes da alma.

Através dos dados que são extraídos dos aplicativos o usuário constrói narrativas simbólicas e estéticas de si mesmos e estas representam uma nova forma de circunscrever o cuidado e a atenção a si, que articulam a) o registro; b) a leitura – muitas vezes em tempo real e c) a análise de indicadores monitorados em nome de um bem-estar global e do alcance de performances cada vez melhores nos diversos setores de nossas vidas.

Se faz necessário notar que não chegamos a essa prática simplesmente com a criação de aplicativos de medição comportamental, estes são um reflexo de intrincadas formas de comportamento social que, com o advento e popularização do espaço digital, se tornaram livres para serem divulgadas e são possíveis graças às tecnologias portáteis, que permitem práticas de automonitoramento com feedbacks instantâneos e possuem interfaces “amigáveis” o bastante para que a produção de informação ocorra de forma constante.

É preciso salientar que a objetificação de si e a necessidade de exposição social são características humanas presentes e estudadas há muito tempo e intrincadas na definição do *Self*. O processo de estetização da vida cotidiana tem relação direta com a construção de padrões de identidade e o compartilhamento de informações pessoais é uma das formas de expressão do indivíduo no âmbito da cultura digital, característica esta que fica evidente nas práticas de construção de perfis pessoais em redes sociais. Esse compartilhamento de informações sobre si atua no sentido de construção de um ethos discursivo que, dentro destes ambientes digitais, legitima a individualidade do ser.

Para Bourdieu (Apud RECUERO, 2009) esta construção do perfil se traduz em capital social e é relativo aos recursos efetivos, ou potenciais, adquiridos nas relações sociais e que encerram um sentido de reconhecimento mútuo entre as partes de uma rede social e tem como consequência o sentimento de pertencimento a grupos valorizados positivamente.

Corroborando com uma tendência da contemporaneidade (e característica principal da cibercultura) que reside na “atualização permanente – e sempre recente – das informações, por meio de fragmentos de conteúdo adicionados a todo o momento” (SIBÍLIA, 2008, p. 116), os indivíduos produzem e compartilham conteúdo com o objetivo de construir a sua imagem de si, ou seja, aquela instância subjetiva que confere autoridade ao autor do enunciado. Isto é, no ato da comunicação, o enunciador busca mostrar ao seu interlocutor os traços de caráter que a ele trazem boa impressão. Assim, como afirma Roland Barthes (1966, p. 212): “o orador enuncia uma informação, e ao mesmo tempo diz: eu sou isto, eu não sou aquilo”.

Tal comportamento social aliado a outros referenciais socioculturais e simbólicos, serve ao indivíduo como matéria-prima para a construção da sua subjetividade no ciberespaço, corroborando sua identificação a gostos que atestam a suposta veracidade do arquétipo<sup>5</sup> que deseja representar e, importante ressaltar, que é este comportamento que atende ao que configura-se como Narcisístico.

Em resumo, todos os usuários (re)produzem a sua fachada social e esperam ser acreditados a partir de estratégias discursivas que corroboram o ethos que desejam representar e o seu capital social dentro do grupo, de tal forma que a objetivação de si e a divulgação destas informações fazem parte da formação do Ethos digital e também do pessoal, sendo os dois verdadeiros e faces de um único indivíduo.

E, ao contrário do que possa parecer, tal prática não é recente, como registrado por Foucault (Ibidem, p. 152), as formas de objetivação de si já eram relacionadas nos textos de Epicteto<sup>6</sup> na época imperial.

O meu dia de hoje pertence-me, ninguém me roubou um bocadinho que fosse: todo ele foi dividido entre o leito e a leitura. Os exercícios físicos ocuparam uma parcela mínima (...). Depois da corrida, que foi mais estafadeira que o exercício, meti-me na água fria, nome que em minha casa se dá à água morna (...). A seguir do banho, um pouco de pão seco, uma ligeira refeição, mesmo em pé, daquelas que não obrigam a ir lavar as mãos. Durmo muito pouco. Tu conheces o meu hábito: basta um breve sono para repousar (...). Vou dizer-te agora em que problema ocupei o meu espírito. (Sêneca, Cartas a Lucílio).

Para o autor (Ibidem, p. 157), a prática estaria associada à necessidade de submeter-se ao olhar do outro: enunciar o que se é implicaria envergonhar-se das próprias falhas, reforçando o comprometimento de afastar as fraquezas e enobrecer do espírito.

A escrita articulária, portanto, formas complementares de visibilidade: ela seria um mostrar-se ao outro que permitiria o conhecimento de si.

Dessa forma, os atos de quantificar-se e divulgar sobre si mesmo, são anteriores ao desenvolvimento das tecnologias digitais, mas estas, atuam no sentido de preservação destes comportamentos e, muitas vezes, de forma quase que imperceptível aos usuários, de forma que uma destas estratégias midiáticas para promover a perpetuação deste comportamento narcisístico é a *gamificação*.

---

<sup>5</sup> “O arquétipo é essencialmente um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção, assumindo matizes que variam de acordo com a consciência individual na qual se manifesta.” (JUNG, 2000, Pág. 16-17)

<sup>6</sup> Filósofo grego estóico, que viveu grande parte de sua vida em Roma no período da Antiguidade. (Século 3 a.C.)

## **A gamificação da vida como forma de expressão do comportamento narcisístico.**

Gamificação é um neologismo de língua inglesa, resultado da fusão do substantivo *game* (jogo) com um sufixo que modifica a palavra ao qual está atrelado, designando o ato de ‘transformar em’ (nesse caso, transformar em jogo<sup>7</sup>) e diz respeito ao comportamento midiático de usar mecânicas lúdicas (como pontos, barra de progressão, níveis, troféus, desafios etc.) para estimular a realização de atividades que não são jogos. O termo foi utilizado pela primeira vez em 2003 pela empresa inglesa Conundra, com a promessa de mesclar entretenimento e experiência de compra, porém empresa não obteve muito sucesso com a proposta, mas a ideia de *gamification* perdurou e ganhou força na mídia a partir de 2010.

Tal conceito tem sido estimulado pela indústria cultural para promover o contato do usuário com a Experiência de marca. No caso dos aplicativos de medição corpórea, os dados extraídos do software são contabilizados na forma de pontos, que serão atrelados a progressos, níveis, desafios etc. Um exemplo deste funcionamento é a pulseira da Nike, referenciada anteriormente. Há no funcionamento deste equipamento um componente fundamental para entendermos sua interface com os usuários: a linguagem lúdica e a dinâmica de entretenimento que a marca utiliza. Ao permitir que os dados do usuário capturados pela pulseira possam ser transmitidos para um site de rede social digital o dispositivo incentiva ao consumidor estabelecer metas a serem superadas, realizar um comparativo do seu desempenho em relação ao de atletas ou de outros usuários da rede. Além disto, ao praticar exercícios e cumprir metas de quilômetros percorridos, o usuário recebe como recompensa alguns elementos típicos do universo dos *games*, por exemplo, posições em rankings, troféus virtuais e medalhas de missão cumprida. Desta forma, ficam evidentes os elementos de *gamification* e como eles formam uma conexão entre o usuário e o dispositivo por meio das lógicas do entretenimento.

Em sua obra, Castells (2009, p. 135) defende que o entretenimento é a lógica hegemônica nos meios de comunicação contemporâneos e, no exemplo acima, o comportamento narcisístico – a vontade de mostrar a si mesmo e aos outros um resultado de destaque – é estimulado através da inocência de uma competição amistosa, de um jogo, transformando a rotina diária destes usuários. A velocidade atingida, a distância percorrida, a quantidade de exercícios realizados e a superação pessoal são atividades realizadas fora

---

<sup>7</sup> Se traduzido de forma literal para o português, o neologismo seria algo como *jogorização* ou *joguificação*.

“do mundo cibernético” que têm impacto corpóreo no usuário, promovendo estímulo para que este se exercite mais, mais rápido e mais vezes. Os impactos deste estímulo sobre o físico e o psicológico deste usuário não serão abordados neste estudo, porém são evidentes que podem acarretar benefícios e malefícios à saúde pessoal.

A evolução dos sistemas de geolocalização também provocaram mudanças no sistema de recolhimento de dados do usuário. Buscando a fidelidade dos dados, muitos dos aplicativos de medição comportamental passaram a se utilizar de sistemas de GPS e da medição da pressão sanguínea ou batimento cardíaco para monitorar os passos do usuário, promovendo assim uma vigilância constante de onde ele está e como está se sentindo. Mais do que perguntar (e esperar pelo preenchimento dos dados pelo usuário), estes novos aplicativos fazem sozinhos o acompanhamento do usuário. Um exemplo desta evolução é o aplicativo para Foursquare, lançado em 2009, o programa disponibilizava aos usuários a possibilidade de consultarem informações sobre os locais próximos ao ponto onde estivessem, através de mecanismos de geolocalização o usuário sinalizava sua posição e recebia uma lista de lugares e comentários deixados por outros usuários sobre estabelecimentos visitados, próximos ou pesquisados.

A gamificação acontecia ao através dos pontos por *check-in*<sup>8</sup>, que tornava as visitas aos locais visíveis aos outros participantes por meio do próprio aplicativo ou em ambientes de redes sociais digitais como o Facebook ou Twitter. Quanto mais deslocamentos e *check-ins*, maior o uso do aplicativo e mais pontos e prêmios o usuário conquista. Com o avanço da tecnologia<sup>9</sup> de vigilância dos usuários o aplicativo passou a não mais esperar que o usuário registre o local onde está, ele próprio consegue determinar a localização do usuário e sugerir a este o *check-in*. Ou seja, mesmo que o usuário não deseje participar do jogo naquele instante, o aplicativo tem ciência de onde o usuário esteve, quais caminhos percorreu e por quanto tempo esteve em cada local. Exemplificação evidente do conceito de vigilância.

### **A Ágora moderna e a vigilância social**

Bauman (2008) alega que as fronteiras entre o ambiente público e privado se diluem gerando uma exposição da vida privada. Paula Sibilia (2008) verifica-se que a visibilidade é

<sup>8</sup> Termo inglês que remete ao ato de dar entrada, abrir uma conta, confirmar presença em um local, registrar-se ou pedir o início de algum tipo de processo.

<sup>9</sup> Em maio de 2014 o Foursquare anunciou a divisão do aplicativo em dois, dando origem ao aplicativo chamado Swarm, que permite fazer *check-ins* e acompanhar automaticamente o que os amigos estão fazendo.

um ponto de descontinuidade dos antigos diários íntimos, que registravam o dia a dia, em confronto com um desejo de exibição e de falar de si, no seu entender, o ideal de uma essência íntima que devia ser protegida com pudor foi suplantado de tal forma que na contemporaneidade a identidade pessoal é construída a partir daquilo que mostramos ou tornamos visível na relação com os nossos pares.

Para Trivinho (2011) o imperativo da visibilidade mediática caminha associado a um desejo do único: “A intenção de parodiar a absolutilidade solar, de *brilhar* ou *reinar*, por tempo relativo, em determinado diâmetro de interações, prevalece no anseio por visibilidade no reduto virtual.” (p. 123) e configura-se como uma expressão do comportamento narcisista.

Todas as atividades que são registrados através dos aplicativos de medição comportamental são estimulados a serem divulgados, publicizados, transformando as redes sociais num grande espaço de exposição pessoal, uma versão contemporânea da ágora helênica.

[As redes sociais] É onde as massas assistem, participam, telefonam, enviam perguntas, mensagens etc. Algo semelhante ao que se fazia na antiga Ágora. Ao olharmos para isso, vemos que eles não estão discutindo os nossos interesses compartilhados, não estão discutindo o bem-estar da sociedade, eles não estão discutindo sobre o que precisa ser feito para abolir e reparar os problemas que todos nós sofremos na sociedade atual. Eles apenas confessam, em última análise, os problemas privados individuais e bastante íntimos (...) Então, a Ágora foi conquistada, não pelos regimes totalitários, mas exatamente pela privacidade, por coisas que anteriormente eram privadas (Zygmunt Bauman<sup>10</sup>, 2014)

Para Bauman (2013, p. 19) “não somente os cidadãos, mas todos nós, por todo o espectro dos papéis que desempenhamos na vida cotidiana, somos permanentemente checados, monitorados testados, avaliados, apreciados e julgados”.

De forma que a vigilância constante da sociedade e as questões sobre o anonimato, confidencialidade e privacidade se intensificam e são uma dimensão-chave do mundo moderno, em constante mutação, e assumindo novas e significativas formas no mundo pós-moderno, principalmente em seu disfarce da segurança. O pós-panóptico, baseado em processamento de informações através destes aplicativos, permite uma nova transparência que, segundo o autor, se intensifica na medida em que incentivamos a exposição e deixa o usuário suscetível às opiniões dos outros integrantes da “ágora contemporânea”.

---

<sup>10</sup> Entrevista de Zygmunt Bauman concedida aos organizadores da série Fronteiras do Pensamento disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=POZcBNo-D4A>>. Último acesso em maio 2016

Para Mayer-Schonberger (2009), entretanto, essa cultura do armazenamento é prejudicial para os humanos. Entre os fatores relacionados estão a vigilância governamental (de forma que infrações, descontextualizadas, permanecem rastreáveis e suscetíveis a análises) e também uma possível perda do conceito de desenvolvimento pessoal, afinal, é inerente ao ser humano a mudança de opinião, nesse caso, opiniões sobre questões morais, por exemplo, estariam ameaçadas porque afirmações feitas no passado permaneceriam acessíveis a todo tempo e para todos os indivíduos.

### **Conclusões finais**

Podemos perceber através destas reflexões que a concepção de vigilância é tão heterogênea quanto a própria rede e reforça a necessidade de estudos para promover o entendimento das diversas concepções, aplicações, benefício e malefícios sociais, de forma que podemos observar esta heterogeneidade como indicadora da importância da investigação de práticas emergentes, como as dos aplicativos analisados por esta dissertação.

Ressalta-se que a manifestação do comportamento narcisista não é uma prática nova, assim como o automonitoramento, porém a intervenção possibilitada através dos aplicativos mostra-se como um meio facilitador para a expressão destes comportamentos e capaz de potencializar os possíveis efeitos dessa forma de expressar-se e de compreender a si mesmo.

Apesar de não ser possível adiantar os efeitos das intervenções que a constante divulgação proveniente do compartilhamento e monitoramento dos dados coletados através dos aplicativos de monitoramento comportamental, acredita-se que, como prática emergente, tal comportamento merece ser observado mais de perto, tanto sob a ótica da Psicologia, quanto da Comunicação, de tal modo que possamos compreender o como tais inventos atendem à saciedade de expressão do *self* e quais relações derivam desse agir, já que os demasiados exemplos de mau uso dos poderes de vigilância e de intervenção (bullying) no comportamento conotativo do indivíduo são frequentes e seus efeitos negativos sobre a formação da personalidade são amplamente notificados.

## REFERÊNCIAS

BIEGING, Patricia; BUSARELLO, Raul Inácio, ULBRICHT, Vânia Ribas. **Narrativas transmidiáticas**: reflexões sobre subjetividades no produto cultural Hannah Montana. In: Congresso Panamericano de Comunicação, n. 7, pp. 1-15, 2010

FELINTO, Erick.; PEREIRA, Vinicius. A. **A vida dos objetos**: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. Revista Contemporânea, Salvador, v.3, n.1, 2005, pp. 75-94

FOUCAULT, Michel. **A escrita de si**. In: O que é um autor? Lisboa: Passagens. 1992. pp.129-160

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. pp. 25-51 e pp. 132-179

LEMO, André. Mídias locativas e territórios informacionais. In: SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila (eds). **Estéticas Tecnológicas**: novos modos de sentir. São Paulo: EDUC, 2007, pp. 207-230.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1979.

NASCIMENTO, L.; BRUNO, F. **Quantified Selves**: contar, monitorar e conhecer a si mesmo através dos números. In: XXII Compós, 2013, Salvador. Anais... Salvador: UFBA, 2013.

OIKAWA, E. **Qualidade de Vida na Palma da Mão**: Tecnologias Móveis Digitais, Vigilância e Visibilidade na Busca pelo Bem-estar. In: VI Simpósio Nacional da ABCiber, Novo Hamburgo. Anais, 2012.

SANTAELLA, L. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **Mídias Locativas**: a internet móvel de lugares e coisas. Revista Famecos, Porto Alegre, n.35, 2008, p. 95-101.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SÉNECA, L. A. **Cartas a Lucílio**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 1991

ZANETTI, Daniela. **A cultura do compartilhamento e a reprodutibilidade dos conteúdos**. 2011.