

Aplicativos e emoções: a quantificação da felicidade¹

Elaine da Silveira Leite (UFPeI/RS/Brasil)²

Palavras-chave: aplicativos digitais; autoajuda; trabalho emocional; felicidade.

1. Introdução

O presente estudo aborda o advento dos aplicativos digitais de autoajuda que visam promover o bem-estar psicológico e emocional. A maioria destes aplicativos são pautados pelo princípio da psicologia positiva, que garantem estimular o crescimento pessoal e melhorar as habilidades emocionais através de um dispositivo neutro (aplicativo) que alimenta-se de dados diários do “eu”, isto é, estimulam práticas de automonitoramento constante, e fornecem gráficos e indicadores que possibilitam a visualização de um “eu exato”.

Deste modo, consideramos aplicativos de autoajuda, conforme Mazzili (2019), aqueles aplicativos móveis que visam fornecer uma instrumentalização tecnológica de superação individual, pautados pelo discurso do crescimento pessoal, autonomia, positividade e autoempreendedorismo; assim, quantificam o processo de superação ofertando novas metas e desafios para seus usuários, mantendo-os sempre engajados.

O uso destes aplicativos vem aumentando na mesma intensidade em que a internet e o celular passam a fazer parte da vida cotidiana dos brasileiros. De acordo com Nascimento (2014), a utilização desses aplicativos móveis que estão em nossos celulares, e são carregados juntamente a nossos corpos, nos leva a refletir sobre “a emergência de uma nova forma de objetivação de si” (Nascimento, 2014: 11.), já que é possível o automonitoramento constante de nossa vida, isto é, os aplicativos são usados “para quantificar indicadores comportamentais e biométricos: peso, número de passos dados em um determinado dia, oscilações de humor, níveis de estresse e felicidade, qualidade do sono, gasto e ingestão de calorias, performance física e mental” (Nascimento, 2014: 11).

Segundo Nascimento (2014), tais aplicativos de automonitoramento estão em sintonia com um movimento chamado Quantified Self movement que tem como lema

¹ Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022.

² Este trabalho em construção faz parte do projeto de pesquisa Ressignificando a economia: moralidades, orçamentos e práticas econômicas cotidianas, referente a Bolsa Produtividade em Pesquisa do CNPq - Nível 2.

promover o autoconhecimento via números; isto é, a tecnologia é incorporada no dia-a-dia com o objetivo de produzir dados sobre vários aspectos da vida. Conforme Nascimento (2014), trata-se de um movimento originado em 2008 em São Francisco nos Estados Unidos, e tem como lema a:

(...) busca do autoconhecimento através dos números, *i.e.*, a prática estruturada e organizada do automonitoramento como forma de conhecer a si e agir mais efetivamente no mundo. O grupo congrega interesses variados: não se restringe àqueles interessados em perder peso ou melhorar seu condicionamento físico e não se limita aos doentes que necessitam monitorar alguma condição crônica. Empregar melhor o tempo, controlar melhor as emoções, dormir melhor, manter uma dieta adequada – enfim, qualquer intervenção ou experimentação capaz de fazer os indivíduos mais saudáveis, felizes e produtivos aparece no amplo escopo deste movimento (Nascimento, 2014: 12).

Como enfatiza Pierre Levy (2021), nossa sociedade está se tornando datacêntrica, ou seja, “nossas comunicações – tanto transmitem quanto são receptoras de dados – baseiam-se em uma infraestrutura cada vez mais complexa de manipulação automática de símbolos”³. Neste sentido, segundo Sanatta e Abramovay (2019), neste mundo em que prevalecem as empresas digitais, as informações advindas dos indivíduos não são resultados de pesquisas de opinião – já que tais dispositivos produzem uma quantidade de dados que permitem que se antecipem os desejos das pessoas e, assim, ampliam as possibilidades de exercer influência sobre nossas escolhas. Isto é, nota-se que a lógica dos algoritmos passa a direcionar as opções dos usuários/consumidores.

Aplicativos de monitoramento de saúde existem há algum tempo; entretanto, os mais populares no Brasil são os aplicativos “fitness” sobre queima de calorias, índices de gorduras, e aqueles que calculam os passos diários (Nascimento, 2014), assim, o mercado de aplicativos de automonitoramento se legitima, a princípio, via o uso de aparelhos eletrônicos para registrar desde a taxa de açúcar e gordura no sangue à pressão arterial, padrões de sono, perda de peso, controle da dieta, etc. (Nascimento, 2014). Sugerem, portanto, que a partir do automonitoramento, as pessoas busquem mudanças de hábitos/rotinas, visando que o usuário/consumidor conquiste indicadores de alta performance de bem-estar, visível na tela do celular

Deste modo, os aplicativos surgem relacionados à esfera da saúde; mas passam a ganhar espaços nas áreas de autoconhecimento, mindfulness, de desenvolvimento pessoal, controle emocional, redução de stress (Nascimento, 2014; Mazzili, 2019). Este

³In: <https://ateliadedhumanidades.com/2021/01/07/fios-do-tempo-o-medium-algoritmico-por-pierre-levy/>

mercado em ascensão, de certa forma, foi intensificado pela pandemia do Covid-19, já que muitas pessoas buscaram monitorar os sintomas, bem como a qualidade de vida mais constantemente, e, assim, passaram a consumir os mais diversos aplicativos.

Entretanto, podemos notar que a ascensão destes aplicativos, conforme Illouz e Cabanas (2019), também estão associados à onipresença da felicidade em nossas vidas – “(...) a felicidade está em toda parte: na televisão e no rádio, nos livros e em revistas, no ginásio, em conselhos de dieta, no hospital, no trabalho, nas forças armadas, nas escolas, na faculdade, no tecnologia, na rede, nos esportes, em casa, na política” (Illouz e Cabanas, 2019: 12, tradução nossa). Tais aplicativos de autoajuda, enfatizam a centralidade da felicidade como bem-estar, nos condicionando a entender que a felicidade, faz parte das pessoas bem ajustadas, aquelas que são eficientes e bem-sucedidas na vida como um todo, como consequência, as pessoas que não são felizes passam a ser consideradas desajustadas mental e fisicamente (Illouz e Cabanas, 2019).

As primeiras evidências deste trabalho, portanto, são resultados de uma pesquisa de inspiração etnográfica no aplicativo Happify. O aplicativo projeta gráficos e indicadores do nível da felicidade via inserção diária de informações pessoais sobre a frequência de sentimentos como alegria/tristeza, solidão, irritação, autorrealização, e satisfação/insatisfação seja nos âmbitos pessoal, afetivo e profissional.

Inspirados pela sociologia econômica e das emoções, as evidências preliminares apontam que a felicidade é resultado de habilidades pessoais/psíquicas que perpassam pela materialização em números e estatísticas de fatores como saborear, agradecer, almejar, dar e empatizar – que são indicadores da felicidade no referido aplicativo. Deste modo, tais evidências nos levam a discutir, de modo geral, a sociabilidade via aplicativos, o consumo de dados da quantificação das emoções e da felicidade e os impactos do automonitoramento do “eu” na sociabilidade cotidiana, mediada por algoritmos, e, como consequência tem-se uma sobrecarga da gestão do eu, resultado da intensificação do trabalho emocional (Hochschild, 2012) e relacional (Zelizer, 2005) para a construção da autorepresentação individual mediada por máquinas digitais (Fourcade; Johns, 2020; Fourcade; Burrell, 2021).

Este artigo está dividido em três partes, além desta introdução, o próximo capítulo apresenta uma revisão da literatura sobre as técnicas de autoajuda somada a uma discussão sobre a proeminência dos aplicativos na constituição do eu, mediado pela lógica dos algoritmos; e, em seguida breves considerações finais sobre esta pesquisa.

2. Autoajuda, aplicativos, emoções quantificadas

No Brasil, a internet é utilizada em 82,7% dos domicílios, chegando a oito em cada dez domicílios, e 98,6% acessam a internet por meio de celular⁴. Tais dados nos levam a refletir que, cada vez mais, estamos imersos em sociabilidades com a intermediação das máquinas digitais; isto é, vivemos online, seja nas esferas do trabalho, lazer, amor, compras, espiritualidade ou política, conforme (Fourcade; Johns, 2020; Fourcade; Burrell, 2021) passamos a aprender com a máquina, e ela também passa a nos conhecer; e, no caso específico dos aplicativos, a máquina nos devolve um dado visível e quantificado do “eu”.

Aqui os trabalhos de (Fourcade; Johns, 2020; Fourcade; Burrell, 2021) enfatizam sobre a prevalência das máquinas digitais e dos algoritmos, marcados pela otimização matemática, ou seja, pela lógica atuarial, que passa a dar legitimidade a classificação ordinal que adentra por domínios tão variados seja na área da educação, medicina, crédito e finanças e da justiça criminal (Fourcade; Burrell, 2021). Assim, os referidos trabalhos nos ajudam a refletir sobre como a lógica algorítmica está transformando a maneira como as pessoas interagem, associam e pensam.

Para este trabalho, nosso foco são os aplicativos que prometem bem-estar, especificamente aqueles que tratam da felicidade. Ou seja, as informações extraídas do percurso etnográfico no Happify, serve como tipo ideal (cf. Weber, 1991) ao fornecer elementos heurísticos para pensar, de modo geral, sobre o universo de dispositivos de autoajuda e a relação com os usuários que são motivados a buscar crescimento pessoal, bem-estar para atingir a felicidade; isto é, via um dispositivo tido como neutro (aplicativo) que alimenta-se de dados diários do “eu” (usuário), estimulando práticas de automonitoramento, e como resultado fornecem indicadores que possibilitam a visualização do “eu” em números – uma imagem do eu, do bem-estar, da felicidade otimizada de modo ordinal (cf. Fourcade; Johns, 2020).

Aqui uma retroalimentação de dados, na qual ao fornecer informações, a máquina nos apreende e desenvolve conhecimentos do nosso eu – como uma reciprocidade, que de acordo com Fourcade e Johns (2020) este universo evoca uma reciprocidade gratuita e dadivosa entre usuário e máquina.

⁴ Dados referente a pesquisa Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC” IBGE de 2019. In: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>

Estes aplicativos/dispositivos de autoajuda geralmente categorizados como de desenvolvimento pessoal expressam que são instrumentos no auxílio de um processo de superação individual, que de certa forma, funcionam como uma terapia de bolso ou guiada – expressões que geralmente são utilizadas na definição dos aplicativos, os quais buscam se legitimar pela esfera da ciência, em especial, pela psicologia positiva, uma associação entre terapia e positividade.

Como já apresentado em trabalhos anteriores em Leite (2019), o mercado editorial da autoajuda, desde o século XIX já associava práticas terapêuticas e pensamento positivo, e mobilizava técnicas de autocontrole (reprogramação cerebral), isto é, automonitoramento (analógico) direcionadas ao indivíduo para que ele possa superar problemas advindos das esferas – profissional, econômica, sentimental ou familiar.

Nesse percurso, a partir do século XX, a autoajuda se fortalece como prática terapêutica ligada à psicologia, de acordo com Castel (1987), estas terapias promovem uma visão do homem através da qual ele concebe a si próprio como possuidor de uma espécie de capital, capaz de gerar, para dele extrair, uma certa mais-valia de gozo e de capacidades relacionais. Assim, para Castel, a psicologia passa a representar um papel homólogo ao da cirurgia estética, cuja finalidade é menos reparar os corpos do que lhes proporcionar a mais-valia da harmonia e da beleza (Castel, 1987: 168).

A partir da associação das técnicas de autoajuda e das práticas terapêuticas, consolidam-se métodos direcionados para os indivíduos se adaptarem e resolverem os problemas surgidos com as alterações do mundo do trabalho e com a modernidade. É neste espaço, segundo Jacoby (1977), que as terapias passam a ser vendidas e consumidas como produtos; as teorias e métodos utilizam a marca da autoridade científica e são transformadas em palestras, cursos, workshops e livros. Esse fenômeno oferece uma explicação plausível sobre a atual situação do indivíduo e prescreve receitas que visam transformar a situação momentânea, que é sempre de fracasso, e adequar o tempo ao ritmo que a era moderna exige. Segundo McGee (2005), tal literatura de autoajuda também se adapta à cultura do autoaperfeiçoamento e aos valores do mundo competitivo, impostos pelo mercado de trabalho, que transpõem tal ideário para o mundo da vida íntima e vice-versa (McGee, 2005:176).

Assim, a autoajuda e as práticas terapêuticas aliadas se apresentam como uma forma de salvação para os problemas do mundo contemporâneo, para “a contradição latente entre as categorias da personalidade moral e do indivíduo egoísta, transmitidas pela alta modernidade” (Rüdiger, 1996: 166). Isto posto, o referido autor argumenta que

a literatura de autoajuda constitui uma das mediações através das quais as pessoas procuram construir um eu de maneira reflexiva, gerenciando os recursos subjetivos para enfrentar os problemas trazidos pela modernidade (Rüdiger, 1996: 14).

A partir das décadas de 1960 e 1970, percebe-se que a literatura de autoajuda está visivelmente enraizada na psicologia e na terapia, suas grandes fontes de conhecimento, como elucida Bosco (2001). A psicologia torna-se popular e confunde-se com as técnicas de autoajuda e vice-versa.

Para Illouz (2003), esta indústria dá ênfase cada vez mais à vida cotidiana, que passa a ser vista como uma arena de espetáculos, principalmente entre a classe média norte-americana, que tem cultivado a vida diária como espaço para a afirmação de uma identidade positiva. Isto é, cria-se um espectro de que a identidade e a moralidade são formadas e exercidas dentro do reino da vida diária, caracterizada pela crença no valor do êxito pessoal, da dignidade intrínseca do casamento e do medo da marginalidade.

Assim, conforme Illouz e Cabanas (2019) é nos Estados Unidos que o campo da psicologia é marcado pela legitimidade da psicologia positiva, tendo como fundador Martin Seligman, que propõe um novo enfoque sobre a saúde mental, com foco na promoção do “positivo” na busca do crescimento pessoal. Neste sentido, a chave para mensurar o sucesso é a felicidade, criando o ideário de que uma pessoa feliz é mais produtiva. Illouz e Cabanas (2019) também discutem como essa noção de felicidade que abarca o bem-estar subjetivo (individual) vem substituindo a noção de Estado de Bem-Estar Social, ou seja, para ter êxito, basta que o indivíduo faça sua escolha e dedique seu tempo; assim, “ (...) para hospedar a felicidade dentro de si, há uma indústria – cursos, serviços terapêuticos e de coaches, treinamentos da força interior, literatura de autoajuda, palestras motivacionais, técnicas de meditação, aplicativos medidores de bem-estar e aconselhamentos” (Illouz e Cabanas, 2019: 145, tradução nossa).

Os aplicativos de autoajuda são pautados pelo princípio de psicologia positiva, e são dispositivos tecnológicos mais sofisticados do que os livros, guias, receitas e conselhos que caracterizavam o mercado de autoajuda até então. Com o advento dos aplicativos é possível uma interatividade entre o eu e a máquina – como consequência um autodiagnóstico, isto é, um automonitoramento que reflete um “eu exato” e visível na tela do celular, que marca o desempenho individual em gráficos – constituindo um eu comparável ao longo do tempo, bem como comparável com outras pessoas.

Tais evidências surgem do ingresso no aplicativo Happify – treinador pessoal de felicidade: “Happify é para todos - para quem está estressado ou infeliz ou para quem

está contente, mas deseja ir além deste estado de espírito - também foi projetado para aqueles que são automotivados e desejam investir tempo para aprimorar o seu bem-estar”⁵.

Pela descrição do Happify, vemos as semelhanças com as técnicas de autoajuda tradicional ao dizer que é um método para todos, bem como que é respaldado pela ciência; e, a sua eficácia vem com o testemunho das pessoas (*reviews*) que usam o aplicativo, conforme exemplifica o excerto:

Happify lhe oferece ferramentas e programas para assumir o controle do seu bem-estar emocional. Nossas técnicas comprovadas são desenvolvidas pelos principais cientistas e especialistas, que vem estudando há décadas intervenções baseadas em evidências, nos campos da psicologia positiva, mindfulness e terapia cognitivo-comportamental. 86% das pessoas que usam o Happify regularmente relatam se sentir melhor em relação à vida em 2 meses! O Happify é gratuito para baixar e usar. É uma ótima maneira de começar e descobrir por que tantas pessoas fazem o upgrade para o Happify Plus para ter acesso a muito mais⁶.

Ao ingressar no aplicativo, temos algumas definições sobre o que é felicidade – “a felicidade é um estado de espírito complexo (...), mas há habilidades que podemos ensinar a você”⁷. Aí, os artifícios típicos de autoajuda como a programação cerebral, advindo da psicologia positiva.

Em seguida, para a criação do perfil do usuário é necessário fornecer informações como: idade, gênero, formas de empregabilidade (é empregado, proprietário ou profissional liberal, por exemplo), relacionamentos/casamento, filhos (idades), meditação (horário e disponibilidade), sociabilidade (você gostaria de estar mais conectado aos outros?); assim, questões sobre o bem-estar e situações estressantes também são feitas para a criação do perfil do usuário. Vale ressaltar que para ser feliz, por exemplo, algumas questões não importam na formação do perfil, como: raça/etnia, religião, política, nacionalidade, em que país vive e em que condição vive neste país, etc.

Entretanto, a interatividade com o aplicativo vem associada à definição de que a felicidade é resultado de habilidades pessoais que perpassam por indicadores como saborear, agradecer, almejar, dar, e empatizar, os quais somam-se a forças individuais

⁵ As primeiras evidências desta pesquisa são resultados de uma etnografia (do meu eu quantificado) no aplicativo Happify entre 2020 e 2021. Aqui as informações foram traduzidas do inglês para o português, pois foi utilizada a versão em inglês do aplicativo, por ser mais completa. In: <https://www.happify.com/>.

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*.

relacionadas a fatores como perseverança, justiça e integridade – dessa combinação resulta o índice da felicidade individual.

O aplicativo projeta gráficos e indicadores do nível da felicidade via a oferta diária de informações pessoais sobre a frequência de sentimentos como alegria/tristeza, solidão, irritação, autorrealização, e satisfação/insatisfação seja nos âmbitos – pessoal, profissional e afetivo.

Deste modo, é possível acompanhar o índice da felicidade individual, e ao mesmo tempo, realizar atividades motivacionais no formato de jogo digital, como eliminar os pensamentos negativos e aprender a pensar positivamente; por exemplo, ao atacar pedras e acertar balões que sobem com atributos do que é necessário eliminar do seu cotidiano, conforme as informações positivas e negativas que são depositadas diariamente pelo usuário.

As atividades/jogos são sugeridas pelo aplicativo, e quando são cumpridas geram pontos para a elevação do índice da felicidade. Aqui vale mencionar – os tracks – os caminhos que são direcionados para os usuários realizarem programas referentes aos fatores identificados como problemáticos – obstáculos para a conquista da felicidade. O aplicativo oferece trilhas, que são programas, cursos ou atividades para os usuários realizarem, decorrentes de suas “deficiências pessoais” identificadas pela máquina. As trilhas incluem programas sobre: crescimento pessoal, família e filhos, relacionamentos, trabalho e dinheiro, mindfulness e meditação, saúde e bem-estar. Um exemplo é o programa: “Soluções para trabalhar melhor”, onde os usuários são ensinados a pensar em emoções positivas para aumentar a produtividade, reforçando a importância da concentração (meditação) como caminho para melhorar o potencial profissional.

Como reforça Illouz e Cabanas (2019), o ideal propalado é que é necessário trabalhar as atitudes, os pensamentos e as emoções positivas, deixando de lado tudo o que é negativo, conforme nos alerta também Castel (1987), afirmando-se a base da psicologia positiva do Happify.

O Happify também oferece a possibilidade de cruzar os dados emocionais quantificados com informações fisiológicas como frequência cardíaca ou padrões de sono, por meio do próprio telefone celular ou de relógios inteligentes que monitoram as atividades vitais.

O aplicativo é interativo, cada atividade requer um tipo diferente de contribuição, que vai da oferta de informações direta à máquina, bem como escrever algo como uma promessa para atingir um objetivo – elaborar uma meta; também é possível

descrever uma situação, ou mesmo assistir um vídeo preparado pela plataforma. Reforçando, ao usuário, a necessidade de mudanças de hábitos, com o intuito de que o usuário conquiste indicadores de alta performance da felicidade. Assim, nota-se que a lógica dos algoritmos está por trás da quantificação da felicidade.

Essa interação com a máquina, portanto, é bem diferente do mercado da autoajuda tradicional, já que há fornecimento de informações, realizações de atividades moldadas pelo algoritmo, produzindo como resultado algo material e visível – um indicador individual projetado via gráficos/tabelas/índices referente ao desempenho do usuário, apontando a felicidade como tangível/material.

Assim, uma importante referência para o trabalho é Foucault (2008) e o conceito de governamentalidade (neoliberal), para refletir sobre a avaliação e valoração (da vida) que resulta dos procedimentos individuais, ou seja, dessa quantificação do eu. Considerando os aplicativos como tecnologias do self, isto é, tecnologias que permitem aos indivíduos efetuar por seus próprios meios operações de autoconhecimento sobre seus próprios corpos, sentimentos, emoções e felicidade, assim, o fazem, buscando transformar-se a si mesmos, visando alcançar certo grau de perfeição, no caso, atingir o índice máximo da felicidade (Foucault, 2008).

Neste sentido, a partir do conceito de biopolítica (Foucault, 2008) também podemos discutir como os dispositivos constroem/performam pessoas, a partir de tais métricas que se apresentam como verdades ordinais (cf. Fourcade; Johns, 2020); assim, os aplicativos não são apenas uma forma de organizar a vida profissional, pessoal e afetiva do indivíduo, mas também uma forma de governo gerida pelas empresas de tecnologia digital (Sanatta e Abramovay, 2019). Assim, Fourcade e Burrell (2021) enfatiza que temos, cada vez mais, pouco controle sobre os parâmetros de nossas autorepresentações, como enfatiza o excerto abaixo:

(...) as métricas, calculadoras e ferramentas de visualização que presumivelmente contam nossa verdade pessoal não são de nossa própria confecção. Por mais imprecisas que sejam, contagens diárias de passos, ciclos menstruais, frequência cardíaca, estados, e padrões de gastos são refletidos de volta para nós, e para outras instituições (por exemplo, médicos, seguradoras, agências de assistência social) e para o mundo como prova inegável de que estamos além da autoavaliação subjetiva ou das velhas técnicas de autoapresentação analógica (Stark 2018). (Fourcade e Burrell, 2021: 228).

Neste sentido, o público dos dispositivos se mantém fiel, já que o self ideal não é um self estável, mas sim aquele que pode e deve se criar perpetuamente de novo (Illouz e Cabanas, 2019), somada a lógica de que todos nós devemos estar mudando, progredindo, melhorando ao longo de nossas vidas para obter sucesso, aqui a sintonia com a *cité* dos projetos de Boltanski e Chiapello (1997).

Assim, à medida que máquinas e pessoas aprendem umas com as outras e dão sentido umas às outras (Fourcade; Johns, 2020), tal interação tende a encorajar um esforço contínuo para a auto-otimização ordinal da vida (Fourcade; Johns, 2020), em especial, referente a administração das emoções e dos sentimentos. Isto é, a felicidade torna-se um ideal a ser conquistado – um processo de busca constante e individual pela conquista do indicador ordinal da felicidade.

Isto posto, as primeiras evidências sobre as métricas da felicidade apontam a intensificação do trabalho emocional (cf. Hochschild, 2012) em que os indivíduos enquadraram os sentimentos, isto é, o automonitoramento da felicidade está relacionada a capacidade individual de disciplinamento das emoções às expectativas de uma sociedade marcada pelo triunfo da razão; e agora, dominada pela lógica dos algoritmos que produzem a construção de um “eu exato”. Como nos alertam (cf. Illouz e Cabanas, 2019), legitima uma *Happycracia*, ou seja, uma ditadura da felicidade, a qual exige um trabalho emocional árduo (cf. Hochschild, 2012), bem como um trabalho relacional (Zelizer, 2005), já que tal ideário incide nas principais redes sociais, a qual os indivíduos buscam apresentar e performar tal “eu exato”.

O conceito de trabalho emocional (Hochschild, 2012) ajuda a entender que as emoções são construídas na interação social, na qual os indivíduos administram seus sentimentos e os ajustam a uma determinada expectativa, que agora é mediada por máquinas digitais e pela lógica dos algoritmos, assim, os parâmetros da autorrepresentação do eu, estão marcados por métricas e ferramentas de visualização que aparentemente calculam nossa verdade pessoal, e não são elaborados por nós, mas sim por máquinas digitais (Fourcade e Burrell, 2021).

Assim, via os aplicativos, notamos o quanto as dimensões da vida – profissional, pessoal e afetiva estão conectadas, e respaldadas por um indicador da felicidade; neste caso, ser feliz é sinônimo de uma gestão do eu eficiente e racional, resultado de uma intensa administração das emoções (Hochschild, 2012).

Assim, tal intensificação administrativa reflete um trabalho relacional (Zelizer, 2005), na qual tal quantificação da vida passa a construir uma representação do eu, que é

possível ao indivíduo comparar-se a si próprio ao longo do tempo, bem como se apresentar e performar seus indicadores comparáveis aos demais, intensificando as negociações do cotidiano (Zelizer, 2005).

3. Breves considerações finais

As primeiras evidências desta pesquisa foram pensadas a partir do conceito de tecnologias do self (Foucault, 2008), já que os aplicativos ao quantificar se tornam performáticos, isto é, passam a moldar a realidade social e sociabilidades dos indivíduos, criando uma autorepresentação (Fourcade; Johns, 2020), quantificada do eu. Isto é, o self que pode ser aprendido por máquina é totalmente diferente da aprendizagem social. Assim, para Fourcade; Johns (2020), os algoritmos de aprendizado de máquina remodelam a forma como as pessoas se comunicam, trocam e se associam.

O ponto é que o usuário não simplesmente se automonitora – quantifica o self para se conformar ou se tornar uma versão melhor de si mesmo; ao invés disso, tem-se uma reorganização (produtiva) de sua própria experiência e uma autocompreensão, que difere dos meios “analógicos” de autocontrole (Fourcade; Johns, 2020; Fourcade; Burrell, 2021).

Deste modo, tem-se uma quantificação ordinal dos sentimentos, das emoções, da felicidade interpretada via número/índice na tela do celular, resultado da oferta de informações pessoais, que são apreendidas pela máquina, e que passa a rotular, classificar o “conteúdo” a ser consumido pelo usuário, podendo gerar novos ou outros padrões de interpretação e formas de compreender o mundo (Fourcade; Johns, 2020; Fourcade; Burrell, 2021).

A interação mediada por aplicativos tende a encorajar o esforço contínuo para a auto-otimização ordinal da vida, intensificando o trabalho emocional, bem como o trabalho relacional.

Aqui a lógica ordinal pautada pelos princípios da psicologia positiva, torna os sentimentos negativos como patológicos; portanto, aqueles que não conseguem aumentar o seu desempenho no indicador da felicidade, podem se tornar happycondríacos (Illouz e Cabanas, 2019), isto é, pessoas que, acreditando que podem ser sempre mais felizes, acabam permanentemente frustradas, buscando um projeto que nunca se fecha, o que gera

ansiedade, frustração, obsessões, como uma das avaliações do aplicativo reforça – “Sinceramente, me empurrou mais ainda ao fundo do poço. Não ajudou em nada”⁸.

Os aplicativos hoje realizam a mediação das atividades cotidianas e das interações sociais – sejam os aplicativos, as plataformas digitais desempenham um papel, cada vez mais, dominante no capitalismo contemporâneo (Sanatta e Abramovay, 2019).

4. Referência bibliográfica

BOLTANSKI, L. & CHIAPELLO, E. **Le nouvel esprit du capitalisme**. Paris, Gallimard, 1999.

BOSCO, A. M. **Sucessos que não ocorrem por acaso: literaturas de auto-ajuda**. Dissertação de Mestrado. IFCH. UNICAMP. 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Tradução de Mariza Corrêa. Campinas: Papirus, 1997.

_____. **Las estructuras sociales de la economía**. Trad. Thomas Kauf. Barcelona: Editorial Anagrama, 2003.

CASTEL, R. **A Gestão dos Riscos: da antipsiquiatria à pós-psicanálise**. Trad. Celina Luz. Francisco Alves Editora: Rio de Janeiro, 1987.

FOURCADE, M., & JOHNS, F. Loops, ladders and links: the recursivity of social and machine learning. **Theory and society**, 49(5-6), 803–832, 2020. In: <https://doi.org/10.1007/s11186-020-09409-x>

BURREL, J. FOURCADE, M. The Society of Algorithms. **Annual Review of Sociology**, 47:1, 213-237, 2021.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica. Curso dado no Collège de France (1978-1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

HOCHSCHILD, A. R. **The Commercialization of Intimate Life**. Berkley: University of California Press, p. 1-103, 2003.

_____. **The managed heart** (3rd ed.). University of California Press, 2012.

ILLOUZ, E. **Oprah Winfrey and the Glamour of Misery: An Essay on Popular Culture**. Columbia University Press, 2003.

⁸ Depoimento retirado de:

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.happify.happifyinc&hl=pt_BR&gl=US. Acesso 25 de julho de 2022.

ILLOUZ, Eva; CABANAS, Edgar. **Happycracia**: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas. 1. ed. Barcelona, España: Paidós, 2019. 221 p.

JACOBY, R. **Amnésia Social**: uma crítica à psicologia conformista de Adler a Laing. Trad. Sônia Sales Gomes. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

LEITE, e. Por uma sociologia da autoajuda: o esboço de sua legitimação na sociedade contemporânea. **HISTÓRIA, CIÊNCIAS, SAÚDE-MANGUINHOS (IMPRESSO)**, v. 26, p. 917-932, 2019.

LEVY, Pierre. Entrevista com Pierre Lévy e um Pontos de Leitura que apresenta sua obra, o artigo “O medium algorítmico”. Tradução: André Magnelli. In: Ateliê de Humanidades, 2021. <https://ateliêdehumanidades.com/2021/01/07/fios-do-tempo-o-medium-algoritmico-por-pierre-levy/>

MAZZILLI, Paola. **Turbinando nossos selfs**: Um estudo exploratório sobre os aplicativos de autoajuda no cenário brasileiro. 200 p. - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.

McGEE, M. **Self-Help, Inc.**: Makeover Culture in American Life. London: Oxford University Press, 2005.

NASCIMENTO, Liliane da Costa. **O auto-conhecimento através dos números**: As práticas de auto-monitoramento dos quantified selves. 335 p. - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

RÜDIGER, F. **Literatura de auto-ajuda e individualismo**. Porto Alegre: Editora Universidade UFRGS, 1996.

WEBER, M. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UnB, 1991.

ZANATTA, R. A. F.; ABRAMOVAY, R. Dados, vícios e concorrência: repensando o jogo das economias digitais. **Estudos avançados**, 33, (96), 2019.

ZELIZER, V. **The purchase of intimacy**. New Jersey: Princeton, 2005.