

Gym Rats: A gamificação de hábitos no ambiente digital entre o saudável e a gymtimidation¹

Débora Oliveira²

Sara de Moraes³

Thaiana Alves de Almeida⁴

Caio Ferreira⁵

Jhonatan Mata⁶

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Resumo

Fenômeno recente, o *Gym Rats* é um aplicativo voltado para a promoção de uma rotina saudável compartilhada entre seus usuários. A construção de hábitos a partir do ambiente digital orienta o percurso analítico que traçamos ao longo deste trabalho a partir do aplicativo *Gym Rats*. Evidenciamos o aplicativo buscando respostas para o seguinte questionamento: como a gamificação é utilizada como uma ferramenta para a construção de hábitos entre os usuários? Utilizamos o percurso metodológico Octalysis (Chou, 2015) para avaliar os motores de motivação impostos pela plataforma. Nos apoiamos nos estudos de autores como Santaella, Van Dijk, D'Andrea e Di Felice para discutir a relação entre ferramentas gamificadas como o *Gym Rats* e os humanos hiper-conectados.

Palavra-chave: Gym Rats; Gamificação; Comunicação Digital, Sociabilidades em Rede e múltiplas telas.

Uma sociedade conectada: hábitos digitais

As especificidades de uma sociedade conectada são alvo de análises em diversos campos do conhecimento - saúde, educação e medicina, e, com destaque, na comunicação. Os seres humanos hiper-híbridos (Santaella, 2021) caminham para modificar toda a estrutura que entendemos como sociedade, afetando sobremaneira os fluxos de comunicação - dentro e fora dos ambientes digitais. Para este artigo, voltamos o nosso debate para a construção de hábitos a partir de plataformas digitais gamificadas,

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Integrante do grupo de pesquisa Sinestelas (PPGCOM - UFJF). Bolsista PBPG UFJF. deboraom2@gmail.com.

³ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF / Centro de Investigação em Comunicação e Artes da Universidade do Algarve (Ciac UAlg - Portugal) sarademoraes@gmail.com.

⁴ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. Membro do grupo de Pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias. Bolsita Capes. thaiana.alves@gmail.com.

⁵ Jornalista, Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) -orientador Jhonatan Mata e integrante do grupo de pesquisa Sinestelas (PPGCOM-UFJF). Bolsista CNPq. caioffs84@gmail.com.

⁶ Doutor em Comunicação (Ecopós/Blanquerna School Barcelona). Professor Permanente do Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF e-mail: jhonatanmata@yahoo.com.br

especificamente a *Gym Rats*, buscando compreender como se dá a adesão e como operam as principais ferramentas existentes neste ambiente.

Ainda que considerando as desigualdades de acesso ao ambiente em rede, as plataformas digitais ganharam as nossas rotinas: o *app* para pedir o almoço, o das farmácias para solicitações que vão ironicamente de chocolates a remédios para controle da glicemia, os apps de idioma como o Duolingo que fazem do aprendizado da língua um game-idiomático com premiações e evoluções de níveis, entre tantos outros estão disponíveis a um clique de distância. Mais que facilitadores, estes aplicativos passaram a trabalhar na nossa construção de hábitos, muitas vezes inclusive lembrando os seus usuários de demandas que precisam ser feitas a partir do rastreo das suas próprias rotinas.

A praticidade estandardizada é fruto de uma lógica de plataformização. Essas infraestruturas mediadas por empresas de tecnologia têm como objetivo fomentar o uso - e a consequente entrega de dados por seus usuários. Por esse motivo, a gamificação é uma das ferramentas frequentemente utilizadas nestes espaços. “A gamificação é um ‘termo arte’ da indústria [...] que incentiva a ‘partilha’ e a lealdade a processos de extração de dados a partir dos quais se pode gerar novo ‘conhecimento’ social” (Couldry. Mejias, p. 8, 2018). A dinâmica dessa comunidade digital, a partir das ferramentas de gamificação empregadas no aplicativo, são alvo desta investigação. Para compreender as subjetividades e materialidades que relacionam o uso de aplicativos como o *Gym Rats* e seus usuários, faremos, a seguir, um breve passeio pelos estudos de plataformização.

Plataformização

A cultura digital se consolida na década de 90, com a chamada Web 1.0 (Santaella, 2013). Um ambiente ainda pouco habitado, do ponto de vista de produção, por requerer conhecimentos específicos, “na web 1.0 um número muito pequeno de escritores formou páginas web para um grande número de leitores”(Hiremath; Kenchakkanavar, 2016, p. 707). Tratava-se, ainda, de um espaço estático e com recursos de interação limitados.

Esse cenário, com distintos nivelamentos por região do globo, sofreu alterações entre 2000 e 2010 com o surgimento da web 2.0 (Santaella, 2013). Nesse momento, inúmeras plataformas foram criadas, como o LinkedIn (2003), Orkut, Flickr e Facebook (em 2004) e o Instagram (2010), reconfigurando a prática digital. O ambiente, antes unilateral, passa a ser bilateral. As plataformas, a exemplo de sites de blogs, redes sociais

e sites com interfaces interativas, fizeram com que não fosse mais necessário conhecimento de programação para criar e distribuir os seus conteúdos em rede.

A Experiência na web se tornou ainda mais personalizada e eficiente na web 3.0. Isso só foi possível, porque neste momento da web, já havíamos disponibilizado uma infinidade de dados, permitindo aos algoritmos, nos apresentar sugestões direcionadas de acordo com os nossos temas de interesse, uma vez que, nessa etapa, “o objetivo é personalizar e otimizar a pesquisa online com base no histórico, interesses e desejos dos usuários” (Ibrahim, 2021, p. 22).

Carlos D’Andrea, de uma maneira didática, buscou explicar o que são as plataformas digitais, fazendo uma analogia com as plataformas de transporte, como de um trem, por exemplo. Na sua comparação, mostra que ambas são infraestruturas de circulação, com encontros, trocas e, eventualmente, conflitos. Além disso, em ambas, precisa-se obedecer às regras impostas (AULA Inaugural, 2024).

Para Di Felice (2021), as plataformas têm relação social, que ultrapassa instâncias meramente tecnológicas, “é possível descrever plataformas digitais como arquiteturas programáveis “capazes de regular e projetar interações entre usuários” e, portanto, como as arquiteturas de um novo tipo de social estendido a dados, softwares e redes de computadores” (p. 138).

Van Dijck, Poell e Wall (2018), ampliam essa definição trazendo para o debate a influência robusta da datificação e dos algoritmos, “uma plataforma é alimentada por dados, automatizada e organizada por meio de algoritmos e interfaces, formalizada por meio de relações de propriedade impulsionadas por modelos de negócios e governada por meio de acordos de usuários” (Van Dijck, Poell e Wall, 2018, p. 9).

Em seu livro "The Culture of Connectivity" (2013), José Van Dijck discute, ainda, como as plataformas digitais como Google, Facebook e Twitter funcionam não apenas como ferramentas, mas como infraestruturas sociotécnicas que moldam a interação social e econômica. Desse modo, “Dataficação ou plataformização estão definindo nossas vidas sociais digitais. Não há quase nenhuma vida social que não seja permeada por plataformas baseadas em dados e algoritmos” (Camargo e Terra, 2017, p. 173).

Van Dijck introduz o conceito de plataformização, que descreve o modo como as plataformas controlam a circulação de conteúdo e as interações dos usuários por meio de algoritmos. Essas estruturas permitem às empresas detentoras exercer um controle sobre

a produção, distribuição e monetização de informações. Neste cenário, as plataformas atuam como mediadoras invisíveis, situando o comportamento dos usuários num espaço de negociações.

As plataformas passaram, desse modo, a habitar os mais variados setores da vida social. A forma como nos comunicamos, pedimos comida, alugamos imóveis, nos deslocamos, trabalhamos, malhamos e organizamos a nossa rotina, podem ser mediadas por plataformas como *Whatsapp*, *Ifood*, *Airbnb*, *Uber*, *Instagram*, *Netflix* e *Gym Rats*.

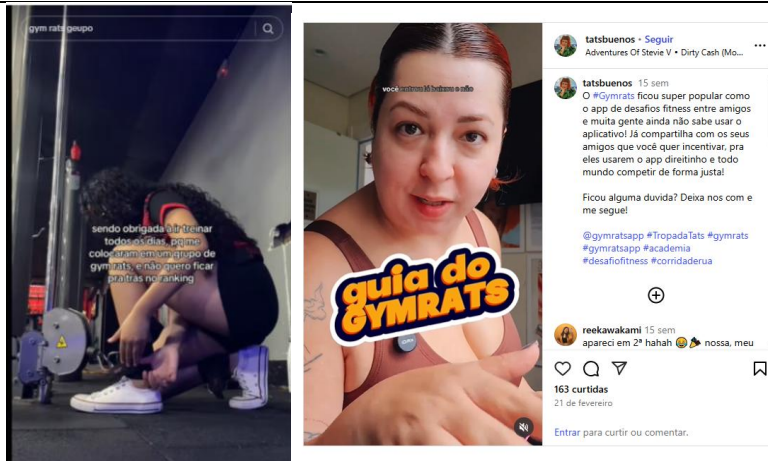
Discussões sobre esses usos precisam levar em consideração as amplas possibilidades que as plataformas podem gerar como a construção de comunidades, pertencimento e visibilidade, mas sem deixar de lado as críticas ao modelo de negócio que gere a maioria desses ambientes, a falta de transparência no uso dos dados dos usuários e os problemas que a falta de regulamentação deste setor trazem para a sociedade. Guiados por esse olhar crítico, mas cientes de possíveis “usos saudáveis”- na polissemia dessa expressão- buscamos entender melhor o conceito de gamificação a partir do funcionamento do aplicativo *Gym Rats*.

O Gym Rats

Lançado em março de 2019, o aplicativo *Gym Rats* - Ratos de Academia, em uma tradução livre para o português, surgiu com o objetivo de criar desafios fitness entre o seu público - um espaço para que os usuários registrem suas conquistas dentro de comunidades de amigos, conhecidos ou apenas pessoas com objetivos em comum. No Brasil, cumpre ressaltar que a expressão “rato”, neste contexto, pode ser considerada sinônimo de aficcionado, devoto ou entusiasta de determinada prática, conduta ou mesmo produto. Segundo o site GQ Globo, a promessa da plataforma se pautava na possibilidade de “convidar usuários para participar de um grupo, publicar treinos e pontuar com base no número total de idas à academia, calorias gastas, duração e os passos - no caso da corrida. Para contabilizar os pontos, é preciso fazer um “*check-in*” na plataforma – escrito pelo usuário ou capturado automaticamente via *smartwatch*.”⁷ (Globo, 2025). O App, disponível para *Android* e *IOS*, se tornou um fenômeno digital entre 2024 e 2025 graças ao compartilhamento através do *TikTok* e *Instagram*, como é possível verificar abaixo.

Figura 1 - Gym Rats nas mídias sociais

⁷ Disponível em: <https://gq.globo.com/fitness/noticia/2025/02/gym-rats-entenda-app-ratos-academia.ghtml>



Reprodução: TikTok @thingssah / Instagram: @tatsbuenos

O *Gym Rats* une estratégias múltiplas de engajamento, como a mediação via redes sociais, a construção de comunidades e vínculos de pertencimento, estimula a competitividade em uma dinâmica de plataforma. A interface permite aos usuários gerir seus próprios perfis, integrando um ou mais grupos de desafios - ou criando o seu próprio. Todo o padrão dos grupos é personalizável, podendo ter diferentes objetivos e, inclusive, diferentes tipos de competição. A gamificação opera a partir de marcadores como assiduidade, tipo de exercício, relações interpessoais. Neste contexto, um grupo do trabalho pode competir em troca de uma premiação, ou um grupo de atletas com objetivos específicos pode utilizar a plataforma para incentivar os seus treinos. Entre ônus e bônus que são mapeados e ganham as manchetes de portais de notícias, mas que ainda carecem de análises acadêmicas a respeito, consideramos o aplicativo um fenômeno programado, que utiliza as dinâmicas de gamificação já conhecidas por plataformas bem estabelecidas.

Análise: Gym Rats em Octalysis

Para este estudo, elegemos como metodologia a estrutura Octalysis proposta por Chou (2015), que busca encontrar os motores de motivação a partir dos quais podem ser traçadas estratégias a fim de alcançar objetivos (sejam pedagógicos ou não) por meio de produtos, ações ou projetos gamificados. A análise ganha uma estrutura gráfica octogonal uma vez que os elementos são distribuídos pelo autor de acordo com os seguintes elementos: o lado esquerdo aglutina quesitos de raciocínio lógico enquanto o direito reúne elementos da dinâmica social, criatividade expressão; no topo estão distribuídos os

motivadores que induzem satisfação (segundo Chou, de efeito lento porém duradouro); na base estão os elementos que induzem sentimentos de ansiedade e perda. A partir da experimentação do objeto e observação de suas dinâmicas em ação, o pesquisador pontua a percepção de cada um desses motores de motivação. De acordo com Chou, quanto mais equilibrado for o octógono, maiores as possibilidades dos objetivos propostos por quem idealizou o objeto gamificado serem alcançados.

A análise seguiu os seguintes parâmetros indicados pelo autor: (1) Significado Épico e Chamado, (2) Desenvolvimento e Realização, (3) Empoderamento de Criatividade e Feedback, (4) Propriedade e Possessão, (5) Influência Social e Pertencimento, (6) Escassez e Impaciência, (7) Imprevisibilidade e Curiosidade, (8) Perda e Evasão. Gerando o seguinte gráfico:

Figura 2 – Octalysis Gym Rats



Fonte: elaboração dos autores (2025)

Quanto ao motor *Significado Épico e Chamado*, o aplicativo tem como principal destaque a criação de uma comunidade engajada a partir da missão da plataforma, ou seja, usuários interativos e motivados em participar - e como consequência dessa participação, ter resultados voltados à saúde e boa forma. Ainda em destaque, o tópico de *Influência Social e Pertencimento* pode registrar a composição de rankings. Esses se ancoram em

recursos como ferramentas de competição, mas também de pertencimento dentro das comunidades, bem como a interação dos usuários dentro dos espaços de bate-papos com o compartilhamento de experiências e a possibilidade de interação com os *check-ins* realizados. A presença dos demais usuários é um convite e incentivo à sua própria participação e para pertencer a este grupo é preciso também registrar, interagir e participar dentro das comunidades. Juntos, estes motores por si só são capazes de destacar o quanto a gamificação da plataforma é trabalhada para a construção de hábitos para os seus usuários, somando a experiência online da plataforma à realização fora dela. Em *Desenvolvimento e Realização* destacamos o sistema de pontuação e registros que trabalham a sensação de realização dos usuários, refletindo diretamente na quantidade de *check-ins*, dias ativos e tempo de atividades. Ou seja, como a inatividade prejudica a pontuação e o registro do calendário, os usuários passam a fazer as atividades com o objetivo de registrar e pontuar dentro da plataforma. Em *Empoderamento da Criatividade e Feedback* verificamos um espaço que, apesar de pouco dinâmico quanto às ferramentas da comunidade, possibilita: (1) a criação da sua própria comunidade, como regras e desafios totalmente personalizados; (2) espaço de diálogo com bate-papo interativo para troca de experiências; e (3) interação com emojis nos *check-ins* dos demais usuários nos grupos. Já em *Perda e Evasão* foi possível observar que o calendário e *ranking* registram de maneira visual o progresso, o que estimula a manutenção dos registros dos usuários - e consequentemente a realização de exercícios, gerando a necessidade de frequência justamente para não “ficar atrás” no ranking dos demais usuários da comunidade.

No tempo de uso da plataforma não notamos um controle através de notificações ou demais incentivos, resumindo-se exclusivamente ao ranking e calendário. Quanto à *Propriedade e Possessão* foi possível definir que há pouca personalização. Isto porque o usuário detém seu progresso de acordo com as regras da comunidade, e tem total acesso ao seu desenvolvimento individual ao longo do progresso, registrando apenas aquilo que já é esperado dentro da plataforma. Em *Escassez e Impaciência* identificamos a necessidade de permanecer constantemente ativo dentro da plataforma para acompanhar o *ranking* e sempre que possível, atualizá-lo para não perder sua colocação - o que gera uma necessidade constante estar conectado e ativo, agora não mais exclusivamente por saúde, mas também para não perder seu posto no *Gym Rats*. Apesar da importância deste momento de atualização do ranking, na maioria das comunidades há regras específicas

que deixam essa atualização um pouco mais previsível, por exemplo: se há um limite de um *check-in* por dia e o usuário já o realizou não há mais motivos para seguir acompanhando as atualizações do dia.

E, por fim, analisamos o motor identificado como mais baixo- o da *Imprevisibilidade e Curiosidade*, apesar de existir a possibilidade de desafios temporários ou “relâmpagos” pela comunidade, isso não é uma prática comum, havendo apenas uma breve imprevisibilidade em quantos usuários irão fazer *check-in* ou *check-ins* no dia, já que boa parte do desenvolvimento acontece conforme as regras pré-determinadas pelo *host* de cada plataforma.

A partir desta análise, identificamos que os elementos de gamificação no *app Gym Rats* estão diretamente associados à criação de hábitos, sempre gerando a necessidade não apenas de fazer parte da comunidade dentro da plataforma, mas também se manter ativo - não apenas em relação aos exercícios físicos, mas também em relação à assiduidade na plataforma. A construção deste hábito, por sua vez, surge em um ambiente competitivo e de constante pressão, gerando diversos questionamentos quanto aos processos dentro deste tipo de plataforma que, apesar de trazer resultados, não identifica os possíveis malefícios vinculados.

Considerações

Ao investigar o aplicativo *Gym Rats* somando o percurso Octalysis e a revisão bibliográfica sobre plataformização, conseguimos identificar diversos pontos de convergência entre a utilização das plataformas digitais e a construção de hábitos dos usuários. Essas particularidades nos processos de interação das plataformas digitais, e principalmente, a busca por Capital Social (Recuero, 2009), possibilita compreender essa procura por conexões, quando associadas às plataformas gamificadas, que trabalham experiência e engajamento em uma mesma medida.

A partir da proposta de Chou, identificamos a centralidade do aplicativo nos motores de gamificação de “Significado Épico e Chamado” no topo do nosso gráfico, como foi possível observar, induzindo o motor de satisfação dos usuários, “Influência Social e Pertencimento” ao lado direito do gráfico. Ressaltando elementos da “dinâmica social, criatividade e expressão”, estes motores centrais refletem diretamente o objetivo dentro e fora do aplicativo: a criação de uma comunidade engajada. Também foi possível destacar “Desenvolvimento e Realização” como um motor para seus usuários, ressaltando

a conquista dos usuários dentro das comunidades, identificados ao lado esquerdo como um vetor aglutinador de “quesitos de raciocínio lógico”.

O destaque a esses motores nestas considerações se dá somando o fato de que possuem a mais alta identificação da plataforma e representam majoritariamente o percurso de Chou, deixando nítido que estes elementos, abarcam um maior objetivo de satisfação aos usuários. Compreendemos que, neste caso, o *Gym Rats* funciona, principalmente, a partir dos vetores indicados para que os usuários trabalhem suas interações fora do ambiente da plataforma e as registrem na plataforma, criando uma cadeia obrigatória de: realizar o seu treino, registrar o treino e publicá-lo na plataforma. Esse ciclo completo é fundamental para que o usuário conclua com plenitude seu objetivo do dia

Portanto, ao retornarmos a pergunta dessa pesquisa: como a gamificação é utilizada como uma ferramenta para a construção de hábitos entre os usuários? - identificamos, a partir da análise do *Gym Rats*, que a construção de um hábito saudável, como, por exemplo, o de manter os seus treinos em dia e sair do sedentarismo, como proposto pelo aplicativo, é um benefício positivo da plataforma. Entretanto, acreditamos ser fundamental aqui também adotarmos uma análise crítica deste tipo de proposta, afinal, a simulação da “vida perfeita” publicada e incentivada nas plataformas digitais vem mascarada em suas diversas camadas e consequências. Vale observar que os registros no aplicativo, tal como acontece em outras plataformas, podem não condizer com a realidade praticada. O *Gym Rats* não foge dessa perspectiva, que já tanto conhecemos e está presente também fora das plataformas digitais, com um incentivo desenfreado aos treinos e a possibilidade de exagerar neles - além da falta de supervisão neste excesso, uma vez que não há reforço da plataforma para o acompanhamento adequado, o objetivo é um só: sempre buscar a melhor performance na plataforma. Para Luis Antón, psicólogo na IPSIA Psicología, na Espanha a gymtimidation, confirma uma realidade da qual muitos discordam: a opinião dos outros tem uma profunda influência em como nos vemos e nos tratamos.” Essa necessidade de aprovação social e o temor da desaprovação podem gerar sentimentos de vulnerabilidade e ansiedade. Nas academias, onde a aparência física e o desempenho são altamente visíveis, essas preocupações se amplificam” (Globo, 2024)⁸.

⁸ Disponível em <https://oglobo.globo.com/clube-o-globo/saude/noticia/2024/07/19/gymtimidation-entenda-porque-muitos-tem-vergonha-de-ir-a-academia-e-como-resolver.ghtml>

Nesse panorama, é curioso e preocupante perceber, ao longo desse estudo, que o fenômeno da “gymtimidation”⁹- batizado recentemente nas próprias redes sociais para definir o desestímulo ao exercício físico em academias em função de supervalorização de padrões corporais e, sobretudo, performances, pode estar se estendendo aos ambientes digitais gamificados. Em plataformas e aplicativos que oscilam entre o estímulo ao exercício físico e o desestímulo às sociabilidades que promete mobilizar e mesmo potencializar.

Referências

- AULA Inaugural | Carlos D'Andréa | Plataformas, algoritmos, inteligência artificial. 10 abr. 2024. 1 vídeo (94 min 13 s). Publicado pelo canal PPGCOM UFJF. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HcKCwZzy5lg>. Acesso em: 22 jun. 2025.
- CAMARGO, Isadora; TERRA, Carolina. Faces da conectividade: Plataformas, Influência e Usuários—entrevista com José van Dijck. **Parágrafo**, v. 5, n. 1, p. 172-175, 2017.
- COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. Data colonialism: rethinking big data's relation to the contemporary subject. **Television & New Media**, v. 20, ed. 4, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2RR2FP9>.
- DI FELICE, Massimo. **A cidadania digital: a crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais**. Paulus Editora, 2021.
- HIREMATH, Banesh K.; KENCHAKKANAVAR, Anand Y. An alteration of the web 1.0, web 2.0 and web 3.0: a comparative study. **Imperial Journal of Interdisciplinary Research**, v. 2, n. 4, p. 705-710, 2016.
- IBRAHIM, Asaad Khaleel. Evolution of the Web: from Web 1.0 to 4.0. **Qubahan Academic Journal**, v. 1, n. 3, p. 20-28, 2021
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet: Considerações sobre a Comunicação Mediada pelo Computador**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. 4ª. ed. São Paulo: Paulus, 2013.
- SANTAELLA Lucia. **Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet**. São Paulo: Paulus, 2021.
- VAN DIJCK, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. **The Platform Society: public values in a connective world**. Londres: Oxford Press, 2018.