

O aplicativo Strava sob a ótica da extensão do eu individual e agregado de ciclistas

JULIANA DE OLIVEIRA BECHERI

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

JOÃO PAULO NASCIMENTO DA SILVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

LAURIENE TEIXEIRA SANTOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

PAULO HENRIQUE MONTAGNANA VICENTE LEME

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

O APLICATIVO STRAVA SOB A ÓTICA DA EXTENSÃO DO EU INDIVIDUAL E AGREGADO DE CICLISTAS

1 INTRODUÇÃO

Há tempos discutidos nas pesquisas do comportamento do consumidor, o eu estendido ainda demonstra lacunas a serem exploradas na era digital (ver Belk, 2016). A princípio, o eu estendido se referia as posses materiais, lugares ou pessoas ligadas ao indivíduo de tal forma que ele as considerava parte dele (Belk, 1988). Atualmente, algumas modificações dentro dos estudos envolvendo o eu estendido na era digital são percebidas, destacando a desmaterialização das posses (Belk, 2013; Garcia, Marchi & Jungles, 2020), a personificação do eu (Belk, 2013; Messinger *et al*, 2019), o compartilhamento, a (co)construção e a memória compartilhada (Belk, 2013). Tais mudanças propõem desafios para a compreensão do eu estendido e requer trabalhos empíricos capazes de responder as chamadas de pesquisa nesta área (ver Belk, 2013, 2016).

Em consonância com a relação entre o eu e as novas tecnologias digitais, destaca-se o *smartphone*, em que autores procuraram compreender as noções de extensões do eu (Martins, Oliveira & Corso, 2018), visto a onipresença deste e de outros dispositivos móveis de comunicação no mundo (Shankar *et al*, 2010). Ainda, relacionado ao uso de dispositivos móveis observa-se uma dependência psicológica do indivíduo, sendo percebido maior ansiedade quando estes não estão sobre seu domínio (Cheever, Rosen & Chavez, 2014), o que pode caracterizar a extensão do eu. Juntamente com o aparelho *smartphone*, observa-se que desde o lançamento do comercial da Apple sobre o uso de aplicativos, ‘há um aplicativo para tudo’” (Couture, 2020), contudo, pouco ainda se sabe sobre a extensão do eu em aplicações não materiais, virtuais, bem como se é possível o indivíduo se envolver com tais aplicações da mesma forma que com as posses materiais (ver Belk, 2013).

Em 2019, o relatório da Adjust mostrou que o mercado de aplicações móveis cresceu numa velocidade média-alta no Brasil, China, Indonésia, Turquia entre outros países. O relatório da Adjust (2019) também constatou que as tecnologias e os serviços móveis totalizaram globalmente uma receita no valor de 3,9 trilhões de dólares. Embora, alguns estudos já procuraram retratar a relação entre as aplicações móveis com a extensão do eu, há espaço para pesquisas que aprofundem o processo de formação do eu estendido no meio digital (ver Garcia, Marchi & Jungles, 2020). Assim, uma vez que os aplicativos móveis acompanham seus usuários dia e noite (Fritz, Sohn & Seegebarth, 2017), é válido questionar como essas aplicações se integram a identidade dos indivíduos e são capazes de ampliar a noção da extensão do eu.

Dentre as aplicações móveis, os aplicativos voltados ao desempenho de atividades físicas como, por exemplo, o Strava têm se popularizado ao redor do mundo tornando-se pertinente estudos sobre a sua utilização (Couture, 2020). Neste sentido, Couture (2020) defende a necessidade de estudos que envolvam o aplicativo Strava em outros contextos além da corrida, bem como, pesquisas que investiguem o auto-rastreamento digital. Tendo em vista tais lacunas e oportunidades de pesquisa, o objetivo deste artigo é compreender como se dá a extensão do eu individual e agregado de ciclistas no aplicativo Strava. Ademais, o fenômeno investigado foi escolhido tendo em vista duas tendências dos últimos anos: o crescimento do número de indivíduos adeptos do ciclismo como esporte no Brasil (Pierri, 2020) e o número de usuários do aplicativo Strava no Brasil. O Strava além de ser uma aplicação projetada para auxiliar os usuários na sua prática esportiva é, também, uma rede social para atletas profissionais e amadores (Strava, 2021). Atualmente, o Brasil é um dos maiores países com usuários da rede contando com cerca de 9,6 milhões (Chaves, 2020). Com relação ao ciclismo, pode-se destacar o crescimento do número de praticantes (Pierri, 2020), bem como o aumento de 50% das vendas de bicicletas em 2020 comparado ao ano anterior (AliançaBike, 2021).

Dentro das lacunas apresentadas por Belk (2016) este estudo procura contribuir para o entendimento do eu estendido individual e agregado na era digital, ao mesmo passo que, contribui para a compreensão das mudanças salientadas por Belk (2013) sobre o eu estendido. Ao compreender a constituição do eu estendido de ciclistas usuários do aplicativo, este artigo permite cobrir uma lacuna sobre a importância de ampliar a compreensão do entendimento das relações de identidade em dispositivos e plataformas tecnológicas, principalmente no domínio do esporte (Ross & Zappavigna, 2019). Ademais, à medida que a pesquisa trata da identidade dos ciclistas e dos aspectos subjetivos e simbólicos que a compõe, empreendedores passam deter informações para melhorar a sua prática gerencial e de negócios.

2 EU ESTENDIDO INDIVIDUAL E AGREGADO NA ERA DIGITAL

As dinâmicas de consumo envolvem aspectos tantos internos ao indivíduo, quanto externos a ele. Dentro das abordagens interpretativas destacam-se a construção da identidade através de fatores culturais/simbólicos, e também a partir de abordagens diferenciadas, como o “eu estendido” proposto por Belk (Quintão, Brito & Belk, 2017). Para Belk (1988) a extensão do eu pode ser representada pelo corpo, processos internos, ideias e experiências, pessoas, lugares e objetos, podendo ainda incluir as possessões do grupo como se fossem uma parte do corpo e um organismo vital. Essas afirmações retratam que o eu estendido inclui tudo aquilo que tem um significado emocional (Belk, 1988).

Belk (2013) afirma que as tecnologias digitais, páginas da web, mídias sociais, smartphones, aplicativos, entre outros, estão mudando fundamentalmente o comportamento do consumidor, o que aumenta as possibilidades de autoextensão. Numa sociedade de consumo, “as posses possuem um grande significado, representando inclusive elementos atinentes a nossa identidade” (Martins, Oliveira & Corso, 2018, p. 330). Neste sentido, pode-se afirmar que os objetos sob possessão dos indivíduos podem estender literalmente o seu eu, como uma ferramenta que permite fazer coisas que outrora seria incapazes (Belk, 1988). Uma vez que as posses são vistas como parte do “eu”, a perda delas de forma não intencional, demonstra também uma diminuição para identidade do indivíduo (Belk, 1988), como outros sintomas negativos, a exemplo, da ansiedade causada pela falta dos dispositivos móveis (Cheever, Rosen & Chavez, 2014).

Com o surgimento e avanço da tecnologia as possibilidades de extensão do eu se tornaram mais amplas (Belk, 2013), visto as possibilidades de (auto)apresentação, comunicação e interação nas mídias digitais (Belk, 2016). Cinco mudanças são percebidas na era digital: a desmaterialização das posses, a personificação do eu, o compartilhamento, a (co)construção e a memória compartilhada (Belk, 2013, 2016; Garcia, Marchi & Jungles, 2020; Messinger *et al*, 2019). Assim, alguns teóricos descrevem uma nova forma de identidade digital usando os termos “social footprints” e “lifestream”, que significa, respectivamente, a marca que o consumidor deixa depois de ocupar um espaço digital e o registro contínuo de sua vida digital em várias plataformas (Sheth & Solomon, 2014).

A desmaterialização corresponde a imaterialidade das posses na era digital. Sendo observados duas evidências distintas: primeiramente, observa-se o apego dos consumidores a estes tipos de bens, de tal forma que os mesmos temem e lamentam sua perda (Belk, 2013) e realizam cópias de segurança como forma de assegurar sua posse (Belk, 2016). Segundo, outros achados mostram que os bens imateriais podem ser considerados menos autênticos se comparados a sua versão física (Belk, 2016). Porém, cabe ressaltar que alguns bens só existem unicamente neste formato como são os avatares de jogos online (Wang et al, 2009), bem como, pode ser uma tendência geracional estender o eu digitalmente (Belk, 2016, 2013). Ademais, Garcia, Marchi & Jungles (2020) constata que os significados da experiência são preservados simbolicamente no objeto desmaterializado, não apenas para o indivíduo, mas coletivamente.

A personificação desafia a importância do corpo na extensão do eu inicialmente proposta por Belk, visto a presença dos avatares no meio online e da identificação do indivíduo com ele (Belk, 2013). Observa-se, deste modo, que os indivíduos detêm um grande apego e apreço com esse 'eu criado', como acontece com os avatares de jogos online (Wang et al, 2009). Assim, pode-se ocorrer o efeito Proteus, que diz respeito a possibilidade do sujeito se tornar aquilo que deseja no mundo físico (ver Belk, 2013), por exemplo, como sua representação como atleta. Como observado na pesquisa de Messinger et al (2019) as pessoas tendem a projetar seus avatares semelhantes ao seu eu real, porém realizam algumas melhorias em atributos físicos vistos como fracos na vida real.

O ato de compartilhar digitalmente aumenta o senso de comunidade imaginada e de identidade de grupo (Belk, 2013, 2016). Deste modo, além da identidade individual, o meio online pode ser compreendido como uma parte do eu estendido agregado (Belk, 2013). O eu estendido agregado embora já discutido no trabalho seminal de Belk (1998), também recebe destaque na era digital, principalmente por conta da posse conjunta e as inúmeras possibilidades de extensão agregada (ver Belk, 2013).

A (co)construção diz respeito as possibilidades existentes de outros indivíduos cooperarem na formação do eu, seja através de curtidas, comentários e/ou marcações (Belk, 2013). Aqui, também é possível construir um eu estendido agregado a partir de noções daquilo que é considerado do grupo, ou seja, um projeto que caracteriza um eu que pertencem tanto aos outros que ajudaram a forma, quanto ao próprio indivíduo (Belk, 2013). Como foi constatado na pesquisa de Couture (2020) existe um nível de narcisismo aceitável dentro do aplicativo Strava, uma vez que o compartilhamento e o acompanhamento entre os corredores, perpetua narrativas neoliberais sobre o corpo. Ainda, é percebido que as tecnologias de (auto)monitoramento e os gráficos gerados a partir delas tornam-se as medidas do que os indivíduos são, permitindo a comparação entre si e com os outros (Belk, 2016).

Por fim, a memória distribuída diz respeito ao novo conjunto de tecnologias que registram e arquivam as memórias dos indivíduos (Belk, 2013). Assim, é possível observa que cada vez mais, na era digital, os indivíduos fazem uso de mecanismos que ajudam a relembrar fatos e emoções, não apenas de forma aleatória, mas de forma a construir uma narrativa (Belk, 2013). A exemplo estão as tecnologias de (auto)rastreamento, como, por exemplo o Strava em que os indivíduos podem utilizar os dados para monitora sua atividade, comparar o seu esforço ao longo do tempo, conhecer novas rotas e reconhecer a aptidão do indivíduo (Couture, 2020). As fotos digitais, por exemplo, auxiliam também na (co)construção do eu se estas forem marcadas ou comentadas (Belk, 2013). Ademais, a memória distribuída pode operar no nível coletivo do eu estendido agregado, visto que as comunidades online e seus artefatos digitais desenvolvem memórias coletivas que estimulam o senso agregado de identidade.

3 MÉTODO

A presente pesquisa pode ser classificada como um estudo qualitativo, pois compreende o detalhamento dos fenômenos e de seus elementos, bem como envolvem os depoimentos dos atores sociais (sujeitos de pesquisa) aos significados e contextos (Vieira, 2006). Tendo em vista o objetivo do artigo, a pesquisa qualitativa se mostra mais apropriada a responde-lo. Isso, pois, a pesquisa qualitativa apreende a dinâmica dos fenômenos e seus aspectos simbólicos, de natureza subjetiva (Lemes Junior, Santini & Silveira, 2015).

Para a coleta dos dados qualitativos, utilizou-se a técnica de entrevistas semiestruturadas (Stewart, Cash Junior & Guedes, 2015). Tal técnica foi escolhida visto que são uma fonte de dados fundamentais para a pesquisa em *marketing* (Fisher, Castilhos & Fonseca, 2014). O roteiro de entrevista foi constituído por 20 questões que abordavam os seguintes assuntos: história com o ciclista, melhorias percebidas com a prática esportiva, relacionamento com a

comunidade, motivação para a utilização do aplicativo Strava, importância do aplicativo Strava para a prática esportiva, o uso do aplicativo e interação com a rede social do Strava.

Antes da realização das entrevistas, foram realizados pré-testes, com a finalidade de assegurar o alinhamento entre o roteiro de entrevista com o fenômeno a ser investigado. Primeiramente, foi realizado um Teste interno (Kallio *et al*, 2016) com uma pesquisadora doutora em administração, com experiência no desenvolvimento de roteiros em pesquisa qualitativa, em que foi possível realizar ajustes na escrita das perguntas de modo eliminar possíveis vieses ou indução nas respostas, bem como a inclusão de novas questões para caracterizar os sujeitos de pesquisa. Posteriormente, foi realizado o teste de campo (Kallio *et al*, 2016) com dois pesquisadores ciclistas amadores, onde foi possível adequar o fluxo das perguntas e inserir outras questões que se mostraram pertinentes sobre o fenômeno.

Ao todo, foram realizadas 14 entrevistas com ciclistas amadores, sendo 12 entrevistas com ciclistas que praticavam apenas a modalidade *mountain bike* e 2 entrevistas com ciclistas que praticavam dois tipos de modalidade, *mountain bike*, voltado para a prática do esporte em estrada de terras e regiões mais montanhosas, e *speed*, voltado para prática do ciclismo em asfalto. Para a participação da pesquisa, os indivíduos precisavam assinar digitalmente por meio de um formulário do *Google*, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), onde estava disposto os objetivos da pesquisa, justificativa, riscos, benefícios esperados e a garantia do anonimato da participação. Inicialmente, os primeiros ciclistas contatados para participar da pesquisa pertenciam a rede de contato da autora. Ao final das entrevistas, a pesquisadora solicitava aos participantes novos contatos para se chegar aos demais sujeitos da pesquisa, caracterizando uma amostragem autogerada (Vinuto, 2014). Para se enquadrar nos sujeitos selecionados o indivíduo precisava praticar o ciclismo a mais de seis meses e fazer o uso do aplicativo Strava. Os respondentes foram classificados como H-01 ou M-01, onde H e M representam o gênero dos respondentes, Homem ou Mulher, e 01 em diante, representa a ordem em que a entrevista foi realizada.

As entrevistas aconteceram de forma online e síncrona através dos aplicativos Google Meet (13) e WhatsApp (1), sendo a sua escolha definida pela preferência dos participantes. Optou-se por este formato de entrevista, tendo em vista o atual cenário de Pandemia vivenciado no Brasil e as limitações de circulação imposta. As entrevistas foram realizadas entre os meses de junho e julho de 2021, sendo o tempo médio das entrevistas em torno de 45 minutos. Todas as entrevistas realizadas foram gravadas e transcritas em arquivo do *MS Word* para análise. Cabe ressaltar que, para a determinação do número de entrevistas, utilizou-se o critério de saturação teórica (Fisher, Castilhos & Fonseca, 2014). O Quadro 1 apresenta o perfil dos sujeitos da pesquisa.

Quadro 1 – Perfil dos sujeitos da pesquisa

Gênero	Homens (57%)	Mulheres (53%)
Versão do aplicativo	Paga (50%) Gratuita (50%)	Paga (34%) Gratuita (66%)
Estado Civil	Solteiro (50%) Casado (50%)	Solteira (66%) Casada (34%)
Escolaridade	Pós-graduação (12 %) Ensino Superior (38%) Ensino Médio (50%)	Pós-graduação (34 %) Ensino Superior (50%) Ensino Médio (16%)
Renda	1 a 2 salários (50%) 3 a 4 salários (12%) 5 a 7 salários (12%) 8 a 10 salários (12%)	1 a 2 salários (50%) 3 a 4 salários (34%) 5 a 7 salários (0%) 8 a 10 salários (0%)

Idade	Acima de 10 salários (12%)	Acima de 10 salários (16%)
	30 a 35 anos (38%)	20 a 25 anos (16%)
	36 a 40 anos (50%)	26 a 30 anos (68%)
	Acima de 40 anos (12%)	Acima de 30 anos (16%)

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Para o tratamento e análise das entrevistas utilizou-se a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 1977) em sua vertente temática (Braun & Clarke, 2006). Para sua operacionalização, realizou-se, primeiramente, a leitura flutuante das entrevistas transcritas para uma melhor compreensão do conjunto de textos obtidos (Bardin, 1977). Nesta etapa, procurou-se identificar e relatar padrões (temas) dentro dos dados, caracterizando uma análise indutiva dos dados (Braun & Clarke, 2006). Na segunda etapa, explorou-se o material de forma a realizar recorte e alocações dos trechos das entrevistas de acordo com as temáticas identificadas (Bardin, 1977; Braun & Clarke, 2006). Para organizar e gerenciar esta fase, utilizou-se uma planilha no software Excel. Por fim, na terceira etapa realizou-se a interpretação dos dados por meio das categorias temáticas encontradas com auxílio da teoria pré-existente sobre o assunto (Bardin, 1977; Braun & Clarke, 2006).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, estão dispostas as categorias temáticas: “Motivações para a escolha do aplicativo Strava” e “Relação entre o eu estendido de ciclistas e o Strava”. Assim, para melhor organização, as categorias serão apresentadas em subtópicos a seguir.

4.1 Motivações para a escolha do aplicativo Strava

Antes de compreender a construção do eu estendido agregado dos ciclistas de *mountain bike*, considerou-se pertinente entender as motivações para a escolha do aplicativo Strava, tendo em vista a diversidade de aplicativos similares no mercado. A partir da realização das entrevistas, se constatou duas motivações principais: a ‘popularidade do aplicativo’ e a ‘praticidade’; sendo a primeira mais mencionada pelos participantes da pesquisa.

A questão da popularidade do aplicativo pode ser justificada pela a importância da comunidade para os ciclistas (Christensen & Olson, 2002). Segundo McCormack (2017) os praticantes de esportes de estilo de vida, como, por exemplo, o *mountain bike*, costumam formar comunidades de afinidades, na qual se compartilham objetivo e obrigação entre os seus membros. Assim, observa-se que há disponibilização de alguns referentes por meio de narrativas específicas, os quais contribuem para a construção de identidades de grupos e pessoas que delas participam (Oltamari & Naujorks, 2020).

Como pode ser observado, o aplicativo Strava está presente nas narrativas cotidianas dos ciclistas, como afirma a entrevistada 4, educadora física, 27 anos:

Quando eu comecei a pedalar, as meninas já tinham um grupo, né? Aí eu segui elas no, no Instagram. E, eu vi, assim, que elas pedalavam e todas marcavam pelo Strava, né?! Então sempre que elas compartilhavam, aparecia lá em baixo Strava, aparece lá os quilômetros, né?! E tudo mais. O tempo. Então, quando eu entrei no grupo, né?! Eu falei: ah, vou baixar o Strava igual elas.

Neste sentido, a utilização do aplicativo Strava, pode também ser associada a identidade individual e de grupo. De acordo com Oltamari e Naujorks (2020), é por meio dos referentes disponibilizados que a identidade se associa aos significados e sentidos dos grupos sociais específicos, aos papéis, valores e trajetória pessoais de cada indivíduo. Neste sentido, o Strava

passa a ser um referente que não apenas engloba alguns dos valores compartilhados pela comunidade, como também, os ajuda manter. Como é o caso, por exemplo, da busca pelo melhor desempenho e evolução no esporte, valores já observados no artigo de Christensen e Olson (2002), sendo ilustrado pela fala da entrevistada 6, gerente bancária, 29 anos: “aí ele [namorado] falou: ah não! Coloca no seu celular [o Strava] também, porque é importante para você ver seu desempenho, suas conquistas. Aí eu peguei e instalei por indicação dele, porque é o que ele já usa há bom tempo”.

Os trechos das entrevistas abaixo retratam a influência de amigos e pessoas próximas como motivadores para escolha do uso do aplicativo Strava, como também, destacam o tempo do aplicativo no mercado e sua reputação na rede como motivadores para a escolha e uso do Strava.

O Strava porque é mais usual né?! É um aplicativo que tem mais tempo no mercado, a maioria das pessoas usam o Strava [...]. (H-01, administrador, 35 anos)

Eu não gosto muito de falar a palavra, não é monopólio não, mas é.. é porque todo, não é porque todo mundo usa, é porque tudo tá ali, né?! Não adianta eu usar um outro aplicativo, que quase ninguém usa, que não é usual aqui na região. (H-02, escrevente, 37 anos)

Foi a recomendação de colegas, né?! Onde eu comprei a bicicleta, na bicicletaria, eu até perguntei pro cara se tinha algum aplicativo, alguma coisa pra acompanhar o pedal [...]. (H-03, desenhista, 37 anos)

Então, eu pesquisei. Antes, eu não usava nenhum aplicativo, na verdade. Aí eu não sabia nada, aí eu falei vou começar a usar. Aí eu pesquisei na Internet e foi o que me indicaram assim, no YouTube que é o melhor aplicativo, mais usado. Aí, eu usei o Strava por questão mesmo de reputação, ele tem uma alta reputação em relação ao esporte, aí eu fui e escolhi. (M-05, estudante, 24 anos)

Além de dar parâmetros da atividade dos ciclistas, o Strava também fornece uma rede social, onde os ciclistas podem acompanhar as atividades de seus pares, como também, fazer postagens de seus treinos e desempenho no esporte. Assim, muitos dos entrevistados também mencionaram que este também era um fator importante para a escolha do aplicativo. O que novamente reforça a importância do vínculo da comunidade esportiva e a relação entre a identidade de grupo e individual (McCormack, 2017), tendo o esporte um aspecto voltado a socialização (Christensen & Olson, 2002). Como menciona a entrevistada 3, secretária, 26 anos: “o Strava por ser um aplicativo assim, muito conhecido, a maioria do povo usar ele. A gente ainda tem como curtir, como comentar, você vê tudo, aí eu adaptei com ele [...]”.

Por fim, outro fator motivador observado foi a ‘praticidade’. Como mencionado por alguns entrevistados o aplicativo Strava é fácil de mexer, não exige equipamentos adicionais apenas o *smartphone*, o que acabou favorecendo estes entrevistados pela escolha do uso do aplicativo. Conforme mencionado pelo entrevistado 2, escrevente, 37 anos: “Tem a questão que a pessoa baixa no celular, o aplicativo salva o trajeto no celular, não precisa de equipamento, não precisa de nada. Então, acho legal”. Também, como mencionado por um dos entrevistados, aqueles que estão iniciando no ciclismo podem fazer um investimento menor, pois o aplicativo atende as expectativas daquelas que pedalam por recreação ou de forma amadora, nas palavras do entrevistado 6, doceiro, 31 anos: “eu comecei com uma *bike* de R\$3.000,00 e não ia comprar um GPS de R\$2.000,00 que é o Garmin [...] e até hoje ele [Strava] me supre muito bem, estou satisfeito”.

Como pode se observar nesta seção, o aplicativo Strava faz parte do imaginário de ciclista, sendo um referente que demarca a identidade individual e grupal dos mesmos. Neste sentido, é possível inferir que esta popularidade do aplicativo dentro da comunidade ciclística é um dos principais motivos da sua escolha e uso. Assim, no próximo subtópico, a discussão estará focada na relação entre identidade dos ciclistas e o aplicativo Strava sob a ótica do eu estendido (Belk, 1988, 2013, 2016).

4.2 Relação entre o eu estendido dos ciclistas e o Strava

Segundo Belk (1988) o ‘eu’ pode ser estendido por meio do corpo, de ideias, experiências, pessoas, lugares e posses pessoais em que o indivíduo se sente ligado. No entanto, com advento da tecnologia as possibilidades de extensão se tornaram mais amplas (Belk, 2013). Assim, a partir da análise das transcrições das entrevistas, foi possível identificar cinco subcategorias temáticas emergentes dos dados relacionadas ao tópico desta seção, foram elas: (i) acompanhamento dos parâmetros (evolução); (ii) mostrar realizações (comprovar/coleccionar); (iii) motivação externa (comunidade); (iv) diário agregado e (v) gamificação (superação). Tais categorias serão apresentadas e discutidas no âmbito das mudanças percebidas do eu estendido na era digital: (i) desmaterialização; (ii) memória distribuída; (iii) personificação; (iv) co-construção; e (v) compartilhamento.

4.2.1 Acompanhamento dos Parâmetros (Evolução)

Durante as análises das transcrições das entrevistas, a primeira subcategoria constituída foi ‘o acompanhamento dos parâmetros (evolução)’. Segundo a maioria dos entrevistados, o aplicativo Strava é importante para sua prática esportiva, pois proporciona a gravação da ‘pedalada’. Assim, é possível que o ciclista acompanhe todos os dados referente a sua atividade, como, por exemplo, tempo do percurso, quilometragem, altimetria, gasto calórico, entre outros. O acompanhamento destes dados dá subsídios para que os ciclistas melhorem seu desempenho na atividade, visto que eles podem comparar o seu desempenho ao longo do tempo, ou o seu desempenho em alguma rota específica, na qual se teve a oportunidade de andar mais de uma vez. Este tipo de automonitoramento é uma tendência do eu na era digital (Belk, 2016), sendo percebido também entre os corredores que utilizam o aplicativo Strava (Couture, 2020). Os excertos abaixo apresentam alguns trechos que ilustram a subcategoria:

O Strava é pra.. pra calcular, né?! As rotas, pra gravar a pedalada, pra gente ter uma noção do quanto você está melhorando, da sua evolução, porque ali ele te mostra as quilometragens, percursos, é.. a velocidade, né?! A média, é... a altimetria. Então, ele auxilia no progresso, eu acredito. (M-01, operadora de caixa, 26 anos)

Mas, eu gosto de usar o Strava pra marcar o meu pedal, pra eu ver o meu desempenho. Então, eu gosto de quando eu termino um pedal, principalmente, quando eu passo por algum trecho que eu já passei, eu gosto de ver se dei conta de melhorar o meu desempenho e ele me proporciona isso. (H-01, administrador, 35 anos)

A importância é que você sabe a sua quilometragem, você tem a perda de calorias, a sua velocidade e tudo isso daí é bom pra que você possa melhorar. Vamos supor, você faz um circuito 3 vezes na semana, você pode melhorar [...]. Então, ele é muito importante nesta área de melhoramento, condicionamento seu. (H-07, militar, 55 anos)

Como pode ser observado nos trechos acima, a questão da evolução na prática de *mountain bike* é um referente que marca a identidade dos ciclistas entrevistados (Christensen & Olson, 2002). Assim, pode-se inferir que o Strava atende esta questão simbólica do grupo, por meio dos recursos que o aplicativo detém para gravar a ‘pedalada’ e dar os parâmetros considerados importantes para que os praticantes melhorem e, conseqüentemente, evoluam dentro do esporte. Neste sentido, duas das entrevistadas afirmaram que passaram a utilizar a versão paga do aplicativo justamente para obter um maior número de dados sobre a sua atividade. Nas palavras da entrevistada 5, estudante, 24 anos: “Eu optei pela versão paga para ver meu desempenho, porque aí mostra meu gráfico total do desempenho, meus pedais antigos, como eu melhorei. Então, eu preferi pagar para ver todos os detalhes do meu treino, porque antes não conseguia ver”.

Isso retoma a (co)construção, uma vez que os gráficos tornam-se as medidas do que os indivíduos são, permitindo ao sujeito que se compare com relação aos dados anteriores, bem como aos dados de outros (Belk, 2016). Como observado por Couture (2020) o Strava pode ser utilizado para monitorar a atividade, comparar o esforço ao longo do tempo, conhecer novas rotas e reconhecer a aptidão do indivíduo (Couture, 2020). Assim, por meio do acúmulo destes dados (memória compartilhada) o indivíduo pode construir uma narrativa do seu eu dentro das redes (Belk, 2013).

Tendo em vista o conceito do eu estendido, observa-se que estes recursos, embora digitais, materializam e personificam o sujeito, evidenciando aquilo que se faz (Garcia, Marchi & Jungles, 2020). Como afirma Belk (1988), a linha entre o ser, o fazer e o ter é muito próxima. Assim, este tipo de extensão do eu, serve como marcador de memória, fazendo uma ligação entre as experiências e lembranças dos eus anteriores (Belk, 1988). Tratando especificamente da personificação, percebe-se que mesmo o aplicativo não usando avatares, a utilização dos parâmetros para retratar o ‘eu’ cumpre o papel de colocar os próprios indivíduos olhando diretamente para sua identidade esportiva criada com auxílio do aplicativo. Isso propicia, ao indivíduo um grande apego e apreço com esse ‘eu criado’, como acontece com os avatares de jogos online (Wang et al, 2009). Assim, a medida que o indivíduo percebe a evolução do seu ‘eu’ na prática esportiva, cada vez mais eles querem melhorá-lo, fazendo com que eles se exercitem mais, gerando o efeito Proteus, que diz respeito a possibilidade de se tornar aquilo que você deseja (ver Belk, 2013; Messinger et al, 2019). Nas palavras do entrevistado 1, administrador, 35 anos: “Agora eu fiz um pedal de 20 km, agora quero fazer um de 25, de 30. Até, chegar no famoso pedal de 100 km que todo mundo quer fazer, porque andar 100 km não é fácil, não é simples, precisa ter uma preparação”.

4.2.2 Mostrar Realizações (Comprovar/Colecionar)

A segunda subcategoria constituída por meio dos dados foi ‘mostrar realizações (comprovar/colecionar)’. Durante as entrevistas, a grande parte dos ciclistas mencionaram utilizar o aplicativo como um meio de mostrar as suas realizações no esporte, ora como uma forma de comprovar a realização da atividade perante o grupo, ora para colecionar os seus históricos de rota e/ou desempenho. Os excertos abaixo ilustram a subcategoria.

Eu nunca esqueci de ligar o Strava, porque já é meio que um automatismo. Todo mundo que fala que vai fazer uma atividade, vai andar de bike já vai ligar. Eu fico frustrado, quando você liga, acha que ligou, você pensa que está funcionando, quando você termina o pedal vê que ele não gravou. Aí é frustrante. Porque, às vezes, igual eu te falei, às vezes, eu passei num caminho, que eu queria melhorar o meu desempenho, e eu sei que na hora que eu

cheguei naquele trecho, na minha cabeça veio "aqui é aquele trecho que eu tenho que melhorar". Aí eu fui lá e dei meu máximo, mas não tem como comprovar, porque ele não gravou. (H-01, administrador, 35 anos)

Ah.. é chato, porque você faz e aí você: "ou, deixa eu ver o quanto que eu consegui fazer hoje". E aí você vai olhar, você fez, você sabe que fez, beleza?! Mas, você não tem.. não está mais no seu portfólio aquilo ali, você não conseguiu colocar na prateleira aquilo ali. (H-03, desenhista, 37 anos)

Um dia eu fiz um pedal sofrido, sofrido, e o Strava tinha caído o servidor. Aí o meu colega: "você não fez o pedal?". "Fiz, só estou esperando o Strava voltar pra mim baixa a atividade". Aí, a gente acostuma muito baixar, a gente chega em casa, a primeira coisa que já faz é baixar do Garmin para o Strava. (H-05, gráfico, 30 anos)

Como pode ser observado nos trechos acima, mesmo os ciclistas tendo consciência do seu treino e da sua atividade, essa passa a não ser contabilizada por ele e pelo grupo quando o aplicativo Strava por algum motivo não faz o seu registro. Assim, percebe-se que a questão da comprovação não engloba apenas a apresentação de resultados ao grupo, mas pela própria pessoa que vê a necessidade de realmente ter os dados de seu desempenho para aferir a sua evolução e qualificar sua atividade. Neste sentido, pode-se afirmar que o Strava faz parte da extensão do eu de ciclistas, à medida que representa o 'eu' e o 'meu'. Ademais, é notório nas falas dos entrevistados que quando não ocorre o registro da atividade isso diminui o seu eu (ver Belk, 1988).

Embora, Belk (2013) levante a dúvida que os indivíduos se tornem tão apegados as posses imateriais, nesta pesquisa se verifica que as posses digitais são importantes extensões da identidade de ciclistas, visto que eles se frustram e lamentam a perda da posse de seus registros pelo aplicativo. Uma possível justificativa para isso, é que o aplicativo singulariza o desempenho de cada ciclista, portanto, pode haver uma possessão especial (Belk, 2013). Em termos das mudanças percebidas na era do eu digital, lista-se aqui a memória distribuída, que é constituída por meio de ferramentas tecnológicas/digitais, as quais auxiliam nas lembranças, emoções e eventos importantes da vida do indivíduo (Belk, 2013).

Destaca-se nos excertos também o fator colecionismo, como já foi observado em outro aplicativo – o Vivino (Garcia, March & Jungles, 2020). Com relação ao aplicativo Strava, a coleção envolve o grande esforço envolvido através da atividade física, a conquista e demonstração de conhecimento, aspectos observados também na pesquisa de Garcia, March e Jungles que envolvia a experiência do consumo de vinho (2020). Assim, corrobora-se que a maior parte das vezes a diferença de colecionar digitalmente está na mudança de um ato privado, para um ato de grupo (Belk, 2013), como pode ser observado pelas narrativas dos sujeitos participantes desta pesquisa.

4.2.3 Motivação Externa (Comunidade)

A terceira subcategoria constituída foi denominada de 'motivação externa (comunidade)'. Todos os usuários do aplicativo Strava, entrevistados nesta pesquisa, foram categóricos ao falar sobre a importância da comunidade, retomando a importância da comunidade para a prática esportiva como constatado por McCormack (2017). A maioria das afirmações giraram em torno da capacidade que um impulso externo como curtidas (Kudos), compartilhamentos e comentários nas publicações podem incentivar e motivar a continuação da prática esportiva, tanto por parte daqueles que recebem, quanto por parte daqueles que acompanham. Nas palavras do entrevistado 3, desenhista, 37 anos: "E, acaba tendo incentivo

um pouco mais disso assim, vamos por: a galera viu, reconheceu isso. Então.., o que aconteceu, o que eu fiz não foi só eu fiz, é.. teve o reconhecimento também além disso. Então, acaba sendo um incentivo extra”.

Isso retoma outra mudança do eu estendido na era digital, o compartilhamento (Belk, 2013). De acordo Belk (2013), as formas de compartilhamento digital fomentam sentimentos de comunidade e agregam sentido de identidade. Como pode ser observado nas falas dos ciclistas entrevistados, o aplicativo Strava não apenas auxilia na formação da comunidade de ciclista, mas também, propicia a criação de sentimentos de pertencimento de grupo e de uma identidade grupal. Deste modo, o ato de compartilhar aumenta o senso de comunidade imaginada e agregam o eu estendido (Belk, 2013).

Ademais, como salientado por Belk (2016), percebe-se aqui, que os comentários realizados no Strava contribuem na (auto)apresentação e ajudam os ciclistas a moldarem a sua imagem. Assim, observa-se que a rede social do Strava auxilia na (co)construção do eu, uma vez que as curtidas, comentários e/ou marcações cooperarem na formação da identidade do indivíduo (ver Belk, 2013). Os trechos abaixo ilustram a subcategoria motivação externa.

E, e foi importante, assim, o Strava também, porque querendo ou não, como é uma na comunidade, né? As pessoas olham o que você fez, e.. é legal porque te incentiva, né?! E você incentiva outras pessoas também. É.. e é importante quando você tá começando a uma atividade, você ter esse incentivo, porque, às vezes, a motivação só não é o suficiente. Às vezes, a gente precisa de algo externo, que de uma motivação plus pra gente, né?! (M-02, farmacêutica militar, 38 anos)

O Strava já é um, um aplicativo assim, que a gente usa, igual eu uso, como se fosse um Instagram, entendeu?! Eu entro pra poder ver as pedaladas e curtir a pedalada de quem foi. [...] Mas, o Strava eu gosto de tá vendo pra mim poder ver onde eles foram, ver rota nova, sabe?! Igual, tem aqueles que conhece a gente, sempre comenta: “Bruta demais, sou fã de vocês pelo tempo que vocês pedala”. (M-03, secretária, 26 anos)

[...] Ah é bom compartilhar, é bom.. é bom, porque.. como vou te explicar, é porque você sente motivado, é uma motivação diferente [...]. Quando uma pessoa experiente te fala ainda: "nossa, você tá voando no pedal" é gratificante, você vê que está crescendo no esporte, mesmo que você não esteja pensando em competir, é sinal que você está evoluindo [...]. Às vezes, quando você segue outro ciclista, que, as vezes, você nem conhece fisicamente, e.. quando você tá lá dá um joinha pra ele lá; opa, ele tá crescendo; opa, tá me seguindo. É bom pro psicológico da gente, isso incentiva ele a continuar, a não parar [...]. (H-08, autônomo, 40 anos).

Outros comentários dentro desta terceira categoria, giraram em torno de que é possível fazer novas amizades, bem como, é possível se inspirar na prática de ciclistas mais profissionais e conhecer novas rotas. Pode-se ser reinterpretado aqui os achados de Born (2011) com relação a música digital compartilhada, ou seja, a interação estabelecida entre os ciclistas pelo aplicativo os marcar como parte de uma comunidade, porém não só imaginária, mas também, participativa. Como retratado na fala da entrevistada 5, estudante, 24 anos: “Porque, tipo assim, eu consigo fazer amizades através do Strava, fiz amizade com muita gente, pessoas que eu nem imaginava, que tinha na cidade vizinha, eu conheci através do Strava. [...]”. Assim, o aplicativo contribui para a importância do relacionamento entre ciclistas, um aspecto importante para esta comunidade. Como constatado por Christensen e Olson (2002) o *mountain bike* é um esporte de

interação social, que proporciona o compartilhamento de experiência, aumento o senso de pertencimento e melhora os relacionamentos.

4.2.4 Diário Agregado

Outra subcategoria constituída foi o ‘diário agregado’, que engloba as falas dos entrevistados sobre a possibilidade de criar registros que envolvem mais de uma pessoa na rede, bem como, envolvem a compreensão de registro de locais típicos da comunidade ciclística e de tipos de posturas em fotos que remontam o eu estendido agregado dos ciclistas. Os entrevistados demonstram em suas falas a importância da criação destes ‘diários’ para a identidade de grupo. Assim, os excertos a seguir ilustram a subcategoria.

E, geralmente, tem sempre aquele ponto. Se eu vou na cidade vizinha tem sempre aquele ponto que todo mundo que vai lá, tira foto, sabe?! E, então, quando vai lá, você quer registrar que você teve lá, né? E, as fotos ficam muito bonitas. (M-01, operadora de caixa, 26 anos)

Representa isso, por exemplo, se tiver dois, três, quatro ciclistas pedalando juntos com o Strava ligado, o próprio Strava já faz a junção que você estava andando com essas pessoas, né?! Então, na hora que você termina o pedal, ele já vai te falar que você pedalou com mais 2, mais 3. E aí você pode comparar o desempenho entre os 4 que fez o mesmo percurso. (H-01, administrador, 35 anos)

Então, até tem gente de vários países no meu Strava. E eu acho isso interessante pra caramba, porque também, além de uma experiência esportiva, de saber o que, que um cara com uma cultura diferente, como que é a prática dele lá em outro país. Às vezes o cara tá na China, na Suíça, na França, você tem uma, você tem uma experiência também dele, que tá lá. E você visita através dessas pessoas todos lugares também. E, através de mim eles também visitam os locais [...]. (H-03, desenhista, 37 anos)

Às vezes, você sai para pedalar com um amigo, o dele não marca, o seu marcou, depois você compartilha com ele, e aí aparece lá no Strava dele também. Isso também é um ponto muito importante [...]. Aí, ele tem a possibilidade de não perder o pedal que ele fez, se tiver um amigo marcando. (H-07, militar, 55 anos)

Tendo em vista as falas dos entrevistados, retoma-se a questão do eu agregado mencionado por Belk (2013, 1988). Neste sentido, os ciclistas veem o seu eu como pertencente a uma comunidade mais ampla, na qual o aplicativo Strava contribui para a manutenção deste eu mais transcendente que vai além do indivíduo, seja pelas postagens compartilhadas entre as pessoas, ou locais considerados típicos da comunidade. Como Belk (1988) explica, atos de altruísmo, de preocupação com o outro (expressado na fala do entrevistado 12) são baseados em engrandecer um nível mais amplo do eu, saindo do confinamento da mente e do corpo, o que pode contribuir para imortalidade desta identidade de grupo. Corrobora-se que os símbolos que fazem parte da identidade de determinado grupo englobam também lugares (Belk, 1988) e formas de registrar momentos vividos por eles por meio de poses similares nas fotos.

Assim, Belk (1988) afirma que quando se percebe que uma parte do eu estendido pode ser compartilhada pode-se explicar atos de responsabilidade cívica. Nesta pesquisa, observa-se que a percepção agregada do eu contribui para (re)afirmar o estilo de vida do grupo, os aspectos

simbólicos que envolvem a comunidade, sendo uma forma de mantê-la. Com relação as mudanças do eu estendido digital, observa-se que as posses digitais compartilhadas são mais relevantes para o nível agregado, visto que faz parte do eu estendido agregado compartilhar com os demais participantes (Belk, 2013). Ademais, nas falas dos entrevistados, é percebida a (co)construção, em que por meio de postagens e marcações na rede os amigos ajudam na reafirmação no senso de identidade uns dos outros (Belk, 2013). Isso resulta, num eu agregado que pertence tanto aos que outros que ajudaram a formá-lo, quanto ao próprio indivíduo (Belk, 2013).

4.2.5 Gamificação

A última subcategoria foi nomeada de “gamificação”, tendo em vista as propriedades do aplicativo que estimulam o jogo dentro da comunidade como a disputa de segmento, em que há a comparação do desempenho dos ciclistas por meio de um *ranking* com os ‘tops’ da categoria e a disponibilização troféus e coroa digital (KOM – *King of Mountain* ou QOM – *Queen of Mountain*). Segundo os entrevistados este recurso do aplicativo os mantêm motivados e, permite, que eles superem o seu desempenho. Embora, menos comentado, a gamificação também aguça a competição entre os membros do grupo, sendo capaz de proporcionar a motivação necessária para melhorar e/ou superar o desempenho do indivíduo no esporte. Os excertos a seguir ilustram a subcategoria.

Aí a gente fica, tipo assim, sempre que tem um segmento, igual, tem um segmento de um trevo até o outro trevo aqui na cidade, eu já consegui, eu acho que to no quinto lugar, peguei quinto lugar de tempo, tem um trofeuzinho. Aí eu mesmo fico me desafiando. Se eu não tiver muito cansada, aí eu falo assim pros meninos: vou ver se consigo bater meu tempo pra diminuir. Mas, até hoje eu não consegui. Não consegui diminuir meu tempo. Então, o próprio Strava desafia a gente conseguir aquilo, que você já conseguiu. Ele te entusiasma, te dá medalhinha, trofeuzinho, tem as coroinhas. [...] A gente pedala pra ver se consegue ganhar, né?! (M-03, secretária, 26 anos)

É também, existe, né?! A mensagem do próprio ego: "Passei no segmento na sua frente, vai lá e abaixa o tempo". Entendeu?! [...] O Strava dá um negócio lá que chama Flyby e... Ele marca, ele determina pra ver onde você perdeu a prova, onde você perdeu a competição, onde o adversário conseguiu abrir distância de você, entendeu?! Eu gosto muito deste Flyby do Strava. Aí você pode comparar você com aqueles que deixam autorizado este recurso e com você e você mesmo. (H-04, dentista, 40 anos)

Eu optei pela versão paga, porque eu posso criar os segmentos e depois passar lá para pegar o KOM ou ver meus RP's [recordes pessoais]. O KOM é a coroinha que todo mundo fala, a famosa coroinha que todo mundo quer. Aí, pelo Strava se você marcar o segmento, ele avisa quanto tempo você está na frente, ou quanto tempo está atrás do KOM. [...] se você pegar a coroinha de um mais forte que você, é porque você está forte também. (H-05, gráfico, 30 anos)

Pro meu pedal?! Buscar KOM [risos], buscar KOM, que é o primeiro lugar em qualquer segmento [risos]. É... Busca KOM, o famoso caça KOM. Igual, tem uma mulher lá no tiktok que faz o vídeo lá, que o bruto não sai de casa pra poder ficar em terceiro lugar só em primeiro. Quando eu resolvo sair pra fazer segmento, é de terceiro lugar para cima. Eu não vou em busca menos

que isso não, não vou. A minha intenção é só KOM. Superação, só isso. Superação e.. agradecer aos amigos que apoia. (H-06, doceiro, 31 anos)

Os recursos de gamificação do Strava proporciona que os ciclistas se sintam constantemente desafiados. Como observado no artigo de Christensen e Olson (2002) os ciclistas de *mountain bike* trabalham arduamente para quebrar seus recordes e continuar melhorando sua prática. Neste sentido, afirma-se que o aplicativo Strava coopera para este aspecto simbólico do grupo, o que contribui para que o aplicativo seja considerado parte do eu estendido agregado destes ciclistas.

Com relação a mudança do eu estendido na era digital, observa-se a questão da desmaterialização, em que Belk (2013) questiona a possibilidade de extensão das posses digitais e o apego a elas. Neste sentido, observa-se nos relatos dos entrevistados que embora os troféus, as coroas disponibilizadas pelo aplicativo Strava fique à mostra apenas para os usuários da rede, elas significam muito para o eu dos ciclistas, visto que tais posses os destacam dentro da comunidade, singularizando o seu eu. Ademais, observa-se que a busca por tais posses digitais, modifica o comportamento off-line dos ciclistas, os quais investem maior disposição para se superar e competir com os demais (questão observada em outros fenômenos, ver Messinger et al 2019; Wang et al, 2009). Portanto, os significados da experiência são preservados simbolicamente no objeto desmaterializado, não apenas para o indivíduo, mas coletivamente (Garcia, Marchi & Jungles, 2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente artigo foi compreender como se dá a extensão do eu individual e agregado de ciclistas no aplicativo Strava. Para tanto, foram realizadas 14 entrevistas com ciclistas que utilizam o aplicativo Strava na sua prática esportiva. Assim, por meio deste artigo foi possível compreender como os aplicativos, especialmente o Strava, pode fazer parte das extensões da identidade dos indivíduos nos dias atuais.

Em um primeiro momento, constatou-se que o aplicativo faz parte do eu estendido individual e agregado de ciclistas, visto que é possível perceber nas falas dos entrevistados uma forte ligação entre eles e o aplicativo, seja pela a valorização dos dados (parâmetros individuais), um meio de mostrar as realizações, pela construção de diários agregados, pela participação na comunidade ou recursos de gamificação. Essa extensão do eu dentro do aplicativo Strava, pode ser corroborada ainda por meio dos relatos que enfatizam o sentimento de frustração quando não se é possível marcar ou compartilhar os dados de treino pelo aplicativo. Assim, embora o aplicativo e os dados dispostos neles sejam imateriais, observa-se que a relação de posse está presente.

Constatou-se também que o aplicativo Strava engloba algumas práticas simbólicas da comunidade de ciclistas, como a questão da evolução na prática de *mountain bike* e da interação social (Christensen & Olson, 2002). Assim, observa-se que os recursos de (auto)rastreamento e/ou (auto)monitoramento é um dos atributos que destacam no aplicativo, pois dá subsídios mensuráveis aos ciclistas que podem ter uma noção mais real do sua evolução no esporte. Ademais, a união da rede social ao aplicativo coopera ao dar motivação para a continuação da prática esportiva, seja pelo incentivo dado pelos comentários e curtidas, pela comparação e competição gerada direta e indiretamente pelo aplicativo.

Foi possível constatar dentro do fenômeno pesquisado as cinco mudanças do eu estendido na era digital relatadas por Belk (2013). Nos relatos dos entrevistados foi possível inferir que os ciclistas veem o seu eu como pertencente a uma comunidade mais ampla, na qual o aplicativo Strava contribui para a manutenção deste eu mais transcendente que vai além do indivíduo, seja pelas postagens compartilhadas entre as pessoas, ou locais considerados típicos

da comunidade. Assim, pode-se afirmar que a percepção agregada do eu contribui para (re)afirmar o estilo de vida do grupo, os aspectos simbólicos que envolvem a comunidade, sendo uma forma de mantê-la.

Como limitações do estudo está o uso de uma única técnica para a coleta de dados, o que pode restringir o estudo do fenômeno. Outra limitação foi a pequena quantidade de entrevistados, onde pode sugerir respostas centradas ou limitadas a pequenos grupos de opinião. Sugere-se a ampliação do grupo de entrevista para captar com maior profundidade a realidade dos ciclistas usuários do aplicativo Strava. Para estudos futuros, mostra-se pertinente expandir a pesquisa para outras aplicações digitais ou grupos esportivos, haja vista a crescente tendência de ambos. Ademais, espera-se com este artigo incentivar a realização de pesquisas sobre o eu estendido na era digital, comparando similaridades e diferenças.

Referências:

- Adjust. (2019). Global App Trends Report 2019. Disponível em: < <https://www.meioemensagem.com.br/home/patrocinado/adjust/2019/06/12/global-app-trends-report-2019.html>>. Acesso em 10 de jul. 2021.
- Aliança Bike. (2020). Vendas de bicicletas no Brasil tiveram aumento de 118% em julho. Associação Brasileira do Setor de Bicicletas – Aliança Bike. Disponível: < <https://aliancabike.org.br/vendas-em-julho/>>. Acesso em 10 jul. 2021.
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70.
- Belk, R. W. (2016). Extended self and the digital world. *Current Opinion in Psychology*, 10, 50-54.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of consumer research*, 40(3), 477-500.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Chaves, L. (2020). Apesar da pandemia, rede social mostra aumento da na prática esportiva. Agência Brasil. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2020-12/apesar-de-pandemia-rede-social-mostra-aumento-na-pratica-esportiva>>. Acesso em 10 de jul. 2021.
- Cheever, N. A., Rosen, L. D., Carrier, L. M., & Chavez, A. (2014). Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users. *Computers in Human Behavior*, 37, 290–297.
- Christensen, G. L., & Olson, J. C. (2002). Mapping consumers' mental models with ZMET. *Psychology & Marketing*, 19(6), 477-501.

- Couture, J. (2020). Reflections from the “Strava-sphere”: Kudos, community, and self-surveillance on a social network for athletes. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 1–17.
- Fisher, E.; Castilhos, R. B., & Fonseca, M. J. (2014). Entrevista qualitativa na pesquisa de marketing e do consumidor: abordagens paradigmáticas e orientações. *Brazilian Journal of Marketing – ReMark*, edição especial, 13 (4), p. 67-79.
- Fritz, W., Sohn, S., & Seegebarth, B. (2017). Broadening the Perspective on Mobile Marketing: An Introduction. *Psychology & Marketing*, 34(2), 113–118.
- Garcia, S. F. A., Marchi, G. de M., & Jungles, B. F. (2020). Extensão do self no ambiente virtual: proposta de estrutura conceitual. *Revista Brasileira de Marketing*, 19(2), 309-333.
- Kallio, H.; Pietila, A.; Johnson, M.; Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954-2965.
- Lemos Júnior, L. C., Silveira, N. S. P. da, & Santini, R. B. (2015). A feminização da área contábil: um estudo qualitativo básico. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)*, 9(1).
- Martins, V. M. C., De Oliveira, M. O. R., & Corso, K. B. (2018). Sou o que eu Consumo? Smartphones e o Self Estendido a Luz de Paradoxos Tecnológicos. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(3), 329-343.
- McCormack, K. M. (2017). Inclusion and Identity in the Mountain Biking Community: Can Subcultural Identity and Inclusivity Coexist? *Sociology of Sport Journal*, 34(4), 344–353.
- Messinger, P. R., Ge, X., Smirnov, K., Stroulia, E., & Lyons, K. (2019). Reflections of the extended self: Visual self-representation in avatar-mediated environments. *Journal of Business Research*, 100, 531-546.
- Oltramari, L. C., & Naujorks, C. J. (2020). Identidade sobre rodas: um ensaio sobre a cultura biker custom. *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, 17, 01-14.
- Pierri, V. (2020). Ciclismo ganha destaque durante pandemia com aumento de adeptos e recorde de vendas. *Jornal da USP*. Disponível em: < <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/ciclismo-ganha-destaque-durante-pandemia-com-aumento-de-adeptos-e-recorde-de-vendas/>>. Acesso em 10 jul. 2020.
- Quintão, R. T., Brito, E. P. Z., & Belk, R. W. (2017). The taste transformation ritual in the specialty coffee market. *Revista de Administração de Empresas*, 57, 483-494.
- Ross, A. S., & Zappavigna, M. (2019). My sport, my perspectives: Intersubjectivity in cyclist Instagram posts. *Discourse, Context & Media*, 100327.

- Shankar, V., Venkatesh, A., Hofacker, C., & Naik, P. (2010). Mobile Marketing in the Retailing Environment: Current Insights and Future Research Avenues. *Journal of Interactive Marketing*, 24(2), 111–120.
- Stewart, C. J., Cash Jr., W. B., & Guedes, L. V. (2015). Técnicas de Entrevista. [Revisão técnica]: estruturação e dinâmica para entrevistados e entrevistadores. Porto Alegre: AMGH.
- Strava. (2018). Strava supera 2 bilhões de atividades postadas por seus usuários. Disponível em: < <https://blog.strava.com/pb/press/strava-upload-rate-surges-5x-total-uploads-surpass-2-billion/>>. Acesso em 10 de jul. 2021.
- Vieira, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: Vieira, M. M. F., & Zouain, D. M. (Org.). *Pesquisa qualitativa em administração*. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p.13-28.
- Vinuto, J. A. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate aberto. *Temáticas*, 22 (44), 203-220.