

A visibilidade do lazer: os meios, a midiaticização e a mediação no *Instagram*¹

Vivianne LIMEIRA²
Allyson, CARVALHO³
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO

Neste trabalho partimos da visibilidade do lazer nas redes sociais, a mediação e a midiaticização condicionadas principalmente pela apropriação crescente de novas tecnologias nos diversos grupos sociais. Da visibilidade social às novas visualidades técnico-culturais como trata o teórico em comunicação Martin-Barbero. No intuito de embasar o estudo acerca da produção de sentido na mediação do lazer a partir das imagens dos usuários do *Instagram*, objeto de investigação a ser mais bem trabalhado pelos pesquisadores na dissertação em estudos da mídia, utilizando o método netnográfico, analisamos as imagens publicadas em um perfil da rede *Instagram* e relacionamos às categorias de lazer da sociologia empírica do lazer de Dumazedier para verificarmos tais relações.

PALAVRAS-CHAVE: lazer; mediação; *Instagram*; visibilidade.

INTRODUÇÃO

Cada vez mais os processos comunicacionais centralizados aos sistemas midiáticos e aos campos culturais e sociais – como o lazer –, reestruturam as sociedades e reconhecem a mediação dos meios e a relação entre o usuário e suas mídias, com a consequente apropriação dessas pelos usuários.

Essas apropriações e as implicações do uso das mídias digitais na cultura contemporânea são problemáticas a serem verificadas, pois, estando tais ações imersas nas práticas cotidianas, nas transformações e tendências de comportamentos, promovem à ascendência das relações e suas ressignificações no contexto em que se inserem. E, junto à reprodução demasiada de imagens, permitem a notoriedade de fatos simples do indivíduo e a propagação de acontecimentos em segundos como a das práticas sociais de lazer.

¹ Trabalho apresentado ao DT06 – Interfaces Comunicacionais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, e-mail: vivianne.limeira@gmail.com

³ Professor Dr. Orientador, e-mail: allysoncarvalho@hotmail.com

Nesse prisma, Martin-Barbero analisa a presença constante das imagens em nossa vida, onde muitas vezes ela “é associada a uma doença incurável do mercado e da política contemporânea, e quase nunca aos fenômenos e dispositivos da visibilidade” (2008, p.22). Essa visibilidade social está condicionada às novas visualidades técnico-culturais, como a internet, “onde não é possível existir/estar na rede sem ser visto – detectado/observado– por milhares de olhos” (MARTIN-BARBERO, 2008, p.22).

Esses fatos, por sua vez, condicionam no uso demasiado e na criação de novos dispositivos tecnológicos de interação. E como explica Baccega (p.33) “Imagem, estética, divulgação intensa de produtos dada a necessidade de produção e consumo rápidos desenham o território dos meios de comunicação”. O que se torna interesse de segmentos sociais e mercadológicos, da coletividade e dos indivíduos leitores-espectadores e internautas (GARCIA-CANCLINI, 2008), nos mais diversos ambientes em progressiva fusão multimídia e, preferencialmente, no ciberespaço.

Compreender as questões da nossa sociedade e da própria vida atual nesse viés, permeado de construções e conexões mensuradas, se constitui em rupturas perceptíveis nos comportamentos e modos de expressão, na linguagem e em novas culturas. Com base nesse contexto, como pensar o lazer diante de tanta visibilidade e visualidades nas redes sociais digitais?

Com o desenvolvimento gradativo das novas tecnologias de informação e comunicação e o lazer inserido nas vivências das redes sociais – *o lazer domiciliado, desmaterializado e virtualizado* (RODRIGUES, 2012) –, as relações individuais e/ou coletivas e as inúmeras atividades no ciberespaço, acabam por tornar-se cada vez mais mediadas por dispositivos e plataformas. Nesse contexto, é possível identificar as várias formas de lazer na sociedade pós-industrial (ou sociedade da informação) e, mais ainda, a visibilidade dessas práticas no cenário midiaticizado.

Nesse aspecto, entendemos a midiaticização como um processo em que os meios de comunicação além de modificarem as estruturas sociais, culturais e políticas da sociedade, estabelecem e dão sentido as narrativas dos indivíduos que se apropriam e interagem nos grupos sociais das redes. A experiência da vida cotidiana é pensada na forma midiática (SILVERSTONE, 2005).

Nessa perspectiva, apresentamos a plataforma *Instagram*⁴, uma rede social focada no compartilhamento de imagens e vídeos curtos que, dado a sua interface, usabilidade, desempenho e funcionalidade contribuem atualmente para popularização da rede. E, acrescentamos a isso, a produção de sentido na proposta da plataforma de “capturar e compartilhar o mundo” através de imagens que refletem as emoções e percepções dos usuários, como diz Honorato (p.2, 2013) (apud MANOVICH, 2013): “as fotos do *Instagram* ressoam com experiências mais pessoais e autênticas que narram o mundo”.

Com foco na visibilidade das práticas de lazer em imagens no contexto da rede *Instagram*, utilizando a abordagem netnográfica no perfil escolhido da citada rede, este artigo tem como objetivo observar e analisar as imagens compartilhadas em um perfil da rede e relaciona-las às categorias de lazer desenvolvidas no estudo sociológico de J. Dumazedier. Em busca de um aparato conceitual diante das possibilidades em que se insere o lazer, a mediação e a midiaticização condicionados principalmente pela apropriação crescente de novas tecnologias nos mais diversos grupos sociais, se faz importante esse estudo.

2 APONTAMENTOS SOBRE LAZER, MEDIAÇÃO, MIDIATIZAÇÃO E VISIBILIDADE no *Instagram*

Entender as relações dos meios na sociedade pós-moderna, imbricadas ao campo da comunicação, o campo midiático e o campo sociológico do lazer, possibilitam-nos em definir termos como midiaticização e mediação. Essas definições abrangem os processos e objetos de estudo como o do uso das redes sociais e das novas formas de relacionamentos mediadas pela inserção das tecnologias de informação e as mídias digitais, em particular, e dessas nos diversos segmentos sociais. Fato que acarreta no panorama de transformação da mídia na sociedade atual.

A midiaticização que acomete de forma intensiva os processos da cultura e da sociedade, onde as mídias são entendidas como estruturas que condicionam e permitem a ação humana reflexiva (HJAVARD, 2014), e aqui nos referimos as apropriações sociais que se faz das tecnologias e seus usos. E também como Cláudio Paiva (2012)

⁴ *Instagram* é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos curtos on-line para usuários de Android e iPhone. Site para acesso: <<http://www.instagram.com>>.

trata em seu texto *Sob o signo de Hermes*, que estas ações é que darão visibilidade e mostrarão as consequências e implicações dos fenômenos da mídiatização e mediação.

Nesse aspecto, pesquisadores da comunicação avaliam a mudança que permeia gradualmente os processos comunicacionais e as construções sociais e culturais, tornando a mídia uma ferramenta cada vez mais social (SHIRKY, 2011). Essas transformações regem os grupos sociais e as suas culturas e nesses meios, reconhecemos as apropriações e as implicações entre o uso das mídias digitais e seus usuários.

Nesse viés, sendo a “mídiatização uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação” (SODRÉ, 2009, p.21), é nos ambientes digitais das novas mídias que o processo de mídiatização, dado a *tecnointeração*, se reformula. E aqui nos reportamos ao mesmo autor sobre “a habilidade das ideologias tecnicistas em tentarem deixar visível apenas o aspecto técnico do dispositivo midiático”, os usuários não são mais contra estes ou aqueles valores, graças à interface gráfica, os usuários vivenciam o que está representado e a possibilidade de troca concede reprodução e reflexão para a constituição de identidades pessoais (SODRÉ, 2009).

A dimensão da mídiatização e a diferença com mediação, que imperceptivelmente distingue-se de interação, implica na construção de um sentido social. Os valores presentes nas variadas formas da linguagem e nas muitas instituições mediadoras e “mobilizadores da consciência individual e coletiva” (SODRÉ, 2009, p.21) mesmo no ambiente de virtualização, dão base material às mediações, entre elas, o lazer.

A mediação que o lazer mantém com a sociedade – com o processo produtivo de trabalho e com as atividades humanas –, entre elas a apropriação das redes sociais digitais e as formas de uso que nela decorrem, tem influência direta na escolha das práticas. No ambiente das redes, as várias formas de participação dos usuários e as diferentes finalidades, interfaces e formatos dos sistemas facilitam na construção e interação de redes sociais. E citamos aqui a plataforma *Instagram*.

Esta rede é atualmente uma das ferramentas mais populares na internet. Com mais de 400 milhões de usuários ativos por mês no mundo todo e 29 milhões só no Brasil, ela apresenta uma grande proporção de consumidores e nisso um processo permanente de sentido “como formas básicas de apropriação temos a construção de identidade e a interação social” (RECUERO, 2007, p. 1).

A relação dinâmica que consiste o lazer, a mediação e o fenômeno da midiáticação, bem como a apropriação do sistema e do possível lazer virtualizado nos espaços sociais, mediante uma cultura marcada pelo entretenimento e de complexas relações humanas, chegamos “a noção de lazer integrado à cultura, alimentando-a e sendo por ela alimentado.” (PRONOVOST, 2011), e na mediação que nos fala Martin-Barbero, o lugar onde a cultura se concretiza.

Sendo o registro fotográfico e a captura de imagens pelos usuários o foco do *Instagram*, a visibilidade de imagens gera um processo interpretativo continuado onde presumimos que a exposição de imagens compartilhadas na plataforma *Instagram* com o uso da hashtag permite a apropriação de novos significados e sentidos ao lazer contemporâneo e consumo dessas práticas. Mas isso é uma hipótese que será mais bem desenvolvida em trabalhos futuros. Aqui nos detemos a descrever o encadeamento para a pesquisa e compreender o entrecruzamento de tendências provocadas pela midiáticação no objeto da visibilidade do lazer nas redes sociais, e que contribuem no processo da produção de sentido e práticas sociais humanas.

Retomando sobre a visibilidade, Martin-Barbero atribui o termo a categoria de *performatividades*. Ele entende que esse conceito permite entender melhor os novos modos desse fenômeno no social “no momento em que a mediação das *tecnicidades* passa a ser estrutural, isto é, quando elas medeiam justamente as trans-formações” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 23).

Observando a questão do lazer como simbólico, significação esta que considera os “processos clássicos de conhecimento e de reconhecimento sociais, baseados nos fundamentos de interpretação da realidade social cotidiana” (PRONOVOST, 2011, p. 42) e às *performatividades* que Martin-Barbero denomina de *visualidades* e nisso “as novas formas tanto da configuração do público quanto da sua percepção”, ao mencionarmos a plataforma *Instagram* como suporte de novos modos de visibilidade nos permite presumir as relações que se estabelecem entre os usuários e as suas redes sociais, bem como a mudança da plataforma para as visualidades e interações que nela combinam e o lazer divulgado nas imagens.

Partindo desses pressupostos, o sociólogo francês Joffre Dumazedier, (sendo pioneiro nos estudos do lazer) nos apresenta uma classificação das atividades de lazer no qual procura dividi-las de acordo com o interesse principal desprendido pelo indivíduo: aquele que motiva o indivíduo a buscar a atividade. Na sua classificação, ele

descreve as principais características e principais temáticas, sendo elas os interesses: físicos, artísticos, manuais, intelectuais e sociais (associativas e turísticas). (Ver tabela 1) Esclarecendo que todas as atividades de lazer tendem a envolver grupos e a desenvolver a sociabilidade.

Classificação	Características
Atividades físicas	Correspondem à necessidade de realizar exercícios físicos de modo formal ou não, em espaços planejados ou não. Atividades esportivas, de aventura.
Atividades intelectuais	Atividades que proporcionam conhecimento e satisfação da curiosidade intelectual. Leitura, jogos ligados à atividade de raciocínio. Aqui abrimos um parêntese para o lazer contemplativo que é apreciar a natureza, relaxa e afeta a imaginação.
Atividades manuais	Ligadas a manipulação, exploração e transformação da natureza, como fazer artesanato, cozinhar, fabricar pequenos objetos, hobbies em geral.
Atividades artísticas	Prática de todas as formas de cultura, como cinema, teatro, exposição, literatura, dança. Atrelada a estas atividades estão as produções culturais e artísticas e cinematográficas.
Atividades associativas	Possibilitam a socialização, atendendo ao interesse cultural centrado no contato com as pessoas.
Atividades turísticas	Proporcionam a mudança da paisagem, do ritmo e do estilo de vida, através do deslocamento do indivíduo para localidades diferentes da habitual.

Fonte: Dumazedier (2008) apud Melo (2003)

Sobre essas classificações, retomaremos no próximo tópico deste artigo com referencia ao método da netnografia para a visualização de imagens no perfil @instagrammesbrasil da plataforma *Instagram*, de forma a associar as imagens compartilhadas no perfil e as categorias da sociologia empírica do lazer da tabela.

Diante da visibilidade social das ações cotidianas as visualidades técnico-culturais das quais nos fala Martin-Barbero, a fim de observarmos as práticas de lazer nas imagens dos usuários e as relações que se estabelecem pela interação na rede e nesse contexto, contam-se as relações de amizade, divulgação e compartilhamento de imagens, curtidas com intuito ou não de relacionamentos afetivos, temos o caráter de lazer. Desse modo, a significação da atividade de lazer é função das relações sociais que

ela suscita. “[...] as normas de interações aplicam-se diferentemente segundo os meios.” (PRONOVOST, p.38).

3 VISUALIDADES DO LAZER NO *INSTAGRAM*

Como pensar os sentidos e significados do lazer na rede social *Instagram* com base nas visualidades técnico-culturais que identifica Martin-Barbero, é uma questão a ser trabalhada com mais profundidade na pesquisa de dissertação. Nesse intuito, faremos um levantamento na rede citada sobre o termo lazer e tentaremos refletir, de forma dialética e pouco profunda, mas importantes para a compreensão do estudo. Pensando na funcionalidade do método etnográfico e suas adaptações aos ambientes digitais (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2009) optamos por esse tipo pelo objeto da visibilidade do lazer na rede social digital *Instagram*.

De acordo com Gebera apud Fragoso; Recuero (2009, p. 174): “a netnografia, como proposta de investigação na internet, enriquece as vertentes do enfoque de inovação e melhoramento social [...] integrando-se ao que a Internet tem provocado em nosso cotidiano, transformações importantes nas maneiras como vivemos”.

Quando fazemos um panorama de perfis de usuários na plataforma *Instagram*, observamos a presença de uma variedade de imagens, repletas de valores e singularidades que regem a vida daquele usuário na sua individualidade em rede. Á saber, no *Instagram* os usuários podem curtir (dar “likes”) e comentar nas suas fotos e há ainda o uso da hashtags (#) para que seja possível encontrar imagens relacionadas a um mesmo tema, mesmo que as pessoas que tiraram essas fotos não façam parte de suas redes sociais. Além disso, criam-se outras ferramentas para dar possibilidade para interagir em outros meios. E mais ainda permeado pela ideia de se compartilhar o mundo através de imagens que refletem as emoções e percepções de seus usuários.

Por exemplo, a busca de imagens através de hashtags para esse levantamento se deu na própria plataforma, no campo “buscar”, o que permite visualizarmos as principais publicações de lazer identificadas com a hashtag lazer (#lazer) divulgadas na rede. E recentemente existem alguns sistemas para uso do *Instagram* na Web, facilitando a visualização das fotos dos usuários e suas respectivas redes, como o *Webstagram* e o *INK361*.⁵

⁵ Sites para acesso: < <http://websta.me/>> e <ink361.com>.

Nessa conjuntura, a observação empírica da rede social *Instagram* como ambiente de reprodução de imagens dos momentos cotidianos e vivências sociais como o lazer, se faz necessária.

O mapeamento da terminologia lazer foi delimitado no uso da hashtag lazer. Nesse levantamento a rede apontou 537.377⁶ publicações #lazer. Um número significativo de compartilhamento se referindo ao termo lazer. No entanto, escolhemos um perfil que pudéssemos registrar e contextualizar o levantamento dos dados quantitativos de forma a interpretarmos as imagens de acordo com as categorias do lazer. Escolhemos o perfil @InstagramBrasil.

Esse perfil foi criado pelo *Instagram* com foco em usuários brasileiros. Nele, as imagens de usuários internautas são destacadas por meio de desafios e, posteriormente, as imagens escolhidas são creditadas com nome e link do perfil do usuário participante e compartilhadas no perfil @instagrammersbrasil.

Dentro desse universo, ao buscarmos a hashtag instagrammersbrasil, 240 publicações foram referenciadas. E dentro dessas mostravam que 49 imagens foram compartilhadas na rede (ver foto: #instagrammersbrasil • Fotos e vídeos do Instagram 2016-05-19 19-46-24). Quanto a essa construção, fizemos printscreens na extensão *Awesome Screenshot*, para analisar dentre as publicações postas as categorias de lazer apresentadas na sociologia empírica do lazer. Na significação de Dumazedier, o lazer representa:

um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais” (DUMAZEDIER, 2008, p. 95).

Mas na observação das imagens, não entramos aqui nos discursos textuais referenciados em cada foto, nem no uso das hashtags, mas apenas no

⁶Busca na data 19 de maio de 2016.

discurso imagético: o que as imagens nos mostram e o que nos retratam lazer com foco nas categorias da sociologia empírica do lazer. Assim, podemos verificar em alguns registros fotográficos compartilhados no desafio do perfil @instagrammersbrasil, imagens de possíveis momentos e vivências da prática de lazer.

Descrevendo de uma forma geral as imagens publicadas no perfil, registros de atividades com bola (menina jogando uma bola para cima na praia), prática do skatismo (foco em uma manobra de skate do retratado); passeios (mulher passeando com a criança num carrinho de bebê), menção a viagens (mapa escrito “viajar faz bem ao S2”), jogos esportivos (referencia a símbolos de times de futebol), registros de lugares para a prática de lazer como o campo, a praia, a cidade – como espaço e equipamento de lazer (MELO, 2003); referência a expressão da arte contemporânea (registro de grafiteiro pintando e pintura colorida de um beija-flor em uma parede). Em outros momentos, as imagens em que o lazer pode está representado parte da percepção que não está na imagem em si, mas naquela vivência que possibilitou o registro do momento vivido e que inferimos à imagem do usuário e atribuímos as categorias de lazer. Como as imagens de paisagens, cenas divertidas de animais e selfies.

Dentro desta breve análise sobre o perfil @instagrammersbrasil e suas 49 fotos compartilhadas, nota-se as categorias descritas por Dumazedier. Em relação aos interesses: físicos, práticos, intelectuais, artísticos e sociais. Nossa proposta, portanto, tem o sentido apenas de mostrar essas construções na suposição de que as categorias de lazer estão presentes nas imagens dos usuários da rede *Instagram*, mais precisamente nos usuários que participaram do desafio do perfil @instagrammersbrasil, recorte escolhido dentro do imenso universo da rede.

Perfil esse que demonstra a visibilidade do lazer, a manifestação de linguagens, sociabilidade e a interação dos usuários pelo compartilhamento de imagens e as visualidades nas fotos. Fato este que configura na análise sociológica do lazer e da mídia e apoia nossa reflexão diante da visibilidade e consequente apropriação do lazer no ambiente digital das redes sociais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o desenvolvimento gradativo das novas tecnologias de informação e comunicação e o lazer inserido nas vivências das redes sociais ou até mesmo um lazer

virtualizado, as relações e as vivências das atividades tornam-se cada vez mais mediadas por dispositivos e plataformas. Dessa forma, explorando as possibilidades e a existência de diferentes perspectivas e dimensões em torno do lazer, optamos por uma abordagem categorizada no campo da comunicação atrelada a tecnologização e ao termo lazer, estando este exposto *as ilusões do pensamento* (Dumazedier, 2008) e como fato social total, ligado a todos os outros.

Sendo a midiatização uma perspectiva de longa duração sobre os efeitos cumulativos da mediação e dos meios no processo social e no campo comunicacional (GOMES, 2006), ao identificamos as atividade de lazer no cenário midiatizado pensamos sobre as apropriações do lazer. Essas linguagens permitem a visibilidade de fatos simples do individuo e a sua propagação em rede. Esses fatos, por sua vez, condicionam no uso demasiado e na criação de novos dispositivos tecnológicos de interação. O que se torna interesse da coletividade, de segmentos sociais e econômicos, e dos indivíduos como produtores consumidores e reprodutores de informação.

Nesse contexto, ao levantarmos os perfis de usuários na plataforma *Instagram* observamos a presença de uma variedade de manifestações mediadas por imagens, mas também valores e singularidades que regem a vida daquele individuo em sociedade. Nesse sentido, presumimos os interesses culturais do lazer nesse panorama de atualizações e compartilhamentos e as possibilidades de interação, sociabilidade e mediação no ciberespaço. Por sua vez, pressupomos que esses termos qualificam o sentido da usabilidade e popularidade, ligado também à interface e as ferramentas características de funcionalidade da rede *Instagram*.

Nesse âmbito a esfera do lazer apresenta uma forte concentração a das mídias digitais, a exposição por meio de fotos e imagens dos momentos de lazer – típicos das sociedades industriais –, e as estratégias que configuram o uso das ferramentas nas redes como a hashtag, e as imagens dos usuários da rede *Instagram* que associamos as vivências de lazer, a publicização de suas redes sociais e a interação que contribui para a conjectura da pesquisa de dissertação.

REFERÊNCIAS

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia Empírica do Lazer**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva: SESC, 2008.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R., AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GOMES, Pedro Gilberto. A midiatização no processo social. In: _____. **Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

HJARVARD, Stig. **Mediatização**: conceituando a mudança social e cultural. Matrizes vol.8 (1), 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Novas visibilidades políticas da cidade e visualidades narrativas da violência. In: COUTINHO, Eduardo Granja. (org) **Comunicação e contra-hegemonia**: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. (Não tem na biblioteca da UFRN)

PRONOVOST, Gilles. **Introdução a sociologia do lazer**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: a comunicação mediada pelo computador e redes sociais da internet. Porto Alegre: ed. Sulina, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: Uma teoria da comunicação linear e em rede. 4ª edição. Petropolis, RJ: Vozes, 2009.

INSTAGRAM. **Site**. Disponível em: < Acesso em: abril e maio 2016