

## Visualidades do Lazer: Sentidos a partir da hashtag lazer no Instagram<sup>1</sup>

Vivianne A. Gomes LIMEIRA<sup>2</sup>

Allyson Carvalho de, ARAÚJO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN.

### Resumo

Este artigo tem como objetivo mostrar uma empiria inicial da pesquisa de mestrado sobre a produção de sentido na mediação do lazer a partir das imagens no *Instagram*. Nossa discussão problematiza a representação de lazer diante das visualidades desta prática na rede pelo uso da *hashtag* lazer e dos conjuntos de *tags* que são utilizadas pelos usuários para categorizar esse conteúdo. Com o aporte de teóricos da comunicação como Martín-Barbero e Muniz Sodré, compreendemos os processos amplos de mediação e midiatização e a relação entre mídia e lazer como algo cultural, ligado ao consumo e ambos para dar sustentação à cultura e a estrutura conectada em rede. Concluiu-se que é possível inferir sentido ao lazer pelos conjuntos de *tags* utilizadas pelos usuários nas imagens e ressignificam o lazer na mídia social.

**Palavras-chave:** estudos da mídia; visualidades; mediação; lazer; *Instagram*.

### Introdução

A abordagem que perfilhamos entende que os processos comunicacionais estão cada vez mais moldados à estrutura conectada da sociedade em rede. Assim, no âmbito dos estudos culturais e junto às novas tecnologias de informação e comunicação no cenário contemporâneo, entendemos nossa cultura comprometida com a exacerbação de imagens e os meios que possibilitam essas novas formas de interação mediadas por plataformas digitais. E nessa conjuntura logo se observa o fenômeno das redes sociais e mídias digitais como espaço de repercussão e mediação da dinâmica cotidiana e de atividades sociais como o lazer.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Mestranda do programa de pós-graduação em Estudos da Mídia do Departamento de Comunicação/UFRN. Pesquisadora junto ao Marginália - Grupo de Estudos Transdisciplinares em Comunicação e Cultura. Tecnóloga em Lazer e Qualidade de Vida e Especialista em Gestão de projetos. E-mail: vivianne.limeira@gmail.com.

<sup>3</sup> Professor /pesquisador dos programas de pós-graduação em Estudos da Mídia, PPgEM e da pós-graduação em Educação Física – PPgEF/UFRN. Mestre em Educação pela UFRN e Doutor em Comunicação pela UFPE. E-mail: allysoncarvalho@hotmail.com

No intuito de identificar as visualidades e representações do lazer sob a ótica dos usuários utilizou-se a observação netnográfica na rede social *Instagram*<sup>4</sup>. A netnografia, de acordo com Kozinets (2014), consiste em uma forma de pesquisa etnográfica adaptada para incluir a influência da internet nos mundos sociais contemporâneos. Deste modo, temos a rede *Instagram* como suporte, *locus* e campo de investigação da presente pesquisa para compreender as relações referente as publicações e as tags mencionadas junto às imagens, buscadas a partir da *hashtag*<sup>5</sup> lazer na citada rede.

Nessa abordagem não desconsideramos a subjetividade dos usuários e a forma com que manifestam e representam o seu lazer e a forma como vivenciam ou divulgam uma paisagem, uma viagem, um divertimento, apenas apresentamos as correlações de sentido a partir do uso da *hashtag* na rede. O presente estudo faz parte da pesquisa de mestrado em Estudos da Mídia sob o título “A produção de sentido na mediação do lazer a partir das imagens no Instagram: o entre-ver meios”, cujo tema compreende a visibilidade e visualidades no contexto do lazer nos meios digitais e os processos subjetivos da comunicação a partir dos quais se viabilizam nas redes sociais digitais.

### **Conjuntura da visibilidade e visualidades do lazer na mídia social *Instagram***

Configurado nos processos da formação social – em suas dimensões política, social, econômica, cultural –, uma conjuntura está localizada em algum lugar entre a situação específica e a época, mas ocultando um espaço enorme dentro desses lugares. É nesse aspecto que Grossberg enfatiza a importância da cultura como uma chave para ter acesso à conjuntura e por construir a relação entre diferentes tipos de práticas numa formação social, para ele “a cultura em si é produzida conjuntamente” (GROSSBERG, 2015, p.43).

Numa ideia menos específica, ainda para Grossberg (2015),

---

<sup>4</sup> Instagram é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos curtos on-line para usuários de Android e iOS, onde os usuários podem curtir e comentar nas suas fotos e há ainda o uso de *hashtags* (#) para que seja possível encontrar imagens relacionadas a um mesmo tema, mesmo que as pessoas que tiraram essas fotos não sejam suas amigas. Site para acesso: <<http://www.instagram.com>>.

<sup>5</sup> Palavra-chave (relevante) associada ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita nas mídias sociais de sites e aplicativos, que quando usadas, alimenta uma interação dinâmica na rede onde é utilizada. As *hashtags* são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha (#), viram hiperlinks dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca.

conjuntura é uma realidade historicamente resultante de algo, que, por sua vez é o produto de forças materiais e lutas produzindo e respondendo a uma crise orgânica e suas diversas crises colaterais e, simultaneamente, das construções narrativas da própria crise produzidas por políticos, intelectuais, trabalhadores culturais. (GROSSBERG, 2015, p.17).

Aludido a articulação de múltiplas dimensões sociais, Grossberg (2009) reconhece o mundo como produto de uma construção que se expressa em uma rede de relações instáveis, variáveis e complexas. Compostos pelas redes sociais, os ambientes digitais e as mídias, entendidas como estruturas que condicionam e permitem a ação humana reflexiva (HJARVARD, 2014), podem ser pensadas pelas apropriações sociais que se faz das tecnologias e seus usos. Portanto demarcam as construções narrativas instituídas na realidade contemporânea onde somos consumidores, produtos e (re)produtores de conteúdo.

Por outro lado, e aqui nos reportamos a Sodré, a habilidade das ideologias tecnicistas em tentarem deixar visível apenas o aspecto técnico do dispositivo midiático foi modificado. Graças à interface gráfica, os usuários não são mais contra estes ou aqueles valores, os usuários vivenciam o que está representado e a possibilidade de troca concede reprodução e reflexão para a constituição de identidades pessoais (SODRÉ, 2006). Nesse aspecto, aconteceu “uma mutação nas formas de interagir com os sites de rede social. Se, nos primórdios dessa forma de comunicação, o foco estava nos perfis dos usuários, atualmente, esse foco recai sobre os fluxos de conteúdo” (RECUERO; BASTOS; ZAGO; 2015, p.26).

A saber, o fenômeno das redes e mídias sociais faz parte de uma sociedade midiaticizada repleta de mecanismos e aparatos tecnológicos que mediam gradativamente a relação dos meios, dos indivíduos e das sociedades. Nesse viés, percebemos a midiaticização como “uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação” (SODRÉ, 2009, p. 21), pois, compreendemos ser nos ambientes digitais e nos mecanismos estruturados à *tecnologização* e *tecnointeração* (SODRÉ, 2009) que o processo de midiaticização se reformula. Além disso, essas transformações regem os grupos sociais e as suas culturas, reconhecendo as apropriações e as implicações entre o uso das mídias digitais e seus usuários.

Desse modo, a ideia de que o mundo dos meios de comunicação elabora uma nova visibilidade mediada, tornando visíveis as ações e os acontecimentos cada vez mais difíceis de serem controlados (THOMPSON, 2008) contribui na nova

configuração subjetiva contemporânea: a relação entre o usuário e suas mídias, com a consequente apropriação desses meios pelos usuários, com a particularidade de que “os sites de rede social passaram a ser centrados na mídia, o que faz com que sites de rede social sejam uma plataforma de comunicação” (RECUERO, 2015 apud ELLISON, 2013).

É certo que essas apropriações e implicações do uso das mídias digitais na cultura contemporânea são problemáticas a serem verificadas na agenda do campo comunicacional, 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.

Nesse prisma, o próprio Thompson (2008) questiona quais são as características dessa nova forma de visibilidade tornada um traço comum do mundo em que se vive hoje; e em que ela se diferencia de outras formas de visibilidade e quais são suas implicações. Por outro lado, como resultado desses fatos, Martín-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” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.22).

Esses fatos, por sua vez, explicitam o uso demasiado e justificam a criação de novos dispositivos tecnológicos de interação. 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. Outro ponto alude às consequências e implicações quanto à reprodução e apropriação de conteúdos que refletem nos modos de exposição desencadeada pelas visualidades.

Nessa conjuntura que põe em causa a ideia de uma sociedade sobre si mesma (GROSSBERG, 2015) tomando por motivadores os panoramas imagéticos e a produção excessiva de imagens, que tratamos a relação visibilidade-visualidade como binômio. Apresentamos essa relação na perspectiva de serem dois processos cuja junção representa possibilidade de compreensão – ainda que de forma subjetiva da nossa realidade –, às questões da nossa sociedade e da própria vida atual permeado de

construções e conexões mensuradas que se constitui em rupturas perceptíveis nos comportamentos e modos de expressão, na linguagem e em novas culturas.

Martín-Barbero (2008) atribui o termo visibilidade a categoria de performatividades, pois, para o autor, 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). Esse contexto, portanto, nos faz questionar a relação com o universo tecnológico e que, muitas vezes, demarcam a compreensão dos sentidos que caracterizam o indivíduo e os padrões sociais na contemporaneidade. O que também nos faz refletir o sentido de tanta visibilidade das atividades humanas e dos alicerces que sustentam nossas visualidades (SIBILIA, 2013).

Com base nisto, para compreender a produção de sentido na mediação das práticas sociais, como o lazer, a partir de imagens, compreendemos a nossa relação com o universo tecnológico e a necessidade de exposição desencadeada pelas visualidades condicionadas dos meios – a de sentir-se alguém no mundo como expressão e como representação (KAYSER, 2005). Ao passo que gostaríamos de pensar as performatividades que Martín-Barbero denomina de visualidades para perceber “as novas formas tanto da configuração do público quanto da sua percepção” e refletir sobre o lazer a partir do elemento simbólico, em que a significação considera os “processos clássicos de conhecimento e de reconhecimento sociais, baseados nos fundamentos de interpretação da realidade social cotidiana” (PRONOVOST, 2011, p. 42).

Colocando isso em perspectiva, podemos considerar o poder de representação das imagens na constituição dos sujeitos, visto que elas se estabelecem como verdadeiras experiências coletivas que atuam na formação das pessoas e criam, dessa forma, referência de identificação e, portanto, de significação. Logo, numa cultura tão comprometida com os fluxos e a mediação consolidada dos modos de vida junto à reprodução demasiada de imagens, se faz interessante pensar – não omitindo a importância das percepções e das representações enquanto se fala do usuário e das suas vivências em sociedade –, sobre a notoriedade de fatos simples do indivíduo e a propagação de acontecimentos em segundo como as práticas sociais de lazer.

Neste contexto, a temática do lazer e a sua relação nos campos da Comunicação e dos Estudos da Mídia nos leva a dupla relação que se estabelece entre

mídia e lazer e, mais precisamente, evidenciando o fenômeno das redes e mídias sociais: que tanto pode ser um dos lugares nos quais surgem e se produzem vivências de lazer na sua dimensão existencial, ou seja, os meios pelo qual o lazer pode vir a ser vivenciado, como, também, o espaço em que os lazeres são repercutidos e adquirem sua representação. Por lazer, Dumazedier (2008) se refere a toda e qualquer atividade que promova o desenvolvimento, o divertimento e o descanso do ser humano. De forma mais conceitual, a atividade no contexto do lazer é compreendida pelo:

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).

Contudo, diante da visibilidade das ações cotidianas as visualidades técnico-culturais das quais nos fala Martín-Barbero (2008), concebemos o lazer como parte da cultura imbricado ao processo contínuo de midiatização e virtualização da sociedade, ou seja, “não estamos tratando de uma prática social que se encerra em si mesma, mas que se expande no cotidiano dos sujeitos, infiltrando-se em outras práticas sociais” (ARAÚJO, 2012, p.17).

É no âmbito da rede Instagram como objeto de observação que configuramos nossa abordagem em relação a representação do lazer marcado pela *hashtag* lazer (#lazer) nas imagens e citamos o conceito de conjuntura de Grossberg (2015). Este autor defende pensar a comunicação de uma forma contextual e entende que os significados mudam porque são construídos através das relações. Assim sendo, a rede Instagram apresenta-nos uma possibilidade que caracteriza as formas de interagir e perceber as tendências instaladas e os padrões sociais compartilhados em imagens e as percepções que os indivíduos carregam nas suas relações.

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.

A ideia construída pela plataforma *Instagram* em “capturar e compartilhar o mundo” através de imagens, a percepção de milhões de usuários são manifestadas na rede e identificadas, muitas vezes, por *tags/ hashtag*, para compreender informações que

se relacionam e como forma de interação. Além disso, a criação de inúmeras ferramentas para participação dos usuários são constantemente aplicadas naquele universo digital. Como tags com o termo “instagram” e “insta...” nas legendas em menção as ações representadas nas imagens e que demarcam uma representatividade daquele grupo que menciona a *hashtag* como por exemplo: *#instagram #instagramer #instaplant. #instaboy #instalike #instagay #instagood #instadesign*. Assim os meios pelo qual o lazer também é vivenciado se conjecturam nessas ambiências que caracterizamos como espaços de produção e espaços de consumo, lembrando que todas as atividades de lazer tendem a envolver grupos e a desenvolver a sociabilidade.

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). E se pensar a comunicação a partir de diferentes contextos e diversas temporalidades como aborda Grossberg (2013), atestar a presença da rede social *Instagram* – o universo digital mediado por imagens –, na vivência cotidiana e mais na relação socioeconômica contemporâneas não é propriamente algo impossível. Estes espaços encontram-se muitas das vezes associados a práticas sociais diversas, tanto de lazer como de trabalho, todos eles “além de preencherem o divertimento e a desconcentração, são, também e fundamentalmente, espaços de socialização, de integração e segregação social” (SANTOS, 2008, p.21).

Nessa conjuntura a refletir, como enfatiza Grossberg, “a relação entre diferentes tipos de práticas numa formação social” é que consideramos a possibilidade de uma ambiência midiaticizada em que emergem formas diferenciadas de apreender, pensar e realizar o real e um novo âmbito de existência em que “predomina a esfera dos negócios, com uma qualificação cultural própria, a tecnocultura” (SODRÉ, 2009, p. 25) e neste aspecto observamos que os processos estão cada vez mais digitais.

Neste sentido, partiu-se da premissa de que essa visibilidade decorre da apropriação crescente de novas tecnologias nos grupos sociais e das visualidades técnico-culturais, os processos de mediação e midiaticização que acomete de forma intensiva os campos comunicacionais, culturais e sociais e por fim, a estrutura conectada das redes sociais em ambiências que construímos e constituímos.

Na perspectiva da interface *Instagram* que permite o compartilhamento de fotos, vídeos, imagens dos usuários que se consolidam em performatividades representadas na comunicação em rede, a importância das imagens no que se refere à

capacidade de compreender as coisas em sociedade e nas suas várias formas de expressão, como um ambiente com diversas expressões e como um espaço de grupos sociais e indivíduos que consomem, se informam, manifestam e (re)produzem conteúdos, – entre eles de lazer, por meio de imagens –, nesta empiria, busca-se, por meio das imagens publicadas na rede Instagram com a *hashtag* lazer (#lazer), compreender as representações e as apropriações do lazer expressas pelos usuários.

### **Da coleta na rede à visualidade netnográfica a partir da #lazer**

No intuito de identificar as visualidades e representações do lazer sob a ótica dos usuários do *Instagram* utilizou-se a observação netnográfica nesta rede social. Caracterizamos a netnografia como um dos métodos qualitativos que amplia o leque epistemológico dos estudos em Comunicação e Cibercultura (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008). Assim, ainda de acordo com as autoras “a netnografia como transposição virtual das formas de pesquisa face a face e similares, pode se comportar como uma janela ao olhar do pesquisador sobre comportamentos naturais” (Idem, 2008, p. 36).

No presente estudo, o universo foram as imagens de perfis públicos do *Instagram* vinculadas à #lazer. O mapeamento foi realizado no campo de busca da plataforma (ferramenta criada para auxiliar a procura de informações armazenadas na rede), no dia 22 de janeiro de 2017. Este dia correspondeu ao primeiro dia da semana (domingo) que por ser um dia de descanso exemplifica possíveis momentos de lazer. Um total de 590.281 publicações com a #lazer foi mostrada pela interface da plataforma. Nesse universo escolheu-se para análise 50 imagens na forma direcional da rede na qual fizemos *print* das principais publicações de imagens e identificamos o conjunto de *tags*

Observando as *hashtags* que se relacionam ao termo lazer e no qual presumimos uma apropriação e sentido junto as imagens dos usuários estão as seguintes tags: #cultura #descanso #natureza #turismo #praia #amigos #saude #sol #esporte #praia #música #qualidadedevida #familia #feriado #diversao. O conjunto de tags na análise do estudo especifica conteúdos/ interesses do lazer realizado pelos usuários em atividades turísticas, artísticas, físicas que correspondem, respectivamente, em realizar passeios e viagens, atividades ligadas à cultura, em espaços públicos ou privados, e atividades

esportivas. Em relação à imagem veiculada, as *hashtags* que foram frequentemente citadas e deram margem ao conjunto de *tags* são mostrados na Tabela 2.

**Tabela 2:** Amostragem das tags relacionadas às imagens com a #lazer

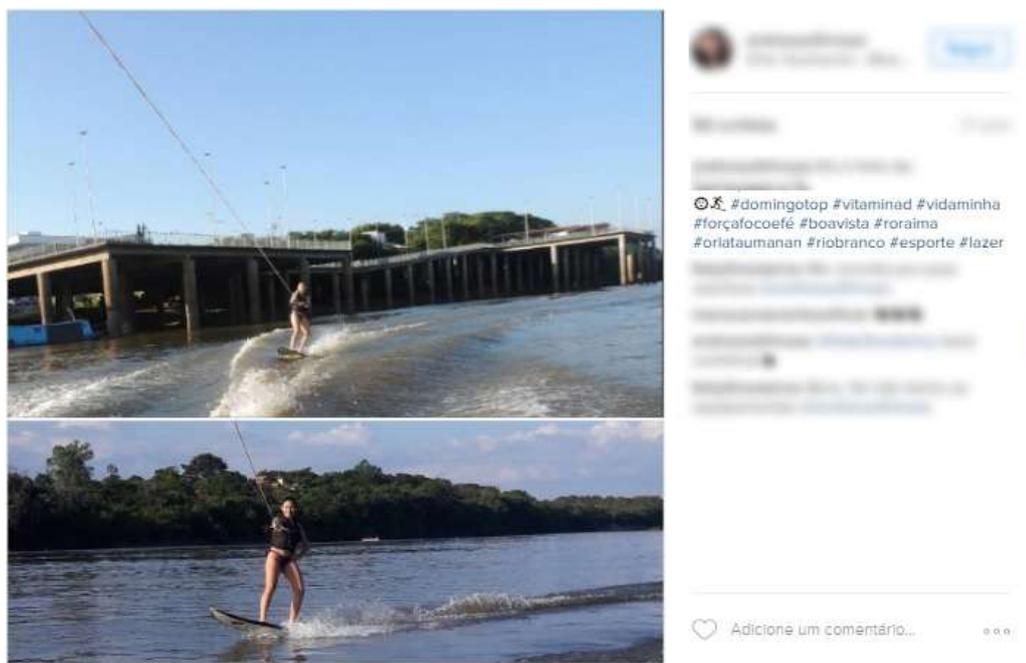
<i>Hashtag #lazer</i>	<i>Hashtags relacionadas</i>
#lazer #trilha #natureza #EmSintonia	
#gastronomia #moda #arte #cultura #espacoinfantil #musica #turismo #arquitetura	
#domingotop #vitaminad #vidaminha #forçafocofé #riobranco #esporte #churrasco #prazernotrabalho	
#caráter #campeões #vida #esporte #música #artesanato #civismo #cultura #lazer	
#arenadegustafoodpark #arena #gastronomia #foodpark #recife #candeias #jaboatao #piedade #pernambuco #música #amigos #delícia #crianças #familia	
#amigasforever #floripando #iphone #amofloripa #amigas #festadeamigos #lazer #amigos #churrascos #lazer #qualidadedevida #festa #boanoite #sabadoemcasa #lazer #catapreta #festa #churrascos #lazer #qualidadedevida #diversão	
#baixosape #sape #gelo #Brahma #lanche #area #lazer #fimdesemana #beer #pub #bar #breja #food #sinuca #sinucandi #lazer #life #life #goodtimes #sigodevolta #wjf #festival #arte #cultura #rocknroll #esporte #lazer #tributos #bandasautorais #djs #cd #vinyl #feirahippie #tatoo #skate #belem #paz	
#vibes #positividade #lazer #churrascaria #planalto	
#amor #love #princess #mylove #amorepaz #teamo #parceira #todasashoras #domingo #lazer #ela #instalove #instalike	
#FeiradaPraça #feira #apracenossa #melhorfinaldesemana #arte #cultura #gastronomia #moda #lazer #espaçoinfantil #pet #música #encontrodeamigos	
#cerimonialinfantil #espaçoinfantilpingomágico #lazer #diversão #cuidadoecarinho #alegria #tudolindo #guialagos #dica#praia #passeio #pousadas #restaurant#evento #gastronomia #bar #boate#festas #teatro #show #turismo#serviços #diversão #lazer#regiaodosl agos #esporte #surf#mergulho #pesca #vida#vibepositivasempre	

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Quando analisamos as palavras relacionadas com a #lazer, observamos a quantidade significativa de *hashtags* inseridas na legenda das imagens, linguagens estas que se inserem num contexto entre as redes sociais e termos que refletem o contexto do lazer nas ambiências digitais. Quanto aos interesses ou conteúdos culturais do lazer,

pudemos identificar uma previsibilidade de termos ou até uma normatização em rede da linguagem quanto ao que se compreende por atividade de lazer. Destarte, palavras-chave que de imediato veiculam direto a lazer como: turismo, praia, passeio, diversão; ou nas visualizações com publicações de equipamentos culturais (teatro, exposição, festival, show); usuários realizando atividades físico-esportivas como à imagem da prática esportiva de esqui aquático (Ver figura 1); publicações com momentos que caracterizam uma vivência de lazer como encontro em família - termo #família foi bastante mencionado nas imagens; selfies de usuários no seu momento de diversão ou descanso e atribuiu a #lazer; também visualizamos imagens veiculada a informação de bens e serviços e/ou locais com indicação de lazeres com divulgação de eventos ou guias de entretenimento com possibilidades de lazer (Ver figura 2).

**Figura 1:** #lazer veiculada à imagem do esporte esqui aquático.



**Figura 2:** #lazer veiculada a informação voltado ao lazer.



Fonte: *Instagram* (2017)

Quanto à dimensão de imagens é notório que muitos conteúdos estavam presentes nas publicações, inclusive descritas na legenda das imagens dos perfis de usuários da plataforma. Levando em consideração o sentido em que a *hashtag* lazer nos informa diante das imagens publicadas e sobre o lazer que nos explica Dumazedier, não excluímos a importância das percepções dos usuários da rede para analisar as informações imagéticas e as manifestações que ali se apresentaram.

Em referência ao conjunto de ocupações às quais o indivíduo entrega-se de livre vontade, seja para repousar, para divertir-se, recrear-se e entreter-se (DUMAZEDIER, 2008) e as formas de participação dos usuários persuadidos pelo formato da plataforma *Instagram*, à primeira vista, as imagens visualizadas denotam um caráter da vivência e se enquadram nos interesses culturais do lazer; no entanto algumas aparecem fora de contexto nesse panorama de atualizações, mas corroboram para o interesse comum sobre um determinado olhar, seja este na interação seja na exposição ou ostentação na virtualização da vida. Como lembrado por Sodré as mídias intervêm culturalmente na vida social, “dentro de um novo mundo sensível criado pela reprodução imaterial das coisas, pelo divórcio entre forma e matéria” (SODRÉ, 2006, p. 19). Desse modo, esses “meios” deixaram de ser canais tecnológicos de transporte de uma mensagem e se tornaram o próprio conteúdo através dos quais estabelecemos relações uns com os outros. Dessa forma, utilizar os meios digitais como espaço e lugar de lazer é uma atividade mais comum do tempo livre (ou não) dos indivíduos.



Essa nuvem torna-se aleatória em função do tempo e das publicações constantes do que está sendo compartilhado em rede. Logo as linguagens mudam de acordo com as referências do que os usuários estão expondo com base no conteúdo lazer em suas redes. Os termos presentes no conjunto de tags relacionadas a #lazer nos é mostrado e com isso observou-se uma padronização dos desejos veiculados na mídia – beleza, saúde, bem-estar, natureza, passeios de turismo, lugares de viagens, propagandas, produtos, consumo. As associações diante do uso das *hashtags* relacionam-se a descrição que nos direcionam a lugares, objetos, ambientes, atividades do cotidiano que sugerem atividade de lazer e até caracterizam situações que envolvem esta prática visualizada em rede. Assim, para compreender a dimensão do sensível no interior de uma realidade específica como a das redes de usuários do *Instagram*, essa nuvem de palavras nos faz perceber como escreve Sodré que “a comunicação não deveria caminhar no sentido de uma maior verdade de seus conteúdos, e sim no sentido de uma “intensificação de si mesma como fim”” (SODRÉ, 2006, p.18).

### **Considerações finais**

Nesse pequeno experimento com uso da #lazer no *Instagram*, observamos nas informações imagéticas as representações enquanto se fala do usuário ou daquela pessoa (consumidor) que se apropria da *hashtag* onde nelas, pudemos identificar os interesses culturais do lazer bem como espaços de lazer na conjuntura das imagens. Esses lugares de interação, convívio e divertimento demarcam no registro fotográfico a vivência de lazer dos usuários e dos processos comunicacionais em rede. Ainda, pode-se constatar que o tipo de exposição e de visibilidade no contexto do lazer se faz presente na rede *Instagram*, junto à insistência do discurso das *hashtags* que são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais. Cria-se uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado.

Contudo, a noção de lazer ligado à cultura, ao consumo e como prática social que se manifesta em uma realização pessoal e nisso entendemos a individualidade e subjetividade dos usuários nas imagens nos permitiu compreender a relação de outras *hashtags* nas imagens em que é possível inferir sentido ao lazer. Com base nisto, essa análise permitiu refletir sobre como pensamos o lazer e os novos mundos de lazer

mediatizado, possibilitados pela visibilidade e mediatização das práticas nas redes sociais digitais.

## Referências

AMARAL, A; NATAL, G.; VIANA, L. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Porto Alegre n 35 o 20 dezembro 2008 Revista Famecos/PUCR Disponível em <<http://migre.me/wCDWN>> Acesso em jan 2017.

ARAÚJO, A. C. **Elementos do Pós Moderno na representação do esporte no cinema contemporâneo**. 2012, 154f. Tese (Doutorado em Comunicação) Universidade Federal de Pernambuco, PPGCOM/UFPE, Recife. 2012.

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

GROSSBERG, L. **Lutando com anjos: os estudos culturais em tempos sombrios**. Matrizes. V.9 - Nº 2 jul./dez. 2015 São Paulo - Brasil p. 13-46 Disponível em <<http://encontro2013.compos.org.br/grossberg-defende-pensar-a-comunicacao-de-uma-forma-contextual-em-seminario-na-compos-2013/>> Acesso em jan 2017.

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

KAYSER, M. **O Mundo como Vontade e Representação**. 2005. 1 v. Tese (Mestrado) – Curso de Filosofia, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, São Leopoldo, 2005.

KOZINETS, R. V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Trad. Daniel Bueno. Porto alegre: Penso, 2014.

MARTÌN- BARBERO, J. **Diversidade em convergência**. Matrizes, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 15-33, jul./dez. 2014.

\_\_\_\_\_. 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.

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

RECUERO, R. BASTOS, M.; ZAGO, G.. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SANTOS, N. P.; GAMA, A. **Lazer: da libertação do tempo à conquista das práticas**. Imprensa da Universidade de Coimbra, 2008.

THOMPSON, J. B. **A nova visibilidade**. Matrizes. N2 abril 2008 Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1953-1.pdf>>

SIBILIA, P. Os corpos visíveis na contemporaneidade: da purificação midiática à explicitação artística. In: BRASIL, A.; MORETTIN, E.; LISSOVSKY, M. (Org); **Visualidades hoje**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2013.

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

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.