

MEDIAÇÃO E VISUALIDADES DE CONTEÚDOS FÍSICO-ESPORTIVOS DE LAZER NO INSTAGRAM*

Vivianne Limeira Azevedo Gomes

vivianne.limeira@gmail.com

Allyson Carvalho de Araújo

allyssoncarvalho@hotmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

RESUMO

Este estudo mostra um recorte dos resultados da pesquisa Mediações de lazer no Instagram, que problematizou a compreensão de lazer a partir das visualidades pelo uso da hashtag #lazer em perfis públicos da rede. Trata-se de uma pesquisa etnográfica online, de caráter descritivo e abordagem qualitativa. A análise teórica abrange concepções de lazer, mediação e visualidades de conteúdos físico-esportivos de lazer sob a perspectiva imagética da rede.

PALAVRAS-CHAVE

lazer; visualidades; físico-esportivo

INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo mostrar um recorte dos resultados da pesquisa de mestrado sobre as mediações de lazer no Instagram. Nossa discussão problematizou a representação do lazer diante das visualidades pelo uso da *hashtag* #lazer, dos conjuntos de *tags* que são utilizadas pelos usuários para categorizar esse conteúdo e as relações de sentido inserido no contexto das imagens. Uma pesquisa relacional que envolve o fenômeno sociocultural lazer, a mediação e a apropriação das redes pelos usuários. Partimos do pressuposto de que a visibilidade do cotidiano e, nessa esfera, às visualidades das atividades no contexto do lazer, está relacionada aos processos interacionais dos diferentes sistemas de mídias digitais que se tornaram mediadoras e agentes de reconfigurações num determinado tempo e espaço. E nesse meio,



* O presente trabalho (não) contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.



instaurou-se uma nova fase do processo comunicacional da contemporaneidade: a ampliação das redes sociais e reconfiguração dos modos de estar e se perceber no mundo. Nessa perspectiva, compreendemos os processos amplos de mediação e midiatização e optamos por observar a rede Instagram, tornando-a um termômetro do objeto empírico da pesquisa. Essa mídia digital aumenta gradativamente em proporção de usuários e referencia um alto consumo de imagens, logo, ela se destaca em popularização de informação imagética e de produção de conteúdos. Ademais, é verificável que o consumo exacerbado de plataformas digitais estabelece mudanças nos modos de se relacionar e estabelecem os meios de sentido e alcance social das práticas sociais, como o lazer, bem como a necessidade de exposição desencadeada pelas visualidades condicionadas dos meios.

A pesquisa tratou de uma primeira aproximação, a partir da observação etnográfica online (KOZINETZ, 2014) na rede social, o corpus foi constituído pelas principais publicações vinculadas à *hashtag* #lazer em imagens compartilhadas por perfis públicos do Instagram, no mês de janeiro de 2017. Constituiu-se de uma pesquisa descritiva, de análise qualitativa e de conteúdo (BARDIN, 2009). Nesse caso, foi observado, registrado, analisado e correlacionado o fenômeno do lazer representado imagetivamente na plataforma de mídia online Instagram aos conteúdos culturais e inferências sobre as imagens e os sentidos frente à linguagem *hashtag*, focando no presente texto no método de abordagem e nas imagens visualizadas no corpus de análise com a associação à *hashtag* #esporte.

PERSPECTIVAS DE ANÁLISE

Nessa construção, pensamos o lazer num contexto de virtualização, (des)regulação e globalização (RODRIGUES, 2012), mas também como fenômeno sociocultural, amplo e complexo, historicamente mutável, central para a análise da sociedade (RECHIA, 2014) relacionado com a sociedade de consumo e de referência da mercadorização do tempo e do espaço (SANTOS e GAMA, 2008). E mais ainda como representação simbólica frente aos interesses e possibilidades veiculados por imagens no Instagram. Para Schwartz (2003), são incontáveis as possibilidades de informações advindas da Internet, inclusive no que tange aos aspectos do lazer e das práticas corporais como o esporte.

A pesquisa foi dividida em três etapas sequenciais interligadas: a) a etnografia da rede social com o mapeamento da *hashtag* #lazer no campo de busca da plataforma, coleta e extração de imagens de forma manual e categorização pelos interesses culturais do lazer; b) condensação das *tags* para visualização e análise da nuvem que se baseia nas associações do conjunto de *tags* e quantificação de palavras-chaves pelo software *TagCrowd*; c) visualização e análise das imagens com a *hashtag* #esporte, para consignar as relações entre o conjunto de *tags*, a *hashtag* #lazer e as imagens, e compreender os sentidos e significados do conteúdo físico-esportivo do lazer mediado na plataforma. Para a coleta e extração das imagens utilizou-se o campo de busca presente no próprio aplicativo em sua versão Web, de forma manual e na ordem direcional da rede. Aqui foram identificados os nexos ou vínculos de sentidos que se estabelecem entre a mediação das *hashtags* e o lazer expresso nas imagens dos usuários no contexto da rede Instagram, a partir dos conteúdos culturais da sociologia empírica do lazer de Dumazedier (1980), a saber: físicos, manuais, artísticos, intelectuais e sociais; ampliada pela inserção do conteúdo turístico, proposto por Camargo (1992), e do conteúdo virtual, idealizado por Schwartz (2003). No que diz respeito à concepção da *hashtag* #lazer, foi necessário o estudo de análise de redes sociais no sentido de buscarmos a mensuração de dados quantitativos. Isso foi possível a partir da criação da nuvem estruturada pelo software *TagCrowd*², que consiste em um tipo de visualização de aplicação web que gera uma nuvem de *tags* estática e quantifica as palavras associadas do universo coletado (Ver figura 1).

2 Disponível em: <<http://tagcrowd.com>>.





Figura 1 - Nuvem estática com a hashtag #lazer

Fonte: <http://tagcrowd.com/>

Na análise dos termos observa-se 101 associações a esporte, em que identificamos as relações de sentido nas visualidades da rede sobre o conjunto de atividades a partir do uso da hashtag #esporte mencionada nas imagens com a hashtag #lazer.

MEDIAÇÃO E VISUALIDADES DE CONTEÚDOS FÍSICO-ESPORTIVOS

De forma simplificada, com referencia a Martín-Barbero (2008), mediações podem ser entendidas como processos de intervenção de um elemento intermediário numa relação, como de influências e filtros através dos quais é possível organizar e construir a percepção da realidade. Esta perspectiva permite pensar a relação da transformação nas condições de produção com as mudanças no espaço da cultura. Por sua vez, estas transformações são ligadas ao *sensorium* dos modos de percepção e da experiência social. Partindo dessa premissa, entendemos as visualidades, no âmbito do Instagram, como as particularidades visíveis performatizadas que se estabelecem no uso da hashtag #lazer em imagens e permite pensar a relação da transformação nos modos de percepção humana e sua associação ao conjunto de tags. Como objeto empírico que se apresenta para visibilidade do lazer, a rede se configura como um aplicativo de mídia online que a partir da lógica do compartilhamento de fotos e vídeos curtos se alimenta da conexão das redes e de aplicativos, e da interação dos usuários, a partir dos conteúdos publicados. Em 2019, apresenta um bilhão de usuários ativo em todo o mundo. Sobre o Instagram, é possível inferir que a criação de vários artifícios técnicos e a possível ampliação de vivências lúdicas como mecanismos propulsores das redes alteram hábitos, estilos de vida, em que os meios de comunicação criam uma nova esfera dos prazeres, da corporeidade, feito de virtualidade, de informação. Este pressuposto condiz ainda às relações de interação na medida em que cada usuário pode seguir outros usuários, ter acesso ao conteúdo daquele usuário, que também integrará o feed do perfil, em que é possível curtir, comentar ou compartilhar conteúdos de outros. Na medida em que, qualquer atividade que promova o divertimento e o descanso do ser humano, categorizados em conteúdos ou interesses culturais do lazer (DUMAZEDIER, 2008), fornece um quadro imaginário que se destina ao excitação, a rede confere um espaço de experiência ou para a vivência de experiências de lazer.

Este fato, aliado à visibilidade como campo de expressão visual da percepção social e culturalmente construída pelas relações interligadas nos meios, potencializada nos sites de redes sociais, também evidencia a diversidade de elementos de entretenimento e imagens no ciberespaço do fenômeno sociocultural esporte. Logo, conteúdos de lazer e esporte assimila essa relação como "âmbito de constituição de



sujeitos que, permanentemente, negociam experiências de alegria como prática de liberdade, buscando o reconhecimento de si, do outro e com o outro pelas experiências construídas coletivamente” (PINTO, 2004, p.6). No que se refere aos conteúdos físicos do lazer amplia-se a oferta de modalidades e também, potencialidades existentes no campo das atividades manuais de lazer quanto a sua representação no Instagram. Visualizamos durante o período, inúmeras modalidades autodeclaradas pelos próprios usuários como as observadas nas imagens (Ver figura 2).



Figura 2 - hashtag #lazer vinculada aos interesses físico-esportivos

Fonte: Instagram (janeiro de 2017)

As publicações com esqui aquático, pedalada, paintball, motocross, poledancer mostram interesses pelos conteúdos físicos-esportivos das atividades de lazer. Por interesse, Dumazedier entende o conhecimento que está enraizado e apropriado na cultura vivida. Recorrendo a Melo (2004), no que tange os interesses do lazer, a escolha de uma atividade no contexto do lazer não restringe a uma categoria, podendo transitar entre os diversos interesses, e que estão diretamente ligados ao conhecimento das alternativas que os serviços oferecem. Por sua vez, no campo dos interesses físicos há predomínio das práticas esportivas, os passeios, a pesca, a dança, a ginástica e todas as atividades onde relacionam práticas corporais em movimento, incluindo as diversas modalidades esportivas. Também corresponde à necessidade de realizar exercícios físicos de modo formal ou não, em espaços planejados ou não; envolve práticas corporais e atividades de aventura.

Em uma das análises, a prática de lazer expressa pelo usuário além de caracterizar o lazer como atitude, a satisfação do usuário provocada pela atividade vivida (BRUHNS, 2002) ainda divulga as habilidades do seu produto, designam-se a apelar diretamente para os sentimentos das pessoas e animá-las. As tags mencionam uma manifestação cultural em forma de passeio, a cavalgada. O mesmo aconteceu em outra publicação, na perspectiva do lazer de projeto, um objetivo certo a ser alcançado a partir de uma dimensão produtora e produtiva (treinar) do lazer. Os discursos dos usuários permite-nos inferir o momento de prazer e bem estar ao realizar uma atividade física e também dialoga com suas redes ao performatizar o treino funcional e sugerir uma semana de treinos aos praticantes.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente texto, discorreu-se de forma resumida sobre o tema da pesquisa que tratou de perspectivas sobre o lazer, o Instagram, mediação e visualidades, focando no método de abordagem e nas imagens visualizadas com a associação à hashtag #esporte. No intuito de compreender os sentidos que os usuários atribuem ao lazer na rede e observado o interesse prático, social e simbólico do lazer nas mais diversas esferas da vida, identificou-se na mediação de imagens no contexto do Instagram, as várias condições dos sujeitos e seus modos de entre-ver meios em relação às linguagens e as narrativas no ciberespaço, e nisso um conjunto de possibilidades para contextualizar as novas formas de pensar e perceber o lazer representado na associação ao conteúdo físico- esportivo.

MEDIATION AND VISUALITIES OF PHYSICO-SPORTS CONTENT OF LEISURE IN THE INSTAGRAM

ABSTRACT

This study shows a clipping of the results of the Leisure Mediations survey in Instagram, which problematized leisure comprehension from the visualities by using the hashtag #lazer in public network profiles. This is an online ethnographic research, with a descriptive character and a qualitative approach. The theoretical analysis encompasses conceptions of leisure, mediation and visualities of physical-sports leisure contents under the network's imagery perspective.

KEYWORDS: *leisure; visualities; physic-sports.*

MEDIACION Y VISUALIDADES DE CONTENIDOS FISICO-DEPORTIVOS DE OCIO EN EL INSTAGRAM

RESUMEN

Este estudio muestra un recorte de los resultados de la investigación Mediaciones de ocio en el Instagram, que problematizó la comprensión de ocio a partir de las visualidades por el uso del hashtag #lazer en perfiles públicos de la red. Se trata de una investigación etnográfica on line, de carácter descriptivo y abordaje cualitativo. El análisis teórico engloba conceptos de ocio, mediación y visualidades de contenidos de ocio físico-deportivo en la perspectiva imagética de la red.

PALABRAS CLAVES: *ocio; visualidades; fisico-deportivo.*

REFERÊNCIAS

- BRUHNS, H. T. (Org.) *Introdução aos estudos do lazer*. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.
- CAMARGO, L. *Educação para o lazer*. São Paulo: Moderna, 1999.
- DUMAZEDIER, J. *Sociologia empírica do lazer*. 3 ed. São Paulo: Perspectiva: SESC, 2008
- KOZINETTS, R.V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto alegre: Penso, 2014.
- MARTÍN-BARBERO, J. Novas visibilidades políticas da cidade e visualidades narrativas da violência. In: COUTINHO, E. (org) *Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- PINTO, L. *Sentidos e significados de tempo de lazer na atualidade: estudo com jovens belo-horizontinos*. 2004. 199f. Tese (Doutorado em Educação) Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2004.
- SANTOS, N. GAMA, A. *Lazer: da libertação do tempo à conquista das práticas*. Imprensa da Universidade de Coimbra. Dezembro 2008.
- SCHWARTZ, G.M^a. O conteúdo Virtual do lazer: contemporizando Dumazedier. *LICERE-Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer*, 2003. Disponível em: <https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/4133>. Acesso em: 20. fev.2019

