

REDES SOCIAIS E SOCIABILIDADE: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES ACERCA DOS USOS DO *FACEBOOK* NO LAZER

Recebido em: 18/05/2018

Aceito em: 20/12/2018

*Fernanda de Souza Cardoso*¹

*Carlos Rogério Ladislau*²

*Georgino Jorge de Souza Neto*³

*Rogério Othon Teixeira Alves*⁴

Universidade Estadual de Montes Claros
Montes Claros – MG – Brasil

RESUMO: O uso das redes sociais, em especial do *Facebook (FB)*, tem permitido aos seus usuários realizar trocas significativas no plano virtual. Nesta pesquisa, esse cenário foi perscrutado por meio da aplicação de entrevistas estruturadas a moradores da região central da cidade de Montes Claros, polo econômico e cultural do Norte de Minas Gerais. Tal iniciativa procurou traçar, a partir dos sujeitos pesquisados, uma compreensão do *FB* como possibilidade de uso do tempo disponível buscando o entendimento acerca dos impactos desse processo na construção/consolidação de sociabilidades, problematizando as transformações dos interesses do lazer rumo àqueles vivenciados virtualmente. Os dados sinalizam a “força” que o *FB* tem alcançado na forja de identidades e representações, dando pistas dos processos de constituição do sujeito contemporâneo nesses espaços de sociabilidade virtuais e, precisamente por isso, tão reais.

PALAVRAS CHAVE: Atividades de Lazer. Rede Social. Mídias Sociais.

SOCIAL NETWORKS AND SOCIABILITY: PRACTICES AND PERCEPTIONS ABOUT THE USES OF FACEBOOK IN LEISURE

ABSTRACT: The use of social networks, especially Facebook (FB), has allowed its users to make significant interactions in the virtual field. In this research, this context was examined through the application of structured interviews to residents of the central region of Montes Claros, a city which is the economic and cultural center in the north of Minas Gerais. This initiative sought to outline, from the subjects researched, an uptake of FB as a possibility of using leisure time, searching an understanding of the results of

¹ Doutora em Ciências da Religião. LUDENS – Grupo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Lazer da

² Doutor em Educação pela UNICAMP. LUDENS – Grupo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Lazer da Universidade Estadual de Montes Claro.

³ Doutor em Estudos do Lazer pela UFMG. LUDENS – Grupo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Lazer da Universidade Estadual de Montes Claro.

⁴ Mestre em Estudos do Lazer pela UFMG. LUDENS – Grupo de Estudos, Pesquisa e Extensão em Lazer da Universidade Estadual de Montes Claro.

this process in the construction/consolidation of sociabilities, problematizing the transformations of the aims of leisure towards those experienced virtually. The data point to the "strength" that the FB has reached in the minting of identities and representations, building clues about the processes of constitution of the contemporary subject in these spaces of virtual sociability, and precisely because of this, so real.

KEYWORDS: Leisure Activities. Social Networking. Social Media.

Introdução

No pensamento de Giddens (2003, p. 21), o termo modernidade⁵ usado em um sentido mais geral, refere-se “às instituições e modos de comportamento estabelecidos pela primeira vez na Europa depois do feudalismo, mas que no século XX se tornaram mundiais em seu impacto” e na potencialização de suas características.

Em sua análise sobre a modernidade, Bauman (2001) é esclarecedor ao destacar “fluidez” ou “liquidez” como metáforas apropriadas quando queremos captar a natureza da referida fase. Estas qualidades se associam à leveza, mobilidade e inconstância, se ligando fortemente às experiências que se tem nela. Os modos de vida produzidos pela e experimentados na modernidade realizaram um desprendimento de todos os tipos tradicionais de ordem social, de uma maneira que não tem precedentes. “Tanto em sua extensionalidade quanto em sua intensionalidade, as transformações envolvidas na modernidade são mais profundas que a maioria dos tipos de mudança característicos dos períodos precedentes” (GIDDENS, 1991, p. 14).

⁵A partir das ideias cunhadas por Antony Giddens em *Modernidade e identidade*, modernidade pode ser entendida como aproximadamente equivalente ao “mundo industrializado” desde que se reconheça que o industrialismo não é sua única dimensão institucional. “Ele se refere às relações sociais implicadas no uso generalizado da força material e do maquinário nos processos de produção. Como tal, é um dos eixos institucionais da modernidade. Uma segunda dimensão é o capitalismo, sistema de produção de mercadorias que envolve tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho. Cada uma dessas dimensões pode ser analiticamente distinguida das instituições de vigilância, base do crescimento maciço da força organizacional associado com o surgimento da vida social moderna. A vigilância se refere ao controle e à supervisão de populações submissas, assumida esse controle a forma da supervisão “visível”, no sentido de Foucault, ou do uso da informação para coordenar atividades sociais” (GIDDENS, 2003, p. 21).

Entre as características dessa denominada modernidade, dois pontos são merecedores de destaque: a relação cambiante entre espaço e tempo e a ideia de velocidade/aceleração. Com relação ao primeiro ponto (espaço/tempo), este é um atributo crucial que todas as demais características seguem; é uma qualidade da vida moderna que se estabelece como a diferença que faz a diferença. A modernidade começa quando o espaço e o tempo são separados da prática da vida e entre si, e assim podem ser teorizados como categorias distintas e mutuamente independentes da estratégia e da ação, quando deixam de ser entendidas como eram nos séculos pré-modernos (entrelaçados e dificilmente distinguíveis da experiência vivida) (BAUMAN, 2011).

Nas sociedades pré-modernas, espaço e tempo coincidem amplamente, na medida em que as dimensões espaciais da vida social são, para a maioria da população, e para quase todos os efeitos, dominadas pela "presença" — por atividades localizadas. O advento da modernidade arranca crescentemente o espaço do tempo fomentando relações entre outros "ausentes", localmente distantes de qualquer situação dada ou interação face a face. Em condições de modernidade, o lugar se torna cada vez mais fantasmagórico: isto é, os locais são completamente penetrados e moldados em termos de influências sociais bem distantes deles. O que estrutura o local não é simplesmente o que está presente na cena; a "forma visível" do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza (GIDDENS, 1991, p. 22).

Quanto ao segundo ponto, Bauman (2011, p.16-17) argumenta: “a velocidade do movimento e o acesso a meios mais rápidos de mobilidade chegaram nos tempos modernos à posição de principal ferramenta do poder e da dominação”. Sobre este aspecto, uma das características que a era da modernidade põe em movimento, é o *“ritmo de mudança”* nítido; a rapidez da mudança em condições de modernidade é extrema. Se isto é talvez mais evidente com relação à tecnologia, permeia também as outras esferas (GIDDENS, 1991, p. 12).

Estas observações podem trazer à tona alguns pontos de interrogação, como, por exemplo, quais são as implicações do uso das tecnologias nos diversos setores da sociedade? Já há algumas décadas, vemos os efeitos da tecnologia da informação expandindo-se socialmente, atingindo as relações de consumo, o trabalho, o lazer, o governo e a vida pública em geral. Como fazer que a internet, o ciberespaço e o crescimento de uma cultura geral produzam as bases para uma mudança relevante na constituição da experiência que aponte o caminho em direção a novas formas de sociabilidade entre humanos e objetos tecnológicos e, potencialmente, a uma nova configuração dos sentidos e da sensibilidade estética? (FEATHERSTONE, 2000).

Para Bassetti; Elicher e Silva (2016, p. 9) “podemos observar que os avanços tecnológicos criaram mudanças em várias áreas da vida moderna, uma vez que todas as organizações utilizam alguma forma de tecnologia para executar suas operações e realizar suas tarefas”. A esfera do lazer, como parte da vida social e interesse primário deste texto, também sofre o impacto de todos esses atributos da modernidade, como já referenciado anteriormente, tendo sua manifestação reconfigurada.

A Experiência do Lazer na Contemporaneidade

Potencializados os atributos que caracterizam a modernidade, já que, nos tempos atuais (contemporaneidade), todos eles ganharam um vigor inimaginável, cabe indagar como o fenômeno do lazer é influenciado por tais predicados. Diferentes autores analisam o fenômeno contextualizando “as produções acerca da sociedade contemporânea enquanto exacerbação da modernidade, considerando o período histórico, as características e o modo de viver da sociedade ocidental”. Nesse sentido, o esforço de descrever a sociedade contemporânea tem imputado a adoção de diferentes

denominações, como, por exemplo, sociedade pós-industrial; sociedade de consumo; sociedade do lazer; sociedade do espetáculo; sociedade da informação; sociedade da imagem; sociedade da competitividade, dentre outras. Em geral, tais definições elegem âncoras semânticas diferentes, mas referem-se, todas, ao mesmo arcabouço prático: “Embora existam inúmeras denominações para caracterizar a sociedade contemporânea, esta é a sociedade do nosso tempo, do início do século XXI e do III milênio” (HÜBNER, 2004, p. 44).

Várias questões são importantes de serem apontadas com relação ao lazer nesta era da contemporaneidade. É possível destacar o fato de o lazer ser tratado com descaso pelos poderes públicos, mesmo aparecendo na Constituição como um direito social, ser transformando cada vez mais em um produto privado, com acesso restrito, pelo menos para a maioria da população. Não é à toa que o lazer vem progressivamente apresentando sua capacidade de render lucros expressivos para os investidores do setor (HÜBNER, 2004, p. 46).

Um desses lucros tem forte relação com a marcante expansão do acesso à internet nas últimas décadas e à consolidação das redes sociais, especificamente o *Facebook*. No século XX, a emergência da cultura de massa, o desenvolvimento do rádio, e, principalmente, da televisão, contribuíram de forma significativa com a difusão e mudança da comunicação. No entanto, com o surgimento da Internet, no fim do mesmo século, esse processo foi modificado efetivamente e acelerado em proporções jamais vistas. “As tecnologias digitais trazem novas possibilidades no que se refere ao acesso, produção, difusão e troca de informações” (ARAÚJO, 2012, p. 3).

Dentre estas tecnologias, o fenômeno atual que mais contribui para as novas formas de sociabilidade e de comunicação são as redes sociais. “As redes sociais na

Internet nasceram no século XXI e conquistaram rapidamente um lugar privilegiado na rede. No Brasil, a primeira rede social a fazer grande sucesso foi o Orkut, em 2004”. De lá para cá, milhões de pessoas passaram a fazer uso das redes sociais, que evoluíram e se diversificaram (ARAÚJO, 2012, p. 4).

No embalo do *Orkut*, em 2004 surge o *Facebook*, uma das mais conhecidas redes sociais na internet, que permite aos membros possuírem uma página de apresentação pessoal (mural ou *time line*), aglomerar uma rede de “amigos” e interagirem com eles de formas variadas, por exemplo, através da visualização das informações das suas páginas pessoais e/ou com postagem de comentários. “O *Facebook* também permite aos seus membros organizarem-se em função de interesses comuns e conhecerem mais sobre a vida pessoal e hobbies dos amigos” (LIMA; MARQUES; CAMILO, 2015, p. 12).

Desde a sua introdução, sites de redes sociais (SNSs), como MySpace, Facebook, Cyworld e Bebo, atraíram milhões de usuários, muitos dos quais integraram esses sites em suas práticas diárias. [...]. Definimos sites de redes sociais como serviços baseados na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema delimitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de um site para outro (BOYD; ELLISON, 2008, s.p).

A ideia de que a modernidade é inseparável de sua “própria” mídia - os textos impressos e, em seguida, o sinal eletrônico - é propícia aqui. “O desenvolvimento e expansão das instituições modernas estão diretamente envolvidos com o imenso aumento na mediação da experiência que essas formas de comunicação propiciaram” (GIDDENS, 2003, p. 28-29), o que diretamente afeta também as experiências de lazer.

Na abordagem da relação entre o lazer e o *Facebook*, o conceito de lazer virtual cunhado por Schwartz (2003) merece destaque ao abrigar a necessidade de novas

categorias de classificação para o fenômeno a partir daquelas já propostas por Dumazidier, visto que novos contextos trazem consigo outros comportamentos, valores, sentidos.

[...] os efeitos particulares das informações e o desenvolvimento da tecnologia utilizada para reorganização e reconstituição da interação social, tornam-se altamente significativos, tendo em vista que tais meios técnicos reverberam em impactos fundamentais no *modus vivendi* das pessoas, tornando possíveis outras formas e estruturas de interação em todos os contextos, tanto no âmbito do trabalho quanto no do lazer (SCHWARTZ, 2003, p. 26).

O interesse virtual aparece como uma das possibilidades de fruição do lazer na sociedade contemporânea. Notadamente vivemos em um tempo e espaço marcados pela presença da tecnologia em diversos campos, dentre eles o lazer, o que traz desdobramentos, permitindo a oferta de experiências peculiares (LEMOS; SILVA, 2012).

As características desse novo *status* cultural assimilado pelo contexto do lazer promovem consequências interacionais de diferentes ordens (SCHWARTZ, 2003, p. 26). É inequívoco o fato de que o uso de tecnologias tem impactado o cotidiano das pessoas nas mais diversas dimensões, dando origem a um universo novo de experiências, o que altera fortemente a construção das sensibilidades, forjando sujeitos cada vez mais afeitos às relações mediadas por processos tecnológicos. Nesse novo cenário, novas sociabilidades são constituídas, engendrando uma rede significativamente diferente de interações sociais.

Palácios (1996) aponta, nesse sentido, o significado da espacialização para a construção de relações interpessoais, trazendo à tona o solapamento que a mediação do espaço sofre devido à virtualização da realidade, processo que dá origem a uma forma de onipresença tecnologicamente constituída.

Ao argumentar especificamente sobre a ferramenta interativa *Facebook*, notadamente um espaço virtual de sociabilidade, Ellison; Steinfield e Lamp (2007) enfatizam a relevância dessa “rede” na construção e na consolidação do capital social das pessoas, evidenciando a necessidade do “manter-se conectado” para a garantia desse capital.

A incursão desse texto se dá nessa perspectiva: analisar a rede social *Facebook* como possibilidade de uso do tempo disponível buscando o entendimento acerca de alguns dos impactos desse processo na construção/consolidação de sociabilidades, problematizando as transformações dos interesses do lazer rumo àqueles vivenciados virtualmente.

Metodologia

Para o alcance dos objetivos desse estudo, foi empregada uma pesquisa de campo de delineamento descritivo, cujo instrumento de coleta empírica foi a entrevista estruturada (GIL, 2008) contendo oito questões abertas. O roteiro foi aplicado a trinta moradores das seis macrorregiões centrais da cidade de Montes Claros-MG⁶, sendo cinco moradores de cada macrorregião. Dos trinta sujeitos entrevistados, quinze eram mulheres e quinze eram homens com idades que variaram entre 15 e 64 anos. Em geral, os sujeitos entrevistados foram abordados nas ruas dos bairros que compunham as macrorregiões, os quais, após serem esclarecidos e terem livremente aceito participar da

⁶ A cidade de Montes Claros, polo econômico e cultural do Norte de Minas Gerais, abriga cerca de 400 mil habitantes e tem sua área urbana organizada em dezenove (19) macrorregiões, conforme definido pelo Decreto Municipal nº 3393 de 17/05/2016, que estabelece as regiões de planejamento em acordo com os setores censitários do IBGE. Segundo o documento, essa organização geopolítica visa possibilitar que se tenha dados estatísticos de cada região, criando as condições para o acompanhamento real dos índices de desenvolvimento humano da população e buscando a implementação de ações setoriais de forma racional e coordenada. A região central da cidade (local onde foi realizada a pesquisa de campo) é formada por seis macrorregiões, sendo elas: 06, 09, 10, 11, 12 e 15.

pesquisa, eram indagados se possuíam contas ativas no *Facebook*. Esse foi, portanto, o critério básico para que eles pudessem responder as demais questões do roteiro.

A análise dos dados, de natureza qualitativa, foi feita através da técnica de categorias, proposta por Minayo *et al.* (2002): a partir das questões contidas no instrumento de pesquisa e tendo em vista o conteúdo das respostas obtidas, agrupam-se elementos capazes de abranger as questões perscrutadas, estabelecendo-se então, as categorias com este fim.

Análise e Discussão

A primeira questão abordou as razões que levaram a pessoa a abrir a conta no *Facebook* e, tendo em vista as respostas obtidas, duas categorias foram criadas para a análise pela maior recorrência: 1) influência e 2) comunicação.

Sobre a categoria **influência**, os entrevistados enfatizaram o fato de que o *Face* virou “modinha”, pois todos estavam criando uma conta e utilizando a ferramenta, portanto, era difícil não ser influenciado pelo apelo dos amigos, da família e da própria mídia. Num contexto em que “todos” estão se comportando de uma determinada maneira, há uma forte tendência a se reproduzir comportamentos, pois é traço comum do ser humano, essencialmente social, tentar a todo tempo “fazer parte”. Para se sentir aceito, o que os outros fazem interfere significativamente nas escolhas que cada um faz. De maneira rasa, é possível, mesmo fora de contexto, apoiar-se no pensamento de Elias e Scotson (2000) para adotar a ideia de que todos pretendemos ser e estar *estabelecidos* e não *outsiders*. Um estudo mais específico de Assunção e Matos (2014) destaca que a adesão à rede tem como um dos principais fatores certa “pressão” por aderir à

plataforma, uma vez que os assuntos entre os colegas giravam em torno desta temática, o que conseqüentemente influenciava a abertura de um conta no *Face*.

A outra categoria destacada nas respostas aponta a **comunicação** como o principal motivo para que as pessoas abram uma conta. Embora o ato de comunicar-se seja próprio da condição humana, ele não deve ser entendido como uma mera transmissão, passagem de uma mensagem passiva de um (emissor) a outro (receptor). “A comunicação é um procedimento meu em relação àquilo que me aparece ou que eu procuro”; é uma forma de relação que eu desenvolvo com o mundo que me circunda (MARCONDES FILHO, 2008, s/p).

Há quase duas décadas, Castells (1999) já assinalava o surgimento de um novo sistema de comunicação que falava cada vez mais uma língua universal digital, provocando tanto a integração global da produção e partilha de palavras, sons e imagens de nossa cultura, como também os personalizando ao gosto das identidades e humores dos seres humanos. “As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela” (CASTELLS, 1999, p.22).

Uma transformação tecnológica ocorreu, integrando vários modos de comunicação em uma rede interativa, ou seja, a formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana. “O espírito humano reúne suas dimensões em uma nova interação entre os dois lados do cérebro, máquinas e contextos sociais”. A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema, interagindo a partir de pontos diversificados, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível, transforma

sobremaneira o caráter da comunicação. “E a comunicação, decididamente, molda a cultura” (CASTELLS, 2002, p. 414).

No conjunto dos dados coletados na primeira pergunta, é possível ainda apontar outras respostas menos recorrentes: a curiosidade (associada à ideia de “*saber da vida alheia*”), a possibilidade de entretenimento e o uso da ferramenta para divulgação do próprio trabalho. Esse conjunto de razões mostra que os interesses ao se abrir uma conta no *Face*, assim como suas funções, podem ser múltiplos, pois além do apelo social, há sempre um aspecto individual que leva à adesão. Para Castells (2002, p. 444) “os usuários da Internet ingressam em redes ou grupos *on-line* com base em interesses em comum, e valores, e já que tem interesses multidimensionais, também os terão suas aflições *on-line*”.

Na segunda questão, os entrevistados foram indagados sobre seu o maior interesse ao acessar o *Facebook*. É importante destacar que a pergunta frisa a *principal* razão pela qual a pessoa *acessa* a plataforma, ou seja, por que, entre tantas outras possibilidades, ela “escolhe” ocupar-se com o *Facebook* num tempo da sua vida. Como categorias principais apontadas pelos entrevistados merecem destaque 1) Postagens alheias e 2) Interação.

Quanto à primeira categoria, houve ênfase na resposta dos entrevistados quanto ao interesse na *vida dos outros*, em acompanhar as publicações alheias para saber como “o outro” está, onde ele está e o que está fazendo. Há nessa conduta de ocupar-se com a vida do outro uma atitude que pode ser estar associada, *lato sensu*, à ideia de alienação, uma das características relacionadas à ideia de lazer funcionalista, bastante criticada por importantes teóricos do lazer, como Marcellino (2000). A perspectiva de interessar-se excessivamente pelo que o outro está fazendo sinaliza um escape quanto à apreciação da

própria vida, ou seja, a ausência de um exercício de reconhecimento e reflexão sobre a própria situação no mundo. A falta de uma leitura clara sobre si é uma chave importante na definição de atitudes pautadas pela imobilidade, pela passividade e pela reprodução mecânica de comportamentos e valores, tornado o sujeito altamente susceptível às pressões sociais que determinam um padrão de realização e de felicidade marcadas pela posse e pelo consumo. Nesse contexto, assistir à vida “do outro” - sobretudo quando as “postagens” dessa vida são filtradas justamente para serem bem vistas e desejadas – alarga os canais de frustração e infelicidade, sentimentos que o mercado e a mídia (inclusive a presente no próprio *Facebook*) têm ensinado a enfrentar justamente reforçando a sua origem, ou seja, estimulando desejos de posse e práticas de consumo.

A segunda categoria que emergiu nas respostas à segunda pergunta foi **interação**, dado que vai ao encontro das respostas da primeira pergunta, sendo destacado que o *Face* interessa às pessoas por permitir que as mesmas interajam e se comuniquem com a família e com os amigos. Ele permite, ainda, “*manter uma rede de contatos*”.

A ideia de interação está associada ao imperativo da interatividade, que, na atualidade, é uma palavra de ordem no mundo das mídias eletrônicas. A noção de “interatividade” está diretamente ligada aos novos *media* digitais e corresponde a uma nova forma de interação técnica, de cunho “eletrônico-digital”, diferente da interação “analógica” que caracterizou os *media* tradicionais. Experimentamos, diariamente, formas de interação ao mesmo tempo técnica e social. “Nossa relação com o mundo é uma relação interativa onde as ações variadas correspondem retroações as mais diversas. Essa interação funda toda vida em sociedade”. Nesse contexto, a “interatividade” seria

uma ação dialógica entre o homem e a técnica, sendo a técnica (ferramenta, objeto ou máquina) inerente ao social (LEMOS, 1997, s/p).

Além do interesse pelas postagens alheias e dos objetivos de interação, apareceram nos dizeres dos sujeitos participantes outras razões para o *acesso* ao *Facebook*, como diversão e distração, palavras que remetem diretamente ao fenômeno do lazer, comumente associado a essas ideias. De fato, o objetivo de distrair e divertir preenche as intencionalidades ordinárias de lazer e dão sentido à imersão que os sujeitos fazem em suas práticas, na busca de uma espécie de ruptura com um cotidiano marcado pelas obrigações, no qual sobra muito pouco (tempo, energia e recursos) para a pessoa fazer o que, de fato, ela tem prazer em fazer. Não há nada de excepcional, portanto, quando os sujeitos pesquisados indicam também a distração e a diversão como interesses para o acesso ao *Facebook*, ainda que as repercussões de tal conduta possam ser questionadas numa análise sócio-pedagógica mais incisiva.

Nesse embalo, merece ser destacada a resposta de um dos entrevistados em especial: “*jogar, é meu maior interesse hoje, uso o Face como ferramenta de lazer e profissional*”. É possível interpretar que, no âmbito dos usos do *Facebook*, o entrevistado coloca lazer e trabalho como campos distintos, pensamento comum à maioria das pessoas. Para refletir sobre essa fato, merecem atenção as afirmações de Marcellino (1996, p. 11) ao ressaltar que “antes de mais nada, o tempo do lazer encontra-se não em oposição, mas em estreita relação com o tempo das obrigações”. Há, portanto, certa limitação por parte das pessoas em compreenderem que as possibilidades, práticas e comportamentos das vivências de lazer estão fortemente associadas às possibilidades, práticas e comportamentos do mundo do trabalho. Por analogia, as incursões e exploração feitas no *Facebook* também são fortemente

influenciadas pelas experiências tidas e condições produzidas a partir do trabalho. Não é sem razão que as possibilidades de diversão e distração são tão valorizadas num contexto em que o trabalho, na percepção dos próprios sujeitos, representa exatamente o oposto disso.

Na terceira pergunta, as questões referentes à sociabilidade foram mais diretamente abordadas e os sujeitos responderam a seguinte pergunta: “Você acha que um ‘amigo somente do *Face*’ pode ser considerado um amigo ‘de verdade’”? Embora alguns entrevistados tenham sinalizado positivamente a essa pergunta, a grande maioria respondeu “não” a esta questão e a justificativa mais recorrente foi o fato de não se conhecer pessoalmente, de não se ter uma proximidade física, de não participar da vida deste “amigo”. Elegemos como categoria para fazer esse debate a ideia de **convivência “real”**⁷. Os participantes da pesquisa consideram que, para ser verdadeira, uma amizade precisa de um amigo “real” e não apenas “virtual”. Um dos entrevistados assim destacou: “tem que ter uma proximidade ‘real’; uma amizade na perspectiva dos participantes deve ser construída no “cara a cara”, no face a face e não no Face a Face.”

A referência à amizade e à convivência está vinculada à sociabilidade, espaço de relação em que laços sociais são construídos. Sobre este aspecto, é importante fazer uma

⁷ Em geral, embora tenha sido “real” o termo utilizado pelos entrevistados, cabem aqui algumas considerações de Manuel Castells. Em sua obra *A sociedade em rede*, o autor questiona e argumenta: “no fim das contas, as comunidades virtuais são comunidades reais? Sim e não. São comunidades, porém não são comunidades físicas, e não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação das comunidades físicas. Porém não são ‘irreais’, funcionam em outro plano da realidade. São redes sociais interpessoais, em sua maioria baseadas em laços fracos, diversificadíssimas e especializadíssimas, também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica da interação sustentada” (CASTELLS, 2002, p. 445-46).

distinção fundamental: na análise da sociabilidade, há os laços fracos e os laços fortes⁸. “A Rede é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo” (CASTELLS, 2002, p. 445). A vantagem da Rede é que ela permite que laços fracos sejam criados com desconhecidos, num padrão igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. “De fato, tanto *off-line* quanto *on-line*, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além de limites socialmente definidos do auto-reconhecimento” (CASTELLS, 2002, p. 445).

Permanece uma dúvida generalizada quanto à natureza da amizade que é cultivada nas redes sociais *on-line*. A pergunta principal é: “são todos realmente amigos?” Há ainda uma ênfase mais quantitativa para o mesmo questionamento: “alguém realmente tem centenas de amigos?” “Isso significa aceitar que, embora possua a mesma denominação de um vínculo social *off-line*, trata-se de um tipo de laço que não existe senão nas dinâmicas típicas do mundo *on-line*” (SANTOS; CYPRIANO, 2014, p. 69).

Algumas pesquisas iniciais neste domínio chegaram à conclusão que a maior utilização da internet apresentava impactos negativos na comunicação familiar e um menor investimento em redes “reais” de amizades. De um modo geral, muitos desses estudos iniciais sobre os efeitos da utilização da internet pareciam indicar para o fato de

⁸ Em seu texto “*Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook*”, Raquel Recuero (2014, p. 115) esclarece que: “a definição de laços fortes e fracos foi inicialmente construída pelo sociólogo Mark Granovetter (1973), onde os primeiros teriam uma relação maior com a intimidade e formas de capital social mais complexas para a rede; enquanto os segundos seriam responsáveis pelas “pontes” (Burt, 2001), ou seja, pelas interconexões entre os grupos de “amigos”, relacionados ao capital social menos complexo, com menor intimidade e investimento nas relações e mais relacionado à circulação de informações”.

que o seu uso roubaria tempo das interações reais, levando ao isolamento dos seus utilizadores e repercutindo de forma prejudicial quanto à saúde e bem-estar dos mesmos (LIMA; MARQUES; CAMILO, 2015).

Contudo, estudos mais recentes apontam numa outra direcção mais positiva. A investigação neste domínio tem vindo a demonstrar que as consequências da utilização da internet e das redes sociais, tais como o facebook, parecem depender de alguns factores fundamentais. Por um lado, um aspecto essencial parece ser as características pessoais dos utilizadores. Neste sentido, alguns estudos têm procurado explorar os efeitos que a utilização da internet tem em indivíduos introvertidos e com baixa auto-estima, por um lado, e em indivíduos extrovertidos e com uma auto-estima mais elevada, por outro. Neste sentido, algumas evidências parecem demonstrar que são sobretudo os indivíduos introvertidos e com baixa auto-estima que tendem a sofrer os efeitos negativos da utilização exagerada da internet (LIMA; MARQUES; CAMILO, 2015, p. 13).

Um ponto que merece também ser apontado é o fato de que os entrevistados, no geral, comentavam que só adicionavam à sua rede de contatos pessoas que eles já conheciam. Em estudo de Assunção e Matos (2014) realizado com jovens, quando lhes foi perguntado quem eram na realidade os amigos do *Face*, os jovens afirmaram que eram sempre pessoas que eles conheciam, por exemplo, pessoas da escola, familiares, pessoas que estavam longe. Nesse cenário, as relações em ambientes virtuais representariam uma dilatação das relações *off-line*.

Ao serem questionados, na quarta pergunta, sobre o objetivo em postar/compartilhar no *Facebook*, as respostas dos entrevistados possibilitaram reflexões significativas. A categoria **exibição do eu** parece agrupar de maneira considerável as respostas dadas. Por que essa necessidade? Por que esse desejo? Essencialmente, é possível admitir que o foco basilar das pessoas em suas postagens e compartilhamentos é o “mostrar-se”, ou seja, mostrar “*o que sou, faço ou gosto*”. Tendo em vista essa perspectiva, as ações de postar/compartilhar dos usuários entrevistados

parecem alocar-se sobre o sujeito-outro, pois embora seja o sujeito-eu quem posta ou compartilha, isso ocorre porque há um desejo explícito que o outro veja, comente, curta. O *Face* dá visibilidade a um painel de exibições (sejam ideias, imagens, áudios, vídeos) e são elas, de acordo com os participantes da pesquisa, que caracterizam o usuário. Ocorre, portanto, no ato de postar/compartilhar, a construção social de um “eu virtual” considerado tão real quando o ser analógico, pois constitui um ente dotado de um acervo identitário decisivo no ambiente das mediações virtuais essenciais para a constituição das subjetividades nos dias de hoje.

Diferente da “rolagem” dos *feeds* ou das *timelines* (experiência pela qual eu escuto o mundo), no ato da postagem, eu falo ao mundo. Se na rolagem, o sujeito se preenche de coisas que estão do lado de fora, numa ação aleatória, talvez mesmo inconsciente, na postagem ocorre justamente o contrário: ele aporta, no mundo, aquilo que o preenche e que, por vezes, o “entope”. Trata-se de apresentar aos outros aquilo que de alguma maneira é significativo para si e, nessa dinâmica, cada curtida reverbera como alguém dizendo: “estou te ouvindo”, “concordo com você” ou “somos iguais”. As idas e vindas dessas interações sedimenta um solo de identificação e cumplicidade nas trocas estabelecidas virtualmente, trazendo conforto para o eu que deseja ser “nós”. Em suma, exercita-se a aceitação social e a integração ao um grupo de referência previamente eleito.

Outra categoria presente nas respostas dos entrevistados refere-se à ideia de **divulgação de interesses**. Nesse sentido, foi informado pelos participantes que ao postar/compartilhar, eles estariam “distribuindo” coisas que são significativas para eles e que poderiam ser igualmente significativa para os outros.

Para que os amigos possam saber e compartilhar dos interesses (usuário, 21 anos).

Em um estudo realizado por Recuero (2014), cujas categorias analisadas foram as ferramentas do *Facebook* “curtir”, “compartilhar” e “comentar”, o botão “compartilhar” teve sua principal função associada ao objetivo de dar visibilidade para a conversação ou a mensagem, ampliando o alcance desta. Nas respostas dadas pelos sujeitos participantes da referida pesquisa, a principal função enumerada para a ferramenta foi justamente a divulgação de algo relevante. “A percepção deste algo como relevante para a rede social é igualmente um valor para aquele que compartilha e para aquele que foi compartilhado”. Um percentual alto de respondentes relatou que sua decisão de compartilhar era baseada na percepção de algo como “interessante” para sua rede social (RECUERO, 2014, p. 120), dado que corrobora o enunciado pelos participantes da presente pesquisa.

A quinta pergunta da entrevista aplicada na presente pesquisa indagou: “Você considera o *Facebook* importante? Por quê?”. A predominância nas respostas foi “sim” e o porquê girou em torno de duas questões: o fato de o *Facebook* ser um ambiente que mantém seus usuários atualizados; e por propiciar contato, comunicação, interação. Cabe esclarecer que estas duas respostas, muitas vezes, apareciam juntas, ou seja, estavam associadas no discurso do mesmo entrevistado. No agrupamento das respostas, foram delineadas duas categorias: 1) ficar “ligado” e 2) estar em contato.

Sim, é uma forma de ficar ligada nas coisas e conectada com meus amigos (usuária, 19 anos).

Sim, para comunicação, ele aproxima as pessoas mais distantes, é uma ferramenta de interação (usuário, 18 anos).

Sim, é minha janela para o mundo, uma forma de interagir com o mundo” (usuário, 68 anos).

Também outros dizeres chamaram a atenção, em especial aqueles que diziam respeito à dinâmica atribuída ao *Facebook*, que, na visão dos entrevistados, facilita a vida. Foi ainda destacado, com algo positivo, a rapidez com que as informações circulam na Rede.

As pessoas que se movem nas culturas tecnológicas têm suas vidas cotidianas governadas pela velocidade e pela mobilidade, não apenas por meio de informações e fluxos de imagem de sistemas de comunicação eletrônicos, mas também pelas sensações e imagens efêmeras, enquanto caminham ou dirigem pelas ruas das cidades. “Vivem com maior sensação de mobilidade e conectividade alterando a estrutura da experiência, das formas de sociabilidade e dos equilíbrios de poder e interdependência que nos unem uns aos outros” (FEATHERSTONE, 2000, p. 55).

A instantaneidade aparentemente faz menção a um movimento muito rápido e há um tempo muito curto, mas de fato evidencia a ausência do tempo como fator do evento e, por isso mesmo, como elemento no cálculo do valor. “O tempo não é mais o ‘desvio na busca’, e assim não mais confere valor ao espaço. A quase instantaneidade do tempo do *software* anuncia a desvalorização do espaço” (BAUMAN, 2001, p. 149).

O objetivo último seria a velocidade máxima, de maneira que pudéssemos chegar a qualquer parte do mundo instantaneamente. “A promessa da velocidade é o fim da geografia e a total mobilidade do objeto: a capacidade de alcançar, lidar com, impor os desejos de um sobre outros que estejam distantes” (FEATHERSTONE, 2000, p. 70-71).

A ideia de “ficar ligado” e “estar em contato” continuamente, bem como o destaque dado à percepção da rapidez como algo a ser valorizado, vão ao encontro do solapamento espacial frisado acima. Para os usuários das redes sociais e, no caso da

presente pesquisa, usuários do *Facebook*, há uma espécie de onipresença virtual que aniquila a própria noção de velocidade, posto que esta só possa ser constituída na relação entre tempo e espaço. “Ficar ligado”, portanto, permite estar em infinitos lugares no mesmo momento, todos tangíveis à ação digitalizada do contato.

Na sexta pergunta, os entrevistados explanaram sobre quais as consequências eles enfrentariam na própria vida se o *Facebook* deixasse de existir. A maior recorrência nas respostas foi “nenhuma”, ou seja, os entrevistados atribuíram não haver consequência caso a disponibilidade do *Face* fosse interrompida. Acrescentaram ainda, num ato quase irônico, que “iam criar outro rapidinho”; [...] certamente inventariam uma outra rede social” ou ainda; “[...] já vivi sem e poderia surgir algo mais moderno”.

Um fato que não se deve ignorar na análise das argumentações expostas nas entrevistas orbita certa contradição presente na falas. Se por um lado, admite-se que o desaparecimento do *Facebook* não traria consequências efetivas, por outro são postos argumentos evidenciando que essa “dispensa” não seria sentida porque outras ferramentas cumpririam o mesmo papel que o *Face* ocupa atualmente. Dito de outra forma, os usuários abdicam do *Facebook*, mas não de suas operacionalidades, que seriam (ou já são) acomodadas em outros aplicativos.

Nesse ponto específico, merece ser evidenciado o fato de que, para algumas pessoas que participaram da pesquisa, o *Facebook* tem perdido espaço para outras redes sociais, em especial, o *WhatsApp*.

Nenhuma consequência, o zap zap sim, eu ficaria muito chateada (risos) (usuária, 64 anos).

Perderia contato com muitas pessoas, mas se for olhar o Whats é mais importante hoje (usuário, 28 anos).

A rede móvel *WhatsApp* é um aplicativo que permite troca de mensagens multiforme: textos, documentos, áudios, vídeos, links e ligações de som e de imagem-e-som. Por meio dela, os usuários interagem por meio do *smartphone* (e também pelo computador) “sem pagar ou pagando apenas pelo download do aplicativo (no caso do iPhone) para se comunicar, usando o plano de internet convencional do celular”. Sua principal função é interação, sociabilização e a troca de mensagens, sendo que nesta rede não há jogos, publicidade, ou necessidade de preencher perfil completo do usuário. Entretanto, o aplicativo precisa estar associado a um número de celular (FERREIRA; ARRUDA FILHO, 2015, p. 53).

Em um estudo realizado com o objetivo de analisar as preferências de uso com relação ao *Facebook* e ao *WhatsApp*, alguns apontamentos relevantes apareceram, destacando que um novo cenário social trouxe um grande desenvolvimento de aplicativos que, conectados aos usuários, propiciaram todas as possibilidades de serviços em um único produto (FERREIRA; ARRUDA FILHO, 2015, p. 53).

Com relação aos entrevistados que responderam haver consequências caso o *Facebook* deixasse de existir, é possível identificar algumas falas as quais, mesmo em menor recorrência, adotam argumentos que merecem ser evidenciados, pois estão relacionadas às sociabilidades construídas com e nas redes, ou seja, um outro tipo de sociabilidade. Eis algumas:

Eu teria que sair de casa. O Facebook é comodidade, antigamente eu ia para o boteco, hoje não preciso disso (usuário, 65 anos).

A vida social iria parar um pouco, porque eu não saio muito e converso com as pessoas pelo Face (usuário, 17 anos).

Perderia comunicação e perderia entretenimento, pois considero como lazer (usuário, 15 anos).

Se antes do surgimento das novas tecnologias de informação e comunicação, as relações sociais aconteciam nos encontros face a face e/ou eram enraizada sem lugares (a casa, o bar, a praça, o clube e outros espaços de encontro) ou em trocas de materialidade imediata (uma ligação por telefone), a internet e os dispositivos que permitem a conexão a ela (sobretudo os *smartphones*) conferem uma importância particular às relações estabelecidas de indivíduo a indivíduo, uma vez que operam com uma comunidade conectada em rede na qual o acontecimento ativa ondas de efeito exponencial. Não é mais necessário falar a todos porque a mensagem enviada a poucos pode repercutir indefinidamente atingindo projeções imprevisíveis. Assim, a presença da internet e da comunicação móvel em nossas vidas incorpora uma mudança de grande envergadura em nossas ações sociais, ainda que sejam as mais banais. “Trata-se da possibilidade de se servir da comunicação de pessoa a pessoa ou daquela dos indivíduos com os grupos sociais de que eles participam, de maneira cômoda e permanente, onde quer que se esteja e onde quer que os outros estejam” (SANTOS; CYPRIANO, 2014, p. 73). Todos que são tangíveis se tornam vetores.

Evidentemente, a subtração dessa possibilidade geraria consequências sobre as sociabilidades atuais, fundadas nas raízes informacionais da rede, impondo comportamentos que as gerações passadas conheceram nas práticas da vida cotidiana, mas que as (gerações) atuais apenas “ouviram falar”. O contato físico direto, o esforço para o encontro, a irrupção do “olho no olho” e o exercício da oralidade e da escuta para aqueles que se habituaram a se comunicar com as pontas dos dedos e com os olhos nas telas reluzentes adquirem, nesse contexto, o *status* argumentativo dos melhores roteiros de ficção científica.

Na penúltima questão, foi perguntado aos entrevistados se eles entendiam o *Facebook* como uma experiência de lazer e o porquê dessa percepção. A grande maioria entende que o *Face* é sim uma experiência de lazer; tendo aparecido nos discursos de forma recorrente palavras como: diversão, entretenimento, prazer e distração.

Sim, porque você se diverte, você ri, comenta os jogos de vários esportes (usuário, 56 anos).

Sim, porque estou fazendo o que eu gosto e o que me dá prazer (usuária, 27 anos).

Sim, porque há entretenimento na sua utilização (usuário, 23 anos).

Muitas pessoas que usam o *Facebook* o fazem (também) no tempo disponível e com múltiplos interesses, empregando esse recurso para acessar conteúdos variados, realizar muitas atividades e vivenciar experiências diversas ao mesmo tempo. Tendo em vista que a experiência concreta do lazer está relacionada à possibilidade de acesso a conteúdos amplamente diversos e que dizem respeito especificamente aos interesses de cada um, considerar o acesso e navegação no *Facebook* como prática de lazer vai depender exatamente destes interesses que conduzem as percepções e as ações dos sujeitos.

Sim, porque através dele tenho acesso a muitas coisas de meu interesse e até pelo ócio, só acesso no tempo disponível (usuária, 43 anos).

Sim. Consume meu tempo disponível, me distrai e de me dá prazer (usuário 58 anos).

Sim, porque uso no tempo livre, buscar coisas de meu interesse e interajo com outras pessoas (usuário, 17 anos).

Essa percepção, entretanto, deve ser relativizada tendo em vista a fragilidade das fronteiras que separam obrigação e lazer, fato presente na dinâmica da vida de muitas

pessoas na atualidade. Isso pode ser interpretado a partir do próprio acesso ao recurso, pois o mesmo computador [e, mais recentemente, o mesmo *smartphone*] que serve para fins profissionais serve também para fins de lazer e para aquisição de informações. Fica fácil pular das tarefas profissionais para um passeio pela Internet, a fim de ler as notícias eletrônicas, acessar as últimas novidades do esporte ou os preços das ações; assistir um vídeo, postar uma foto ou compartilhar uma mensagem (FEATHERSTONE, 2000).

Sim, porque você posta fotos, se diverte, busca aquilo que cada um gosta, se interessa (usuário, 15 anos).

Desde sua origem, e num movimento que tende a se acentuar nos dias atuais, o lazer tem constituído uma ferramenta efetiva de distração social. Assim, o uso do *Face*, entendido como uma experiência de lazer, traz a ideia de algo que pode transportar o usuário a partir de uma realidade física e o conduzir à realidade virtual, onde há um abarrotamento de informações, falas, palavras, imagens, desejos. A ideia do *flâneur*⁹ virtual como analogia do *flâneur* “real” se adequa bem a esse contexto, pois incorpora a perspectiva de um “passeio” por paisagens digitais que “distraem” o sujeito enquanto perambula pelo universo alheio motivado pelo simples prazer de observar as coisas ao seu redor (FEATHERSTONE, 2000). Esta figura que está em todos os lugares e ao mesmo tempo em nenhum lugar, está, na verdade, entre todos, porém sozinha. A experiência da exploração dos espaços virtuais nos tempos atuais constitui,

⁹ “Mas quem é o *flâneur*? O errante e misterioso *flâneur* teve origem na obra de Baudelaire. É um observador que caminha tranqüilamente pelas ruas, apreendendo cada detalhe, sem ser notado, sem se inserir na paisagem, que busca uma nova percepção da cidade. E para situar a curiosa figura do *flâneur* no tempo, é preciso entendê-lo, antes de tudo, como uma figura nascida na modernidade. Ele apareceu como o contraponto do burguês, que dedicava grande parte do seu tempo ao mundo dos negócios. A *flânerie* conseguiu solidificar-se como a experiência própria daquele que gostava de perambular pelas ruas pelo simples prazer de observar ao seu redor; que não devia satisfações ao tempo e tinha a rua como matéria-prima e fonte de inspiração” (PASSOS *et al.*, 2003, p. 6).

efetivamente, uma forma de *flanar* na Internet. E porque não dizer, perambular pela Rede procurando a melhor opção de diversão disponível? (PASSOS *et al.*, 2003).

Na oitava e última pergunta questionamos: “Antes de passar pela experiência de responder as perguntas desta entrevista, você já havia pensado sobre a influência do *Facebook* na sua vida?” Nas respostas a esta pergunta praticamente o “sim” e o “não” apareceram com a mesma frequência, sendo que, em geral, as pessoas que responderam “sim” acrescentaram alguma outra informação, buscando explicar em qual situação essa reflexão com relação ao *Facebook* ocorreu.

Sim, quando vi que os amigos se perderam com essa ferramenta. Ex: na mesa do bar com os amigos e mexendo no celular (usuário, 56 anos).

Sim, quando começa atrapalhar, a gente para pra pensar (usuária, 20 anos).

Sim, um tempo atrás quando usava muito, eu questioneei: será que eu vivo sem Facebook? (usuária, 39 anos).

Sim, estou sempre falando sobre isso com a família a respeito do seu uso (usuária, 68 anos).

A categoria eleita para agrupar as ideias contidas nesta questão foi **inutilidade**. A opção se deu porque as pessoas participantes do estudo levantaram em muitas falas, a questão da “perda de tempo” com o *Facebook*, o fato de que, para muitos, o acesso ao mesmo não produz nada útil e que chega a prejudicar, pois no tempo disponibilizado para o seu uso, outras coisas “*mais produtivas*”, poderiam estar sendo feitas. A ideia de produtividade está bastante colada à uma lógica capitalista, posto que tempo algum possa ser perdido se não estiver vinculado aos sistemas de produção e consumo. Em geral, ao cidadão ordinário é imputado sentimento de culpa quando ele não se distancia

daquelas atividades e conteúdos que são considerados inúteis, improdutivos, já que os operadores vitais que movem o sistema são o “trabalho” e o dinheiro.

Sim, pelo fato de que ele não traz nada de produtivo, pode te prejudicar, mas possibilita contato com quem está distante (usuário, 23 anos).

Sim, quando se deixa de fazer coisas de maior importância para ficar vendo o Face (usuário, 21 anos).

Na análise em especial destas duas últimas questões da entrevista, uma reflexão se torna primordial. O tempo “livre”, em geral ocupado com algo que não é trabalho, não é um aspecto de menor importância, um fato inferior ou um elemento que não gera nenhum ganho. A expansão da ideia do lazer como campo genuíno de realização humana implica admitir a “produtividade da inutilidade”. Dito de outra forma, a livre expressão do sujeito no lazer pode também ser algo muito produtivo para sua emancipação já que ele (o lazer) deveria possibilitar o desenvolvimento do ser humano, o seu engrandecimento com relação a sua ação, expressão e permanência no mundo.

Neste sentido, quando pensamos sobre o papel social do lazer na contemporaneidade, não podemos ficar indiferentes a muitas e antigas contradições, ainda hoje muito vivas em nossa sociedade. Em um cenário caracterizado pelo desemprego, pela distribuição injusta de renda, pelo analfabetismo, pela exploração da mão-de-obra infantil, pela violência, pela pobreza e pela miséria da maior parte da população, fica difícil limitar-nos à delação da alienação produzida pelo trabalho capitalista, alienação também fortalecida no lazer, “se este for considerado como simples diversão e entretenimento a serem consumidos, como fuga dos problemas e como um meio de compensar as frustrações cotidianas” (GOMES, 2008, p. 69).

Não há dúvida de que o descanso e o divertimento são alternativas abertas nas atividades de lazer. Assistir a um espetáculo de teatro, fazer uma viagem, participar de uma festa, ou usar o *Facebook*, essas e outras inúmeras práticas representam oportunidades para o repouso, para a “higiene mental”, com a quebra da rotina, a liberação da imaginação, entre outras coisas. Porém, além do descanso e do divertimento outra oportunidade ocorre no lazer e, normalmente não é tão perceptível ou perseguida. “Trata-se do desenvolvimento pessoal e social que o lazer enseja”. Nas muitas experiências de lazer estão presentes possibilidades privilegiadas, porque espontâneas, de tomada de contato, percepção e reflexão sobre as pessoas e as realidades nas quais estas estão inseridas (MARCELLINO, 1996, p. 14).

As imersões virtuais podem constituir oportunidades eminentes de desenvolvimento pessoal e social, mas também podem ser o seu avesso. As condutas que o indivíduo adota nessas práticas (fator que ultrapassa em muito uma simples escolha pessoal) é que irão modular sua experiência e as suas possibilidades de “ganho” de capital cultural, social e humano.

Considerações Finais

A consolidação das redes sociais é um fato inequívoco nos dias de hoje. A expansão de recursos, o alargamento do acesso e a captura do universo de representação dos sujeitos tornam os efeitos dessa consolidação profundos e indemarcáveis, anunciando um horizonte de incertezas quanto às maneiras de ser, estar e se comunicar no mundo.

A reverberação desse processo adentra todas as manifestações humanas à medida que imprime à existência virtual o peso da materialidade analógica:

gradativamente nos tornamos hipertexto, ou seja, potenciais de linguagem transcendentais que ultrapassam indefinidamente nossa realidade carnal. Nesse movimento, as redes sociais ancoram cada vez mais nossos desejos e nossas realizações, permitindo insultar a máxima cartesiana transmutando-a: *apareço, logo existo*.

Nesse cenário abarrotado de sujeitos que se constituem à medida que se dão a ver, as sociabilidades são fortemente impactadas pela maneira como o olhar do outro conforma cada um. Não é por acaso, portanto, que o sucesso do *Facebook* está justamente em oferecer, como principal “produto”, um vasto catálogo de histórias de vida (*timeline*) cotidianamente alimentadas pelos sujeitos que, supostamente, as protagonizam. Contudo, as experiências mediadas pela presença física ainda parecem ser essenciais para a consolidação de laços fortes entre os sujeitos, sinalizando que a existência virtual por hora carece do amparo da materialidade da vida cotidiana.

Como espaço de ação e realização humana, o lazer experimenta as implicações desse estado de coisas. Fortemente marcado pelos valores de distração e divertimento, o uso do *Facebook* (e de outras redes sociais) emerge como uma escolha possível para usufruto do tempo livre, ocupando o tempo/espaço antes destinado a outras práticas. Obviamente não cabe operar julgamentos acerca desse processo, mas sim explorar as possibilidades de sua apropriação tendo em vista o engajamento a um projeto em que seja explorado também o caráter de desenvolvimento pessoal e social do lazer.

Numa época marcada pela alienação, pela esquizofrenia, pelo individualismo e pela perda das referências de si, quadros significativamente engendrados pelo mergulho dos sujeitos nas telas reluzentes que cercam todos nós, o lazer pode ser uma ferramenta potente na promoção da humanização, do senso de coletividade, do sentido político das ações individuais e, no limite, do encontro do sujeito consigo mesmo.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Beatriz Pozzobon. Redes sociais na Internet e novas formas de sociabilidade: um estudo do *Facebook*. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 13, 2010, Chapecó-SC. **Anais...** Chapecó: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. p.1-13.

ASSUNÇÃO, Raquel Sofia; MATOS, Paula Mena. Perspectivas dos adolescentes sobre o uso do facebook: um estudo qualitativo. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 19, n. 3, p. 539-547, jul./set. 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2871/287132694018.pdf> Acesso em: 10 nov. de 2017.

BASSETTI, Telma M. Bittencourt; ELICHER, Maria Jaqueline; SILVA, Bruno Eduardo Miranda da. Uso do corpo como atividade de lazer mediado pelas Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação – NTICs. In: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo, [s.n.], 2016. **Anais...** Disponível em: <http://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/557.pdf> Acesso em: 11 jan. de 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, n.13, p. 210-230, 2008. Disponível em <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x?scrollTo=references> Acesso em: 12 nov. de 2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Vol. 1: A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 3. ed. 1999.

_____. **A sociedade em rede**. Vol. 1: A era da informação: economia, sociedade e cultura São Paulo: Paz e Terra, 6. ed. 2002.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ELLISON, Nicole; STEINFELD, Charles; Lamp, Cliff. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v.12, p. 1143-1168. 2007. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full>. Acesso em: 12 nov. de 2017.

FEATHERSTONE, Mike. A globalização da mobilidade: experiências, sociabilidade e velocidade nas culturas tecnológicas. In: GARCIA, Erivelto B.; LOBO, Francis (eds.). **Lazer numa sociedade globalizada**. São Paulo: SESC/ WRLA, 2000.

FERREIRA, Naiara Silva; ARRUDA FILHO, Emílio José Montero. Preferência de uso das redes sociais virtuais para o Consumidor tecnológico: uma análise do Facebook versus WhatsApp. **REUNA**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 47-64, Jul./Set. 2015.

Disponível em: <https://revistas.una.br/index.php/reuna/article/view/641/0> Acesso em: jan. de 2018.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

_____. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Christianne Luce. **Lazer, trabalho e educação: relações históricas, questões contemporâneas**. 2. ed. rev. amp. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

HÜBNER, Daniel Braga. Sociedade contemporânea e lazer: reflexões sobre o nosso tempo. **Licere**, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p.41-51, 2004. Disponível em: http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=Sociedade+contempor%C3%A2nea+e+lazer%3A+reflex%C3%B5es+sobre+o+nosso+tempo&btnG= Acesso em: 18 dez. de 2017.

LEMOS, André. **Anjos interativos e a retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais**, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf> Acesso em: 09 dez. de 2017.

LEMOS, Fábio Ricardo Mizuno; SILVA, Robson Amaral da. Minicurso: interesse virtual do lazer. In: Colóquio de pesquisa qualitativa em motricidade humana, 5./Congresso Internacional de Educação Física, Esporte e Lazer, 2., 2012. **Anais...** São Carlos, Universidade Federal de São Carlos, 2012, p.111-26.

LIMA, Maria Luísa; MARQUES, Sibila; CAMILO, Cristina. **Ter amigos faz bem à saúde**. Mas será que os amigos do facebook contam? Estudos na população portuguesa. Lisboa: CIS-IUL/ISCTE-IUL. 2015. Disponível em <https://hdl.handle.net/10071/9450>. Acesso em: 09 dez. 2017.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Estudos do lazer: uma introdução**. Campinas: Autores associados, 1996.

_____. **Lazer e educação**. Campinas: Papyrus, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MINAYO, Maria Cecília de Souza *et. al.* **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

PALÁCIOS, Marcos Silva. Cotidiano e sociabilidade no ciberespaço: apontamentos para uma discussão. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José (Org.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

PASSOS, Fernanda *et al.* **O novo flâneur**. 2003. Disponível em: <https://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/2%20-%20o%20novo%20fl%C3%A2neur.pdf>. Acesso em: 14 dez. de 2019.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Revista Verso e Reverso** (Online), v.28, n. 68, p. 114-24, maio-agosto 2014. Disponível em: <https://www.revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/viewFile/7323/4187>. Acesso em: 04 jan. de 2018.

SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 29, n. 85, p. 63-78, junho 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092014000200005. Acesso em: 03 jun. de 2017.

SCHWARTZ, Gisele Maria. O conteúdo virtual do lazer: contemporizando Dumazedier. **Licere**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p.23-31, 2003.

Endereço dos Autores:

Fernanda de Souza Cardoso
Rua São Tomé, 45 – Bairro Todos os Santos
Montes Claros – MG – 39.400-122
Endereço Eletrônico: nandascard@yahoo.com.br

Carlos Rogério Ladislau
Rua E, 39 – Vila Oliveira
Montes Claros – MG – 39.401-117
Endereço Eletrônico: crladislau7@gmail.com

Georgino Jorge de Souza Neto
Rua João Alves Maurício, 536 – Panorama
Montes Claros – MG – 39.401-096
Endereço Eletrônico: netogeorgino@gmail.com

Rogério Othon Teixeira Alves
Rua Pedro Pereira dos Santos, 331 – Panorama 2
Montes Claros – MG – 39.401-600
Endereço Eletrônico: rogerioothon@gmail.com