

MEDIAÇÕES DE LAZER NO INSTAGRAM: IMAGENS, VISUALIDADES E SENTIDOS¹

*Vivianne Limeira Azevedo Gomes*²

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Natal – RN – Brasil

A visibilidade de atividades do cotidiano potencializada nas redes sociais pelas tecnologias digitais e por uma cultura técnico-informacional nos levou a compreender os sentidos na mediação do lazer a partir das imagens no Instagram. Nossa discussão problematiza a visibilidade do lazer diante das visualidades desta prática pelo uso da *hashtag* lazer e do conjunto de *tags* associadas que alimentam os mecanismos de interação entre os perfis e suas redes. Busca-se, assim, identificar os nexos de sentido estabelecidos na mediação, apropriação e visibilidade do lazer na rede, como elemento de ressignificação e retroalimentação de conteúdos aliado ao consumo visual diante da produção demasiada de imagens. Nossa intenção é também tangenciar a ideia do lazer midiático no Instagram, por ser esta uma ambiência global com diversas expressões de grupos sociais e indivíduos que consomem, se informam, manifestam e (re) produzem conteúdos, por meio de imagens. Metodologicamente, trata-se da observação etnográfica na rede social, constituindo-se de uma pesquisa qualitativa descritiva em que interpretamos as representatividades e visualidades do lazer na rede, apoiada no mapeamento e análise de conteúdo. As sistematizações articuladas apontam a relação entre mídia e lazer como algo cultural, ligado ao consumo e ambos para dar sustentação a cultura e a estrutura conectada em rede. Os resultados da dimensão imagética evidenciaram que a visibilidade do cotidiano se estende para ampliar as visualidades do lazer vinculado as percepções e representações enquanto se fala do usuário ou da pessoa que se apropria da mídia como produtora de um novo espaço de produção de conteúdos. O lazer como fenômeno social, situado em um contexto imagético, portanto, repleto de sentidos, dentro de uma comunicação mediada ressignificam as práticas sociais alimenta e retroalimentam conteúdos no entre-ver meios de lazers perceptíveis visualizados na rede.

PALAVRAS CHAVE: Estudos da Mídia. Mediação. Lazer. Instagram.

¹ Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em março de 2018, sob a orientação do Prof. Dr. Allyson Carvalho de Araújo.

² Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: vivianne.limeira@gmail.com