

Representações sociais e vivências de lazer na juventude

Social representations and youth's leisure experiences

Manoela Pagotto Martins¹

Zeidi Araújo Trindade²

Maria Cristina Smith Menandro³

Célia Regina Rangel Nascimento⁴

RESUMO: O presente estudo teve como objetivo identificar as representações sociais e vivências de lazer na juventude. Participaram da pesquisa 78 jovens, na faixa etária de 15 a 19 anos, de ambos os sexos, estudantes de ensino médio em um instituto federal no município de Vitória, ES. Os dados foram coletados através de questionário e tabela para mapeamento de suas atividades cotidianas, sendo submetidos ao software *SPSS* e categorizados através da análise de conteúdo. Os resultados indicaram a grande importância atribuída ao grupo de amigos e a influência da cultura de consumo na constituição das representações sociais de lazer entre os jovens pesquisados.

Palavras-chave: lazer; juventude; amigos; consumo; representações sociais.

ABSTRACT: This study aimed to identify the social representations and leisure experiences in youth. Participants were 78 young people, aged 15-19 years, of both sexes, high school students in a federal institute in Vitória, ES. Data were collected through a questionnaire and mapping table of their everyday activities, being submitted to the *SPSS* software and categorized by content analysis. The results indicated the great importance given to the group of friends and the influence of consumer culture in the constitution of social representations of leisure among the young people surveyed.

Keywords: leisure; youth; friends; consumption; social representations.

Introdução

O lazer ao longo da história

Estudar e pesquisar a temática do lazer consiste em um grande desafio: não só por se tratar de um conceito ainda em processo de amadurecimento no meio científico (Werneck, 2000), mas também pelo seu caráter polissêmico, fragmentado e, por vezes, até mesmo polêmico (Marcassa, 2002; Padilha, 2006; Rosa, 2006). O lazer sempre existiu? Falar em lazer é o mesmo que falar em ócio, tempo livre, recreação? Existe, de fato, um tempo que seja verdadeiramente livre? Perguntas como estas têm guiado as principais pesquisas sobre o

¹ Mestre em Psicologia Social pelo Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo - Espírito Santo, Brasil. E-mail: manu_pagotto@yahoo.com.br.

² Pós-doutora em Psicologia; Professora do Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo - Espírito Santo, Brasil.

³ Doutora em Psicologia; Professora do Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo - Espírito Santo, Brasil.

⁴ Doutora em Psicologia; Professora do Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Espírito Santo - Espírito Santo, Brasil.

assunto, mas não há consenso ou uma definição que possa ser considerada universal para o mesmo. Para Marcassa (2002), muitos estudos sobre o lazer ainda não conseguiram discuti-lo e apreendê-lo com base em parâmetros mais consistentes porque lhes falta uma compreensão do fenômeno em sua historicidade, ou seja, o conhecimento de seu percurso histórico. Complementando essa ideia, Rosa (2006) afirma que o lazer deve ser compreendido de forma situada e datada, “nossas escolhas são influenciadas pelo contexto cultural onde estamos inseridos e pelos grupos sociais com os quais nos envolvemos” (Rosa, 2006, p.15).

Nesse sentido, Hobsbawn (1992) explica que para se compreender o lazer é fundamental entender os modos de produção de cada época. Ideia esta também defendida por Mascarenhas (2006), que ao traçar um panorama histórico do lazer - da Grécia até os dias atuais - aponta para a estreita relação entre seu surgimento e as mudanças nas formas de organização do trabalho ao longo da história. Fazendo essa trajetória histórica, cabe aqui colocar que até o séc. XVIII, antes que o capitalismo fosse instaurado, trazendo consigo profundas transformações para a sociedade, a vida se desenvolvia em espaços de tempo bastante flexíveis. Era o tempo da natureza, do ritual, do artesanato; trabalhava-se, na maioria das vezes, na própria casa, em intervalos irregulares de tempo nos quais trabalho e diversão se confundiam e se misturavam (Biselli, 2006; Melo, 2010). Desde a Grécia Antiga, o ócio - *skholé* grego – era uma atividade valorizada, de contemplação e crescimento espiritual; oposta ao trabalho e usufruída apenas por aqueles que não trabalhavam. Em Roma, surge a expressão *otium*, assumindo pela primeira vez o caráter de tempo de não-trabalho, voltado para o descanso, a recuperação e a recreação das massas. Já na Idade Média, o ócio era restrito à nobreza, sendo caracterizado como um tempo de ostentação do poder e da riqueza, uma atividade de distinção social. (Waichman, 1997; Mascarenhas, 2006; Rosa, 2006; Melo, 2010).

A partir do séc. XVIII, a Revolução Industrial, o desenvolvimento do modelo de produção fabril e os primeiros passos em uma sociedade capitalista trouxeram consigo transformações no tempo, no espaço e nas relações sociais, produzindo diferentes modos de se viver e se compreender a realidade (Marcassa, 2002; Melo, 2010). No Brasil, esse processo começou ainda mais tarde, apenas no séc. XIX, com a abolição da escravidão e a instituição do trabalho livre. As fábricas impuseram um novo ritmo à vida cotidiana, não mais regida pelo tempo da natureza, e sim pelo tempo do relógio, da produção racionalizada e da jornada de trabalho (Marcassa, 2002; Navarro, 2006; Rosa, 2006; Melo, 2010). Ao ócio era atribuído, pela primeira vez, um caráter negativo, sendo considerado como tempo improdutivo, ameaçador, perigoso. Como explica Marcassa (2002), os trabalhadores industriais viviam em condições extremamente precárias, altas jornadas, baixos salários, o que gerava insatisfação, revolta e resistência por parte dos mesmos. Uma das conquistas mais marcantes alcançada pelos trabalhadores foi a redução da jornada de trabalho, o que lhes garantiu um tempo “livre de obrigações”. Essa separação entre tempo de trabalho e tempo livre foi crucial para a configuração do lazer da forma como entendemos hoje.

O tempo livre passa a ser, então, um importante componente dentro da lógica capitalista e surgem preocupações em relação às atividades que seriam desenvolvidas nesse tempo. Segundo Marcassa (2002), nesse período vemos não só o governo investir na criação de políticas públicas voltadas à ocupação do tempo livre da classe trabalhadora (construção de parques, atividades de recreação, entre outras,) como também uma intensa disseminação de valores e práticas de consumo que acabam, assim, por definir o lazer como

instituição. Como explica Navarro (2006), a diminuição da jornada de trabalho foi espertamente compensada pela burguesia que passa a incitar o consumo de produtos descartáveis, controlando o tempo livre dos trabalhadores através da indústria cultural. Dessa forma, para grande parte dos estudiosos do campo do lazer (Thompson, 1998; Marcassa, 2002; Mascarenhas, 2006; Padilha, 2006; Melo, 2010; Almeida & Gutierrez, 2011), este deve ser considerado um fenômeno dos tempos modernos, que surge juntamente com a “artificialização” do tempo. Uma expressão das determinações econômicas, políticas, sociais e culturais produzidas pelo capitalismo.

No mundo contemporâneo, muito mais do que uma relação de oposição ao tempo de trabalho, o que se percebe é que o tempo livre vem sendo “invadido” por ele. É o que tem se chamado de trabalho imaterial: do trabalhador flexível que leva “trabalho para casa”, dos contratos flexíveis, da internet, do celular e dos computadores portáteis (Biselli, 2006; Navarro, 2006). Essa sociedade marcada pelo ritmo acelerado de trabalho e extremamente competitiva, ao mesmo tempo que reduz o tempo livre de alguns, faz aumentar o desemprego de outros. Como explica Lipovetsky (2004), enquanto boa parte dos indivíduos encontra-se sobrecarregado de atividades, outros estão ociosos e não necessariamente por vontade própria.

Assim, se não podemos afirmar que estamos vivendo hoje a “civilização do lazer”, seguramente, afirmamos que somos a civilização do consumo, ou ainda, que vivemos em uma sociedade fortemente influenciada por uma cultura de consumo (Featherstone, 1995). O capital simbólico torna-se essencial no contexto dessa sociedade. Deixamos de nos referir aos objetos apenas em relação a sua utilidade específica e passamos a atribuir a eles significados simbólicos. Mas não só os bens de consumo passam por uma crescente desmaterialização como também e cada vez mais, as experiências de lazer passam a ser consumidas: consumimos serviços de diversão, de espetáculo, eventos e distrações, como ir a um cinema, concerto de rock, visitar museus, entre outros. Como explica Pellegrin (2006), a indústria do entretenimento passa a investir pesadamente na veiculação dessa concepção do lazer baseada no consumo, em suas mais diversas formas: no turismo, no esporte, na arte, entre outros.

Juventude e lazer

Muitos estudos sobre juventude, assim como no campo do lazer, sinalizam para a grande dificuldade em se estabelecer uma definição satisfatória para explicar esse fenômeno (Abramo, 1997, 2005; Hayashi, Hayashi & Martinez, 2008; Menandro, Trindade & Almeida, 2010; Oliveira & Rosa, 2010). Como aponta Abramo (2005), há muitos ângulos pelos quais se pode abordar o tema, cada área faz um tipo de recorte e, dentro delas, há diferentes correntes teóricas que ressaltam dimensões distintas do mesmo. Assim, mais do que buscar conclusões ou definições sobre juventude, interessa-nos aqui, compreender o fenômeno em sua complexidade e especificidade.

Os primeiros trabalhos científicos sobre juventude datavam do séc. XVIII, mas é somente no séc. XX, que estes adquirem maior relevância, sendo a obra de Stanley Hall um marco fundamental para os estudos sobre o tema e com consequências visíveis ainda nos dias de hoje (Menandro *et al.*, 2010). Vem de Hall (1904) - e das pesquisas pioneiras do séc. XX, nas sociedades ocidentais - a associação quase que inquestionável da juventude a uma fase de crise, tensões e instabilidade e, por isso, mais suscetível aos problemas sociais. Como

explica Menandro *et al.* (2010), durante muito tempo, “na base das investigações sobre adolescência/juventude esteve presente a ideia de que todos os jovens, em qualquer lugar e em qualquer tempo, vivem um conjunto similar de experiências, reações e processos” (p. 32). Complementando essa ideia, Oliveira e Rosa (2010) apontam que, ao longo da história, a juventude sempre sofreu com enquadramentos estigmatizantes: era revoltada e delinquente nos anos 50; militante e revolucionária nos anos 60 e 70; cética e passiva nos anos 80 e 90; sendo tomada, em muitos estudos, como uma etapa de vida homogênea e unitária, com características próprias e invariáveis entre os indivíduos.

Contudo, embora ainda possa parecer persistente nos meios de comunicação e nas concepções populares, esta visão vem sendo amplamente contestada pelos pesquisadores (Abramo, 2005; Menandro *et al.*, 2010; Oliveira & Rosa, 2010) que têm procurado enfatizar a importância de se conceber a juventude, não como um fenômeno natural e universal, mas como uma categoria socialmente construída, em circunstâncias históricas, econômicas, sociais, políticas e culturais particulares. Como explica Menandro *et al.* (2010), as práticas juvenis – sejam elas revitalizadoras, conservadoras ou até de omissão – são concretizadas dependendo de condições específicas, sociais, econômicas, culturais, demográficas, etc.

Dessa forma, deve-se pensar o conceito de juventude considerando não só o momento histórico, mas também as diferenças entre uma sociedade e outra e até dentro de uma mesma sociedade. Nesse sentido, Abramo (2005) aponta para uma nova perspectiva de estudo da juventude, não como uma categoria genérica, mas acima de tudo, valorizando as especificidades das experiências juvenis e a sua diversidade. Para a autora, devemos considerar não mais o termo juventude, no singular, e sim juventudes, no plural, de modo a abarcar toda a sua multiplicidade: gênero, classe social, etnia, contextos e grupos de convivência, gostos, estilos de vida, entre outros.

Com essa perspectiva, o estudo das juventudes na contemporaneidade passa pela compreensão de alguns aspectos cruciais de nossa sociedade: em um ambiente que tem o consumo como seu “ator principal”, passamos a vivenciar de forma cada vez mais acentuada, uma exaltação da estética e supervalorização da imagem, colocada, então, em primeiro plano (Featherstone, 1995). Nesse contexto, a juventude torna-se quase que uma obsessão, transformada em expressão de valor e em modelo ideal de existência (Feliz, 2003; Santos & Fernandes, 2011). São infinitas as possibilidades oferecidas para prolongar esse período da vida, fórmulas para manter-se “sempre jovem”, cirurgias plásticas, tratamentos estéticos, etc. As marcas, por sua vez, preocupam-se em propagar um conceito jovem e “in” de seus produtos. Mas não só os produtos, como também os estilos de vida dos jovens acabam por se transformar em potenciais objetos de consumo, o que se constata ao observar a grande profusão de ídolos musicais criados todos os dias pela indústria cultural, os mega festivais e shows voltados para o público adolescente, os cerimoniais e festas projetados especialmente para eles, as grifes de roupas “teen” seguindo as tendências de moda mundiais, salões de beleza, academias, entre outros. É importante ressaltar ainda, que vivemos em uma sociedade marcada pela fluidez e flexibilidade dos relacionamentos (Bauman, 2001), em que os jovens transitam livremente nos mais diferentes grupos, adaptando-se facilmente a cada um deles.

É nesse sentido que o lazer se configura como uma das principais dimensões da vivência juvenil na contemporaneidade, fundamental para a elaboração de suas identidades, formação de valores, referências e na sua relação com o espaço público. Como afirmam Brenner, Dayrell e Carrano (2005), “é principalmente nos tempos livres e nos lazeres que os

jovens constroem suas próprias normas e expressões culturais, ritos, simbologias e modos de ser que os diferenciem” (p. 176).

A teoria das representações sociais

Werneck (2000) propõe que, por ser o lazer um conceito ainda em processo de amadurecimento, sua produção teórica requer contribuições de outros campos, visando enriquecer os debates e análises multidisciplinares sobre esse objeto. Assim, de modo a nos orientar teoricamente, tomaremos como base a Teoria das Representações Sociais (TRS), que vem a cada dia se estabelecendo como um importante campo de investigação, não apenas no âmbito da Psicologia Social como também de outras disciplinas (Palmonari & Cerrato, 2011).

O conceito de representação social foi idealizado por Serge Moscovici, e mencionado pela primeira vez em 1961, em sua obra *La Psychanalyse: Son image et son public* (1961), onde o autor se propôs a discutir a significação da psicanálise para grupos populares. Como explicam Palmonari e Cerrato (2011), a TRS “surge como orientação alternativa à corrente cognitivista “oficial” da Psicologia Social, com o propósito de oferecer outros caminhos para o estudo dos fenômenos sociais e psicossociais” (p. 309).

Para Arruda (2002), a definição mais consensual entre os pesquisadores do assunto é a de Denise Jodelet (2002, p. 22): “representações sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.” Jodelet (2002) afirma também que toda representação se origina de um sujeito (individual ou coletivo) e se refere a um objeto ou, em outras palavras, toda representação é representação de alguém e de alguma coisa.

Ainda considerando a relação sujeito x objeto, Palmonari e Cerrato (2011) nos alertam que os estudos baseados na teoria devem se preocupar não apenas em especificar os sujeitos que mantêm as representações sociais e os objetos representados, mas, principalmente, as condições socioculturais específicas de sua vinculação.

As representações sociais, para Moscovici, são dinâmicas, estão em constante movimento, adequadas às características multifacetadas dos grupos sociais contemporâneos, onde a velocidade da informação nos obriga a um processamento constante do novo (Sá, 1998; Arruda, 2002). Nesse sentido, Moscovici (2004) aponta dois processos fundamentais para a construção das representações sociais e que nos auxiliam em transformar o não-familiar em familiar quando nos deparamos com algo novo: a ancoragem e a objetivação (Coelho, 2010). Esses processos são dinâmicos e ocorrem de forma simultânea. Segundo Bonomo e Souza (2010):

Tornar o estranho familiar: eis a função elementar dos referidos processos, o primeiro (ancoragem) para ancorar ideias incomuns em categorias cotidianas e conhecidas, e o segundo (objetivação), por sua vez, transformando o abstrato em imagem concreta e tangível, dando corpo à realidade social dos grupos e indivíduos (p. 161).

Para Moscovici (2004), o processo de transformar o estranho em familiar é baseado em paradigmas que já possuímos e que são coletivos; adaptamos o novo a categorias pré-estabelecidas. Assim, é possível, por meio da identificação das representações sociais, a análise dos valores e regras sociais presentes em determinados grupos (Moscovici, 2004).

Tendo como base as abordagens expostas acima, o presente estudo se propõe a identificar as representações sociais de lazer entre jovens estudantes de ensino médio em um instituto federal da cidade de Vitória – ES, visando compreender os modos de interação desses jovens, seus estilos de vida, gostos, preferências e a forma como vivenciam o lazer em seu cotidiano.

Método

Caracterização dos participantes

Participaram do estudo 78 jovens, na faixa etária de 15 e 19 anos ($M = 16,8$; $DP = 1,15$), sendo 55 do sexo masculino e 23 do sexo feminino, estudantes de ensino médio em um instituto federal da cidade de Vitória, ES. A renda familiar dos participantes variou de 1 a 3 salários mínimos (9%) a mais de 20 salários mínimos (3%), sendo que a maior parte da amostra (34,6%) declarou renda familiar de 7 a 10 salários mínimos. Todos os jovens pesquisados se declararam solteiros e sem filhos, morando, em sua maioria (57,7%), com pais e irmãos, em casas com até quatro moradores (73%). Desses jovens, 25,6% estão trabalhando e, entre os que não trabalham, 29,5% afirmaram receber mesada. A participação na pesquisa se deu mediante a aceitação dos sujeitos, contatados em salas de aula, e a autorização formal dos pais ou responsável legal, através do termo de consentimento livre e esclarecido.

Instrumentos

A pesquisa foi desenvolvida através da utilização de dois instrumentos: em um primeiro momento, foi solicitado aos participantes que respondessem a um questionário, com questões abertas e de múltipla escolha, que abordavam, além de suas informações socioeconômicas (múltipla escolha), perguntas sobre: (a) como gastam o dinheiro que recebem (aberta), (b) atividades que gostam de fazer no tempo livre (aberta), (c) pessoas com quem gostam de estar (múltipla escolha), (d) o que uma pessoa precisa para se divertir (aberta), (e) desejos que gostariam de realizar (aberta), entre outras. Posteriormente, foi solicitado aos jovens que preenchessem uma tabela para mapeamento de suas atividades cotidianas, um instrumento que permite conhecer “as atividades do indivíduo no seu dia-a-dia [...], compreender com mais clareza como é seu cotidiano, o que, por extensão, possibilita uma maior compreensão de quem é esse indivíduo” (Menandro, Menandro & Oliveira, 1999, p. 142). Esse instrumento foi selecionado como forma de coleta de dados para esse estudo, pois, de acordo com Menandro *et al.* (1999), investigar padrões de atividades pode nos auxiliar a compreender melhor as motivações de constituição, manutenção, identidade e ruptura dentro dos grupos.

A tabela consiste na descrição de uma série de atividades que as pessoas costumam realizar em seu cotidiano, como por exemplo, andar de bicicleta, conversar ao telefone, ler jornal ou revista, ir a teatro, viajar, entre outros, em que os sujeitos pesquisados devem assinalar o tempo médio gasto em cada uma delas (*a- tempo nenhum, b - até duas horas por semana, c- entre duas e cinco horas por semana, d - entre seis e dez horas por semana, e - mais de dez horas*) ou a frequência de realização (*a- nunca, b- muito raramente, c- pelo menos uma ou duas vezes por mês, d - quase toda semana*) (Menandro *et al.*, 1999). Com

base em nossos objetivos, das 136 atividades descritas na tabela foram selecionadas, para este estudo, 68 atividades (somente aquelas que se referiam ao tempo livre dos participantes). Além disso, entendendo que as representações sociais refletem as condições socioculturais na qual os sujeitos estão inseridos, algumas alterações se mostraram pertinentes e necessárias. Assim, a atividade “Escrever cartas, faxes ou mensagens no computador” foi substituída por outras duas atividades: 1) “Enviar torpedos, SMS ou mensagens de celular”; 2) “Ficar em redes sociais na internet (facebook, orkut, twitter, outros)”.

A aplicação dos dois instrumentos permite a apreensão das opiniões dos jovens pesquisados acerca do lazer bem como os padrões de atividades realizadas em seu tempo livre, entendendo que, também através do conhecimento das práticas desses jovens, seja possível inferir a respeito das suas representações sociais.

Procedimentos de análise dos dados

Buscando identificar as representações sociais de lazer entre os jovens pesquisados, foram realizadas duas etapas de análise: primeiramente, julgou-se necessário a realização de análises estatísticas de média e frequência com os dados obtidos através do questionário e da tabela de mapeamento das atividades, com o auxílio do software SPSS. Para a organização e categorização dos dados provenientes da investigação, optou-se pela utilização da análise de conteúdo, definida por Bauer (2002) como “uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social” (p.191) e que nos permite reconstruir valores, atitudes, opiniões, preconceitos, estereótipos e compará-los entre comunidades (Bauer, 2002).

Resultados

Apresentamos, a seguir, os principais resultados encontrados. Do total de 78 jovens pesquisados, 55% afirmou receber dinheiro mensalmente (salário ou mesada), sendo, então, questionados sobre como gastam o dinheiro que recebem. A questão permitia respostas múltiplas e espontâneas dos participantes. O gasto com Atividades de lazer foi o mais mencionado entre os jovens (35,9% das respostas), seguido pelos gastos com Sustento (23%), Aquisição (15,4%) e aqueles que não gastam/guardam (7,7%). Dentre as atividades de lazer mais citadas, destacam-se sair com os amigos, cinema, passeios e esportes. O gasto com sustento se refere, basicamente, a transporte e alimentação; por fim, na categoria Aquisição, foram citados o consumo de roupas, eletrônicos, presentes, entre outros.

Questionados a respeito dos objetos que possuem, todos os jovens da amostra declararam ter acesso a TV aberta, a grande maioria (96,2%) afirmou possuir celular e computador, 65,4% dos jovens disseram que possuem máquina digital, 62% que possuem TV paga, 61,5% que possuem videogame, 48,7% responderam que possuem notebook e 9% que possuem tablet. Os participantes foram, então, estimulados a refletir sobre o acesso a esses objetos e a pensar nos objetos que não tinham, mas gostariam de ter, considerando se seriam mais felizes e realizados caso tivessem todos os objetos desejados. Sessenta e oito por cento dos participantes (N=53) responderam que sim, se sentiriam mais felizes e realizados. Entre as justificativas dadas para essa resposta, aquelas que se referiam a Conforto/Acessibilidade foram mencionadas por 35,85% desses participantes (“*Me dariam*

mais conforto"; *"Eu seria uma pessoa mais ligada à tecnologia"*). Também foram mencionadas justificativas relacionadas a Lazer/Diversão por 20,75% dos participantes (*"Meu entretenimento seria de melhor qualidade"*; *"Minha vida seria mais divertida"*), 18,86% deram respostas relacionadas a Conquista (*"Seriam pequenos sonhos realizados"*; *"Me dariam maior satisfação pessoal"*) e outros 5,66% deram respostas relacionadas a Carreira (*"Pois é algo com que quero trabalhar"*; *"Seria bom para a minha futura profissão"*).

Dentre as atividades de tempo livre que os jovens pesquisados mais gostam de fazer, o contato com os pares foi o mais citado, por 36% dos jovens (sair com os amigos; conversar com amigos; estar/ficar com amigos ou namorado). A segunda opção de ocupação do tempo livre, para 24% participantes, relaciona-se com a prática de Esportes (jogar futebol; jogar bola; jogar vôlei; praticar esportes; surfar); 21% dos jovens preferem passar o tempo com Eletrônicos (computador; videogame; internet); 8% com cinema; 6% com a leitura de livros e 4% com atividades musicais (ouvir música; estudar violão; tocar instrumentos).

Os jovens também responderam sobre com quem gostavam de estar fora da escola ou do trabalho, podendo indicar até duas opções de respostas: 69% dos jovens assinalaram a opção Amigos, seguidos por 36% de marcações para a opção Família, 26% para Namorado (a) e 12% para a opção Sozinho.

Perguntamos ainda o que participantes consideravam necessário para uma pessoa se divertir. A questão permitia respostas espontâneas dos sujeitos, sendo possível mais de uma resposta para a questão. Em 64% das respostas os participantes mencionaram que, para se divertir, uma pessoa precisa de Amigos, seguido de 40% de respostas nas quais que mencionaram a palavra Dinheiro, 18% das respostas tinham menções à Família, 12% à conceitos abstratos (saúde; felicidade; bom humor; criatividade) e, por fim, 10% das respostas se referiram a palavra Computador.

Entre as justificativas dadas, observa-se que a diversão aparece principalmente associada à condição de ter e/ou estar com os amigos. Ter amigos, para esses jovens, significa sentir-se bem, feliz, são pessoas com quem eles podem contar, trocar ideias, que gostam deles e com quem vivenciam momentos divertidos (*"Por que me sinto melhor com eles"*; *"São boas companhias"*; *"Me reunindo com meus amigos me sinto feliz"*; *"Na companhia de amigos as distrações são muito divertidas"*; *"Ter amigos por perto"*; *"São pessoas que gostam de você"*). Chama a atenção ainda a frequência expressiva de menções à palavra Dinheiro entre os participantes investigados. O dinheiro aparece relacionado, principalmente, às ideias de liberdade e de "poder fazer o que quiser", além disso, é apontado como algo para se gastar no tempo livre e para se divertir com os amigos (*"Dinheiro e liberdade pra poder gastar"*; *"Precisa de dinheiro pra poder viajar"*; *"Dinheiro pra poder sair com os amigos e ir a diversos lugares"*; *"Dinheiro e tempo livre para gastá-lo"*).

Em relação aos dados obtidos através da tabela de mapeamento das atividades, temos que a maior parte do tempo livre dos jovens é utilizado para "ficar no computador": 55,1% dos sujeitos pesquisados apontaram passar, em média, 10 horas por semana, à frente do mesmo; seguido de "navegar da internet" e "ouvir música em casa (no som, computador ou rádio)", ambos com média de 10 horas por semana para 52,6% e 29,5% dos jovens, respectivamente. Destacam-se também as atividades: "estar com os amigos, em sua casa ou na deles", "bater perna, conversar, lanchar em *shopping center*", "praticar algum esporte

como amador ou apenas como lazer” e “jogar videogame em casa”, todas com frequência de realização significativa entre os participantes.

No que diz respeito ao acesso a expressões culturais como cinema, teatro, museus, etc., os resultados apontam para a baixa (ou quase inexistente) frequência dos jovens nessas atividades. A expressão cultural que obteve maior frequência de participação foi o cinema, frequentado pelo menos uma ou duas vezes por mês por 66,7% dos jovens. Dos jovens pesquisados, 47,7% nunca foi ao teatro, 80,8% nunca foi assistir a um espetáculo de dança e 56,4% nunca esteve em museus ou exposições de arte. Se levarmos em conta a renda familiar dos participantes, a situação é ainda mais preocupante: 74,4% dos jovens com renda familiar de até 3 salários mínimos nunca foi ao teatro, por exemplo. Já a atividade “Dançar em baile, boate, festa, bar” é quase que exclusiva dos jovens com renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, realizada pelo menos uma ou duas vezes por mês por esses jovens.

Por fim, a maioria dos jovens afirmou que não faz tudo o que deseja. Entre os motivos que os impedem de realizar seus desejos, estão, em primeiro lugar, a falta de dinheiro (assinalado por 72% dos participantes), seguido pela falta de tempo (assinalado por 44% dos participantes), proibição dos pais (37%), idade (9%) e falta de oportunidade (3%). Entre as coisas que mais gostariam de fazer, mas não fazem, as Atividades de lazer foram as mais citadas, por 72% dos participantes (“viajar pelo mundo”; “viajar com amigos”; “ir a shows”; “ir a muitas festas”; “andar de barco”; “sair para vários lugares”), seguido por Aquisições materiais citadas por 23% dos sujeitos (“comprar apartamento”; “ter o próprio carro”; “comprar roupas caras”; “comprar objetos pessoais”) e Atividades esportivas, citadas por 19% dos sujeitos (“pular de paraquedas”; “fazer mergulho”; pular de *bungee jump*; “surfing”; “fazer aulas de tênis”), também foram citados “Fazer tatuagens”(8%), “Ser muito rico” (3%) e “Montar uma banda” (3%).

Discussão

Arruda (2005), ao abordar aspectos relacionados à interpretação dos resultados em representações sociais, afirma que esta é uma teoria que lida com “as maneiras como os grupos dão sentido o real, elaborando-o e explicando para si mesmos, para se comunicarem e funcionarem cotidianamente” (p. 231). Assim, para se compreender as representações sociais de um determinado grupo é fundamental conhecer seu desenho, sua lógica interna, o princípio organizador da representação e que relação ela estabelece com o mundo.

Na análise das representações sociais, é importante considerar dois processos que, segundo Moscovici, são fundamentais em sua formação - a ancoragem e a objetivação. Ambos constituem a gênese da representação, da transformação do não-familiar em familiar, do saber científico em saber do senso comum (Trindade, Santos & Almeida, 2011). Para Trindade *et al.* (2011), a partir do processo de ancoragem é possível “compreender o jogo da cultura, assim como as características históricas, regionais e institucionais da produção de sentido” (p. 112). Entender a ancoragem é, acima de tudo, saber como é conferido ao objeto de representação um significado.

Os resultados expostos acima apontam que, de um modo geral, três grandes categorias temáticas ancoram as representações sociais de lazer entre os jovens investigados: em primeiro lugar, os jovens consideram o lazer uma prática inteiramente relacionada ao contato com os *Amigos*, sendo estes mencionados em diversos momentos da

pesquisa e colocados como condição quase que indissociável para a vivência do lazer entre os jovens pesquisados. Também de maneira expressiva, aparece a representação do lazer atrelado ao *Dinheiro e ao Consumo*. O dinheiro é apontado não só como condição necessária para que uma pessoa possa se divertir como também como o principal entrave para que os jovens realizem as atividades que desejam. Além disso, a satisfação e o conforto estão associados à capacidade de possuir os objetos que os jovens gostariam de ter. Vale ressaltar ainda, a frequência significativa do uso dos *Meios Digitais* (computador/internet) entre os jovens participantes da pesquisa - mais de 10 horas/semana para a maioria deles - sendo também a atividade de tempo livre preferida para 21% dos participantes e aparecendo entre as principais palavras mencionadas na questão sobre o que uma pessoa precisa para se divertir.

Essas categorias não devem ser entendidas isoladamente, seu sentido está na rede de relações da qual elas extraem significado (Jovchelovitch, 2000). Assim, a compreensão da forma como os sujeitos pesquisados significam o lazer - em um sistema de valores e categorias que lhe são familiares - passa quase que obrigatoriamente pelo conhecimento das características do tempo histórico, social e cultural em que esses indivíduos estão inseridos.

Em relação à categoria *Dinheiro/Consumo*, é interessante notar que em suas justificativas, os jovens investigados relacionam o fato de possuírem determinados objetos a diferentes sentimentos e sensações que são por eles valorizados (conforto, facilidade, diversão, entretenimento, satisfação, liberdade, independência, etc.). Imersos na lógica da sociedade de consumo, os jovens, de modo ainda mais especial, são “bombardeados” constantemente pela publicidade, que mais do que vender produtos, busca criar laços emocionais com seus consumidores. Como explica Featherstone (1995), a ideia do que está sendo vendido se modifica, os produtos assumem um papel secundário no processo, vendem-se sentimentos, emoções, visões de mundo, enfim, estilos de vida. Desse modo, mais do que bens a serem adquiridos e utilizados, os objetos passam a ser carregados de significados culturais, assim, um indivíduo dificilmente comprará um celular apenas pela sua utilidade específica (comunicar-se), o valor não está no objeto em si, mas no que ele proporciona, seja um design diferenciado, uma tecnologia inovadora ou um detalhe que lhe garanta exclusividade.

A associação estabelecida entre dinheiro e liberdade para fazer o que se quer, reforça a análise sobre a forte influência da cultura de consumo ancorando a representação social do lazer, uma vez que as formas de diversão e entretenimento passam, cada vez mais, a serem concebidas como serviços a serem comprados e consumidos. Percebe-se, assim, a conversão do tempo livre em valioso bem de consumo, em uma sociedade na qual o ato de “comprar” torna-se sinônimo de “diversão”. É o que alguns autores chamam de lazer-mercadoria (Padilha, 2006; Pellegrin, 2006).

Tais resultados deixam claro que as representações sociais não surgem descontextualizadas de uma realidade, mas devem ser compreendidas relacionadas a um contexto específico. Assim, em uma sociedade que tem o consumo não apenas como uma prática econômica, mas, sobretudo, como um fenômeno cultural e simbólico, o dinheiro aparece como elemento fundamental para se compreender a forma de inserção dos indivíduos no espaço social.

Os dados aqui apresentados também mostram uma relação entre o tipo de atividade cultural consumida pelos participantes e a renda da família. Esta relação está em consonância com os resultados da pesquisa “Perfil da Juventude Brasileira”, realizada em 2003, com jovens de 15 a 24 anos, de todas as regiões do país, e só confirmam que “o acesso ao lazer, na prática, está fortemente mediado por relações de mercado, ancoradas na capacidade de consumo dos jovens e suas famílias” (Brenner *et al.*, 2005, p. 211). Nesse sentido, Ortiz (1999) considera que a mobilidade - ir a shows, ao teatro, restaurantes, viajar de férias, etc. - se constitui, então, como uma importante forma de distinção social entre os indivíduos na sociedade contemporânea. Nossas práticas e vivências dizem quem somos para o mundo e são atravessadas pelas nossas condições de vida cotidiana (Jovchelovitch, 2000).

Em relação à categoria *Amigos*, é importante abordar a grande importância atribuída ao grupo de pares pelos participantes da pesquisa. Para Camino (1994), é através da participação ativa em um grupo, que os jovens constroem, na interação com os demais componentes do grupo, tanto um sistema de valores e normas como as representações sociais sobre si mesmos e seus grupos. Na relação com os iguais, o jovem vai construindo o seu autoconceito e, nesse sentido, a percepção que os outros colegas têm sobre ele se apresenta como fator fundamental para o seu desenvolvimento. (Santos & Fernandes, 2011). Segundo Verza (2008), as relações com os amigos da escola, do bairro e até mesmo amigos virtuais são priorizadas e podem ser determinantes em suas escolhas e estilos de vida.

Cabe salientar que essa interação com os amigos, em nossa sociedade, parece, cada vez mais, estar inserida na lógica da sociedade de consumo, onde o lazer é transformado em mercadoria e, por isso, temos a sensação de que em nosso tempo livre podemos comprar objetos e serviços e, assim, atingir satisfação e felicidade. Esses objetos, contudo, rapidamente se tornam desinteressantes e obsoletos e uma infinidade de novos produtos – ainda mais inovadores e originais - surgem no mercado a cada dia. Não basta apenas ter um celular, o que está em jogo é o que esse celular te proporciona: “Dá pra tirar fotos?”, “Ele está conectado com minhas redes sociais?” ou ainda “Posso estar sempre conectado aos meus amigos?” Se nas décadas passadas, imaginávamos uma revolução tecnológica onde carros pudessem voar, o que presenciamos hoje é na verdade uma revolução nas formas de interação dos indivíduos, na sua comunicação e mobilidade, com a participação cada vez mais expressiva dos meios digitais em nosso cotidiano (celulares com acesso a internet, tablets, notebooks, videogames que funcionam com o movimento do corpo, etc.).

Por fim, a ocupação com o computador e internet pode ser compreendida como um traço característico das culturas juvenis contemporâneas. Para Santos e Fernandes (2011), os jovens hoje dispõem de uma grande quantidade de fontes de informação e, assim, a TV e o jornal parecem estar perdendo espaço de influência para outros meios, como a internet. Vale ressaltar ainda que o advento da internet, o “boom” de redes sociais e o livre acesso e produção de uma infinidade de informações via web trazem consigo transformações significativas nas formas de sociabilidade, proporcionando diversas possibilidades de interação entre os grupos. Assim, passamos a nos deparar também com novas formas de se vivenciar o lazer, sendo possível desfrutar de diferentes experiências e interações sem mesmo precisar sair de casa, seja através do computador, videogame, internet, outros (Almeida & Gutierrez, 2011). Assim, como sugerem Almeida e Gutierrez (2011), em estudo sobre as práticas urbanas de lazer ao longo da história, os avanços tecnológicos não só

aumentam as formas de sociabilidade entre os pares como também as possibilidades e experiências de lazer, nas palavras dos autores: “colocam-se óculos tridimensionais, vestem-se luvas sensíveis e roupas especiais, cheias desses sensores. Sem sair do lugar, correndo numa esteira rolante, o indivíduo experimenta sensações como escapar de um tiroteio, jogar futebol ou fazer sexo” (p. 149). Os autores sinalizam que esta possa ser a nova tendência para o lazer, baseada na busca pelo prazer através de simulações e representações bem próximas ou idênticas à realidade, algo que já vem sendo explorado pelos cinemas 3D, parques temáticos, brinquedos virtuais e outros.

Considerações finais

A Teoria das Representações Sociais, por toda a sua dinamicidade e por seu caráter inacabado, que faz com que ela esteja em constante construção, mostrou-se muito pertinente para estudar o fenômeno do lazer, que longe de ser um conceito fechado e universal, está inteiramente relacionado às condições históricas e culturais em que está inserido. Ainda que pouco explorado pelo campo científico, o lazer tem aparecido de forma significativa nas pesquisas que envolvem as relações e vivências da juventude, como um tempo e espaço propício para a experimentação, para o desenvolvimento das sociabilidades juvenis e até mesmo na busca por referências identitárias - sejam elas individuais ou coletivas. Nesse sentido, identificar as representações sociais de lazer na juventude nos permite compreender de forma mais ampla os mecanismos de pertença desses jovens, a forma como se inserem na vida social e como constroem suas identidades a partir dos laços que vão sendo construídos em suas relações com os mais diversos grupos em que estão inseridos.

Por fim, gostaríamos de encerrar este artigo com uma alerta e, também, uma perspectiva para estudos futuros. Em meio a esse cenário, em que os serviços e produtos são inventados todos os dias para satisfazer nossos desejos (ou até mesmo criar desejos que não tínhamos), começam a surgir os primeiros sinais de que o consumo exacerbado e desenfreado pode gerar sérias consequências e de que é preciso mudanças no sentido de promover uma política de consumo sustentável (Portilho, 2005). Assim, esperamos que estudos como este, voltados a investigar e conhecer as representações dos jovens, seus modos de ser e estilos de vida, possam auxiliar na busca por estratégias e meios de intervir nessa realidade.

Referências

- Abramo, H. W. (1997). Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. *Revista Brasileira de Educação*, 5, 25-36.
- Abramo, H. W. (2005). Condição juvenil no Brasil Contemporâneo. In H. W. Abramo & P. P. Branco (Orgs.). *Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional* (pp. 37-72). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Almeida, M. A. B., & Gutierrez, G. L. (2011). Análise do desenvolvimento das práticas urbanas de lazer relacionadas a produção cultural no período nacional-desenvolvimentista à globalização. *Rev. bras. Educ. Fís. Esporte*, 25(1), 137-52.
- Arruda, A. (2002). Teorias das representações sociais e teorias de gênero. *Cadernos de Pesquisa*, 117, 127-147.

- Arruda, A. (2005). Despertando do pesadelo: a interpretação. In A. S. P. Moreira, B. V. Camargo, J. C. Jesuíno & S. M. Nóbrega (Orgs.). *Perspectivas teórico-metodológicas em representações sociais* (pp. 229-258). João Pessoa: UFBP/Editora Universitária.
- Bauer, M. W. (2002). Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Orgs.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (pp. 189-217). Petrópolis: Vozes.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Biselli, A. M. F. (2006). *Lazer de uma juventude socialmente vulnerável na cidade de São Paulo*. Dissertação de mestrado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, Brasil.
- Bonomo, M., & Souza, L. (2010). Dimensão icônica e campo afetivo nas representações sociais de rural e cidade. *Memorandum*, 19, 159-183.
- Brenner, A. K, Dayrell, J., & Carrano, P. (2005). Culturas do lazer e do tempo livre dos jovens brasileiros. In H. W. Abramo & P. P. M. Branco (Orgs.). *Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional* (pp. 175-214). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Camino, L. (1994). O desenvolvimento político dos adolescentes: análise em termos de identidade social. *Anais do V Simpósio de Pesquisa e Intercâmbio Científico* (pp. 155-156). Caxambu: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia (ANPEPP).
- Coelho, B. I. (2010). *Representações sociais de adolescentes em cumprimento de medida sócio-educativa de liberdade assistida*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, Espírito Santo, Brasil.
- Featherstone, M. (1995). *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel.
- Feliz, F. A. (2003). *Juventude e estilo de vida: cultura de consumo, lazer e mídia*. Dissertação de mestrado, Unicamp, Campinas, São Paulo, Brasil.
- Hall, G. S. (1904). *Adolescence: Its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education (Vol. I)*. New York: D. Appleton & Co.
- Hayashi, M. C., Hayashi, C. R., & Martinez, C. M. (2008). Estudos sobre jovens e juventude: diferentes percursos refletidos na produção científica brasileira. *Educação, sociedade e culturas*, 27, 131-154.
- Hobsbawm, E. J. (1992). *A era dos impérios*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Jodelet, D. (2002). Representações sociais: um domínio em expansão. In D. Jodelet (Org.). *As Representações sociais* (pp. 31-61). Rio de Janeiro: Eduerj.
- Jovchelovitch, S. (2000). Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes.
- Lipovsky, G. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Marcassa, L. (2002). *A invenção do lazer – educação, cultura e tempo livre na cidade de São Paulo (1888-1935)*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Goiás, Brasil.
- Mascarenhas, F. (2006). Em busca do ócio perdido: idealismo, panacéia e predição histórica à sombra do lazer. In V. Padilha (Org.). *Dialética do lazer* (pp. 75-103). São Paulo: Cortez.
- Melo, V. A. (2010). Lazer, modernidade, capitalismo: um olhar a partir da obra de Edward Palmer Thompson. *Estudos Históricos*, 45(23), 5-26.
- Menandro, P. R., Menandro, M. C., & Oliveira, R. G. (1999). Comentários sobre a elaboração de um instrumento de pesquisa para mapeamento de atividades cotidianas. Em P. R. Menandro, Z. A. Trindade & E. B. Borloti (Orgs.). *Pesquisa em psicologia: criando métodos* (pp. 141-157). Vitória: PPGP/UFES.
- Menandro, M. C., Trindade, Z. A., & Almeida, A. M. (2010). *Gente jovem reunida: Representações sociais de adolescência/juventude em textos jornalísticos*. Vitória: PPGP/UFES.
- Moscovici, S. (1961). *La Psychanalyse, son image, son public*. Paris: PUF.
- Moscovici, S. (2004). *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Navarro, V. L. (2006). Trabalho, saúde e tempo livre sob os domínios do capital. In V. Padilha (Org.). *Dialética do lazer* (pp. 50-74). São Paulo: Cortez.

- Oliveira, M. B., & Rosa, E. M. (2010). Juventude, violência e alteridade. *Temas em psicologia*, 18(1), 113-121.
- Ortiz, R. (1999). *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Padilha, V. (2006). *Dialética do lazer*. São Paulo: Cortez.
- Palmonari, A., & Cerrato, J. (2011). Representações sociais e psicologia social. In A. M. O. Almeida, A. F. S. Santos & Z. A. Trindade (Orgs.). *Teoria das Representações Sociais: 50 anos* (pp. 305-332). Brasília: Technopolitik.
- Pellegrin, A. (2006). Lazer, corpo e sociedade: articulações críticas e resistências políticas. In V. Padilha (Org.). *Dialética do lazer* (pp. 104-125). São Paulo: Cortez.
- Portilho, F. (2005). *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez.
- Rosa, T. S. (2006). Lazer: concepções e vivências de uma juventude. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.
- Sá, C. P. (1998). *A construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Santos, C. P., & Fernandes, D. V. (2011). A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. *Rev. Adm. Mackenzie*, 12(1), 169-203.
- Thompson, E. P. (1998). O tempo, a disciplina do trabalho e o capitalismo industrial. In E.P. Thompson (Org.). *Costumes em comum* (pp. 267-304). São Paulo: Companhia das Letras.
- Trindade, Z. A, Santos, M. F., & Almeida; A. M. (2011). Ancoragem: notas sobre consensos e dissensos. In A. M. O. Almeida, A. F. S. Santos, & Z. A. Trindade (Orgs.). *Teoria das Representações Sociais: 50 anos* (pp. 101-121). Brasília: Technopolitik.
- Verza, F. (2008). O uso do celular na adolescência e sua relação com a família e grupo de amigos. Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.
- Waichman, P. (1997). *Tempo livre e recreação*. Campinas, SP: Papirus.
- Werneck, C. L. G. (2000). A constituição do lazer como um campo de estudos científicos no Brasil: implicações do discurso sobre a cientificidade e autonomia deste campo. *Encontro Nacional de Recreação e Lazer* (pp. 77-88). Balneário Camboriú: Roca/Universidade do Vale do Itajaí.

Apresentação: 01/11/2013

Aprovação: 12/03/2014