



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

Vitor José Braga Mota Gomes

Interações em redes de compartilhamento de fotografias

Performances e construção de significados no Flickr

Salvador, Bahia
Fevereiro de 2011



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

Vitor José Braga Mota Gomes

Interações em redes de compartilhamento de fotografias

Performances e construção de significados no Flickr

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Ribeiro.

Salvador, Bahia
Fevereiro de 2011

Sistema de Bibliotecas - UFBA

Gomes, Vitor José Braga Mota.

Interações em redes de compartilhamento de fotografias : performances e construção de significados no Flickr / Vitor José Braga Mota Gomes. - 2011.

163 f.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Ribeiro.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2011.



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a dissertação “Interações em redes de compartilhamento de fotografias: *Performances* e construção de *significados* no *Flickr*”, elaborada por Vitor José Braga Mota Gomes, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Comissão Examinadora:

Prof. Dr. José Carlos Santos Ribeiro (Orientador)

Prof. Dr. Maria Lucineide Andrade Fontes (Examinador Interno)

Prof. Dr. José Cláudio Alves de Oliveira (Examinador Externo)

Salvador, 18 de fevereiro de 2011.

Agradecimentos

Devo começar agradecendo, sem dúvida, aos meus pais, que sempre se empenharam o máximo possível para me fornecer a melhor educação. Sem o apoio deles, não teria chegado até aqui. Em seguida, os meus irmãos – Bruno, Saulo e Ruth –, companhias sempre agradáveis, e que só pude perceber a importância em minha vida quando saí de casa, para vir morar em Salvador.

Em Maceió, devo agradecer os amigos que fiz e, mesmo não contribuindo diretamente na reflexão desse trabalho, que me propiciaram bons momentos – presencialmente ou não – nos quais fizeram sentir-me revigorado para continuar pesquisando. Corro, contudo, o sério risco de, ao tentar listá-los aqui, esquecer de mencionar algum, ou mesmo criar uma falha hierárquica de importância na minha vida. Portanto, se algum dia eu te disse que sinto saudades, por todo esse tempo em Salvador, com certeza você está incluso entre os meus caros.

Agradeço, ainda na minha cidade natal, ao professor e orientador Pedro Nunes, pela companhia e grande aprendizado durante as atividades de pesquisa e extensão na Ufal; e à Martinha, querida orientadora da especialização em Artes Visuais, pelas discussões durante a época de elaboração do projeto de mestrado. Ambos tiveram influência direta nos meus interesses acadêmicos, que me possibilitaram chegar até aqui.

Em Salvador, devo agradecer principalmente ao meu orientador José Carlos Ribeiro, por todos os momentos de aprendizagem que me possibilitou durante esses quase dois anos de pesquisa. As revisões, as sugestões de leituras, o acompanhamento da pesquisa e a atenção constante, mesmo em finais de semana e feriados, foram decisivos. Assim como José acreditou em mim, não posso esquecer-me do PósCom-UFBA, que me ofereceu importantes momentos de reflexão, através das disciplinas, professores e eventos acadêmicos; e pelo apoio a minha participação em atividades inclusive fora de Salvador.

Não posso esquecer aqui de mencionar também os caros amigos que fiz no PósCom-UFBA, que, mais do que todo o auxílio na discussão da minha pesquisa, ajudaram sobretudo para que meu período em Salvador tenha sido, sem dúvida, prazeroso. Muito obrigado. Mesmo!

É preciso, antes de encerrar por aqui, citar a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia, instituição que me forneceu a bolsa de pesquisa em todo o período do mestrado; como também o Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS), que me proporcionou o pertencimento a um promissor projeto de pesquisa em cibercultura.

Por fim, e nem de longe menos importante, um agradecimento especial à Renata, a companhia mais importante durante todo esse período. Seu amor incondicional foi e é fundamental para que eu seja profissionalmente mais qualificado e pessoalmente mais feliz.

Resumo

Esta dissertação analisa interações ocorridas em sites de redes sociais, voltando-se especificamente para aqueles destinados ao compartilhamento de fotografias; para tanto, elegemos para análise o *Flickr*, e consideramos a existência de interesses que seriam importantes para a formatação de referenciais identitários dos usuários no ambiente. Partindo desse pressuposto, adotamos como referenciais teóricos as perspectivas dramatúrgica e interacionista – no entendimento sobre como seria possível compreender a existência de interesses por meio do exercício de *performances* e através da construção de *significados* perante recursos existentes no site. Para a pesquisa empírica, empreendemos uma análise de páginas de usuários brasileiros do *Flickr*, através de uma observação não-participante, realizada por meio da verificação de características peculiares a cada interesse, levantadas através de critérios propostos em uma matriz de análise dessas páginas. Para tanto, foram aplicados pressupostos metodológicos da etnografia virtual na obtenção dos dados necessários à argumentação desse trabalho. A hipótese que move esta dissertação é a de que o site se constitui como uma ferramenta utilizada por indivíduos que adotam referenciais identitários por meio de interesses – *afetivos*, *estéticos* ou *promocionais* – no compartilhamento de fotografias nas redes sociais do site. Pudemos constatar, finalmente, que a questão determinante no entendimento do interesse dos usuários no compartilhamento de fotografias é mais posicionada sobre o modo como o indivíduo participa do processo de construção de sentido dos mecanismos promotores de interação no *Flickr*, do que simplesmente sobre um suposto julgamento de qualidades estéticas que certos grupos porventura possam ressaltar em uma fotografia.

Palavras-chave: Redes Sociais, Compartilhamento de fotografias, *Flickr*, Teoria Dramatúrgica, Interacionismo Simbólico.

Abstract

This dissertation examined some interactions occurred in social network sites, specifically the photo sharing websites; for doing this, we choose *Flickr*, and we took for account the existence of interests that could be important to the formation of identity of users in the environment. Based on this assumption, we adopted as referential theoretical the dramaturgical and interactionist perspectives – for the understanding of how it would be possible to notice the interests through the exercise of *performance* and by the construction of *meanings* for existing resources on the site. For empirical research, we undertook an analysis of the pages made by Brazilian users of *Flickr*, via a non-participant observation, conducted by checking the particular interest in through the proposed criteria present in a matrix analysis of these website pages. For doing this, we applied the methodological assumptions of the virtual ethnography to obtain the data necessary to the argument of this work. The hypothesis that moved this dissertation is that the site is perceived as a medium used by individuals who adopt identity references based on his interests – *emotional*, *aesthetic* or *promotional* – in the photo sharing occurred by the social networking site. Therefore, we could see that, more than one assignment of aesthetic qualities that might be perceived in a photography by certain groups, in fact is how the individual construct meaning to the mechanisms of interaction in *Flickr* that determines the interests in the website.

Keywords: Social Networks, Photo Sharing, Flickr, Dramaturgical Theory, Symbolic Interactionism.

Lista de Ilustrações

Figura 1: Grafos representando três tipos de redes: regulares, do tipo "small world" e randômicas	8
Figura 2: Representação de <i>clusters</i> na internet, de modo a formar um mundo pequeno	9
Figura 3: Logomarcas de SRS, subdivididas em algumas categorias	13
Figura 4: Linha do tempo do surgimento dos SRS	15
Figura 5: Infográfico dos SRS com mais usuários no Brasil	17
Figura 6: Reprodução da página inicial do site <i>dotphoto</i>	23
Figura 7: Página inicial do site <i>Facebook</i>	33
Figura 8: Página inicial do projeto <i>The Commons</i>	52
Figura 9: Detalhe de uma página, com o recurso “favoritar” acima da foto	55
Figura 10: Modelo de interação entre usuário (<i>owner</i>), foto e quem a favorita (<i>fan</i>)	57
Figura 11: Lista de contatos de um usuário	58
Figura 12: Página de um grupo do <i>Flickr</i> - grupo “Paisagens do Brasil”	60
Figura 13: Exemplos de comentários em uma página	62
Figura 14: Busca por fotografias no <i>Flickr</i>	64
Figura 15: Nuvem de <i>tags</i> mais utilizadas pela usuária <i>renaaata</i>	65
Figura 16: Esquema de folcsonomia do tipo <i>Narrow Folksnomy</i>	66
Figura 17: Página da usuária <i>Camila</i>	82
Figura 18: Página do usuário <i>tioricocampos</i>	84
Figura 19: Página do usuário <i>Cogitação - ☼•cogito ergo sum•☼</i>	85
Figura 20: Página da usuária <i>Lilian Melim</i>	87
Figura 21: Página da usuária <i>Isis Florarte</i>	88
Figura 22: Página do usuário <i>vitinhoinho</i>	93
Figura 23: Página do usuário <i>Marcelo Nacinovic</i>	95
Figura 24: Página do usuário <i>Lourenço_BR</i>	96
Figura 25: Página do usuário <i>Fred Matos</i>	97
Figura 26: Página do usuário <i>FM Carvalho</i>	98
Figura 27: Página do usuário <i>Fernando Delfini</i>	99

Figura 28: Página da usuária ♥ <i>Sweet Tricot</i> ♥ - <i>Renata S.P.</i>	101
Figura 29: Página do usuário <i>IASD Central Porto Alegre</i>	103
Figura 30: Página do usuário <i>Robert & Alex</i>	104
Figura 31: Página do usuário <i>crvascodagama</i>	107

Lista de Tabelas

Tabela 1: Critérios para análise da <i>performance</i>	79
Tabela 2: Critérios para análise da construção dos <i>significados</i>	79
Tabela 3: <i>Performance</i> dos usuários com interesses <i>afetivos</i>	81
Tabela 4: <i>Significado</i> dos objetos dos usuários com interesses <i>afetivos</i>	86
Tabela 5: <i>Performance</i> dos usuários com interesses <i>estéticos</i>	91
Tabela 6: <i>Significado</i> dos objetos dos usuários com interesses <i>estéticos</i>	94
Tabela 7: <i>Performance</i> dos usuários com interesses <i>promocionais</i>	102
Tabela 8: <i>Significado</i> dos objetos dos usuários com interesses <i>promocionais</i>	106

Lista de abreviaturas

IS: Interacionismo Simbólico

SRS: Sites de redes sociais

CMC: Comunicação Mediada por Computador

Sumário

Introdução	1
Capítulo 1. Sites de redes sociais e de compartilhamento de fotografias	5
1.1. Redes sociais: breve digressão	5
1.2. Sites de Redes Sociais	11
1.2.1. Apontamentos históricos	14
1.2.2. Características gerais	17
1.3. Sites de compartilhamento de fotografias: discussão geral	21
Capítulo 2. Interações em sites de redes sociais	25
2.1. Discussão geral	26
2.2. Na perspectiva interacionista: pesquisas e reflexões acerca do <i>significado</i> dos objetos	28
2.3. Na perspectiva dramatúrgica: pesquisas e reflexões acerca das <i>performances</i> dos usuários	36
Capítulo 3. Flickr: dinâmicas e recursos	50
3.1. O site: características gerais	50
3.2. Recursos e interações no <i>Flickr</i>	54
3.2.1. Ações de inserir em uma “expô” e de “favoritar”	54
3.2.2. Contatos	57
3.2.3. Álbuns e grupos	59
3.2.4. Comentários e descrições	62
3.2.5. <i>Tags</i> e marcações	64
3.3. Apontamentos sobre os recursos e os interesses dos usuários	68
3.3.1. Interesses afetivos, estéticos e promocionais	70
Capítulo 4. Pesquisa empírica	75
4.1. Metodologia	75
4.1.1. Digressão sobre o aporte metodológico	76
4.1.2. Matrizes de análise	78
4.2. Resultados	80
4.2.1. Interesses afetivos	80

4.2.1.1. <i>Performance</i>	81
4.2.1.2. <i>Significado</i>	86
4.2.2. Interesses estéticos	91
4.2.2.1. <i>Performance</i>	91
4.2.2.2. <i>Significado</i>	94
4.2.3. Interesses promocionais	102
4.2.3.1. <i>Performance</i>	102
4.2.3.2. <i>Significado</i>	105
Conclusão	109
Referências	119
Anexos	131

Introdução

O contexto atual da Internet, dentre outras características, tem sido marcado pelo desenvolvimento de mecanismos com vistas a oferecer a participação dos usuários em cenários de interação, como por meio dos sites de redes sociais. Com a popularização dessas ambiências digitais, podemos perceber a emergência de processos de trabalho coletivo, de trocas afetivas, de produção e circulação de conteúdos e de construção social de conhecimentos.

Pesquisadores e desenvolvedores da Internet compreendem que essa configuração atual vem a ser reflexo do que, nessa última década, denominou-se de *web 2.0*¹, um momento histórico caracterizado principalmente pela conjunção de três fatores: um determinado contexto tecnológico, um conjunto de estratégias mercadológicas alinhadas a esse desenvolvimento e, por fim, uma promoção de interações, principalmente através de ambientes como os SRS.

Nesses ambientes, é possível perceber uma grande segmentação fomentada pelo surgimento de sites com objetivos específicos, que se fazem disponíveis a usuários que, por sua vez, empreendem um processo de apropriação com as mais diversas finalidades. Em plataformas centradas na produção e circulação de conteúdos, e em casos direcionados à expansão de possibilidades relacionais ancoradas em eixos de discussão, o que se pode constatar é uma busca pela complexificação de mecanismos de interação; como no caso de sites dedicados ao compartilhamento de conteúdos, por meio dos quais são promovidas articulações sociais principalmente em torno de fotos, vídeos, músicas, apresentações, artigos, dentre outros.

Como haveria de se esperar, no caso dos sites de redes sociais (SRS) destinados ao compartilhamento de fotografias, percebemos as interações ocorrendo em torno de conteúdos imagéticos, por meio dos quais articulações sociais alimentadas por discussões provenientes das páginas dos usuários se mostrariam em crescente processo de expansão de possibilidades de interações.

¹ Web 2.0 trata-se da mudança para uma internet como plataforma, passível ao desenvolvimento de aplicativos que aproveitem efeitos de redes sociais para seu desenvolvimento contínuo. Conforme O'Reilly (2006), é caracterizada pela possibilidade de publicação, compartilhamento e organização de informação por parte dos usuários.

Nesses sites, nos parece interessante perceber que a possibilidade de gerenciamento dos conteúdos circulados e dos formatos cujos mesmos se apresentariam aos usuários parece revelar um aspecto para análise de variáveis sociais e técnicas intervenientes na formação dos cenários de interação.

Trazendo essa discussão para o *Flickr*², SRS que possui como funcionalidade principal o compartilhamento de fotografias, a formação de redes sociais pode revelar uma característica do processo de interação: os usuários desse site não se apresentariam apenas como produtores de conteúdos, mas também como construtores de referenciais identitários, que serviriam de base para o desempenho de certos papéis nos ambientes.

Através da construção desses referenciais, possibilitados pela circulação de imagens e pela utilização dos diversos recursos promotores de interações, os usuários teriam a possibilidade de ressaltar aspectos de si mesmos que porventura desejem. Nesse sentido, propomos que esta possibilidade estaria a ocorrer por meio da *performance* a ser exercida pelos usuários nesses cenários.

Em nossa pesquisa, a partir do mapeamento de padrões sócio-comportamentais, buscamos investigar de que forma redes de compartilhamento de fotografias estariam sendo apropriadas pelos usuários para a interação, tendo como enfoque o site *Flickr*. O trabalho parte da premissa de que o site é um meio através do qual usuários utilizariam determinados recursos existentes com o intuito de interagir com outros usuários, baseados em seus interesses no ambiente. Desta forma, os usuários adotariam *performances*, por meio das quais estariam em formação principalmente nas páginas³, considerando a construção de *significados* perante os objetos presentes na interação – a saber: alguns recursos⁴ que defendemos serem intervenientes na definição dos interesses.

Assim, acreditamos que, mais do que um julgamento de qualidades estéticas que porventura sejam percebidas em uma fotografia, o modo como o indivíduo se representa nas páginas – desempenhando certos papéis perante a rede social na qual interage – seria o elemento determinante para entender suas interações no *Flickr*. Dessa forma, a pesquisa buscou compreender a presença de três interesses no ambiente: afetivos, estéticos e promocionais.

² <http://www.flickr.com/>

³ Referem-se às páginas dos usuários, construídas através do *upload* de fotografias e informações como título, legenda, comentário, *tags*, marcações, dentre outros – como é visto no capítulo 3.

⁴ São estes: comentários, marcações, grupos, *tags*, álbuns, “expô” e “favoritar”.

Para o desenvolvimento da argumentação necessária desse trabalho, no primeiro capítulo foi travada uma discussão acerca da problemática das redes sociais (DEGENNE & FORSÉ, 1999; BARABÁSI, 2002), e de que forma estas se constituiriam na Internet, tendo como enfoque os SRS (BOYD & ELLISON, 2007). Ao final do capítulo 1, foram abordados mais especificamente os sites de compartilhamento de fotografias (MASON & RENNIE, 2008), apresentando algumas definições e características.

Já no segundo capítulo, refletimos sobre as interações ocorridas nos SRS tendo como lentes interpretativas o Interacionismo Simbólico (BLUMER, 1969; MEAD, 1934), na análise dessa corrente de estudos acerca da construção de *significados* perante os objetos; e a Teoria Dramatúrgica (GOFFMAN, 1999; 1986), a partir do entendimento das *performances* dos indivíduos nos cenários de interação. Justificamos o uso de alguns conceitos dessas teorias à medida que os *significados*, para ambas, evoluem de acordo com sua interpretação e reinterpretação por meio da ação dos interlocutores. Aliadas a essa reflexão, apresentamos, ainda no capítulo 2, pesquisas que utilizaram tais conceitos para a compreensão das interações nos SRS.

No terceiro capítulo discutimos o site *Flickr*, bem como recursos e dinâmicas existentes que porventura possam vir a formatar interações nas páginas dos usuários, estes sendo necessários para o entendimento da pesquisa aqui realizada; tal apresentação foi embasada por pesquisas que abordaram o site, e como tais recursos e dinâmicas poderiam ser intervenientes para articulações sociais no site. Ao final do mesmo, detalhamos os três interesses aqui propostos, apresentando características da definição de cada um.

O último capítulo desse trabalho detalha a pesquisa empírica aqui realizada, tendo como base para argumentação os pressupostos percorridos nos capítulos anteriores. Enquanto a etnografia virtual (HINE, 2000) foi utilizada para a identificação, seleção e obtenção de dados dos usuários selecionados, por meio do preenchimento de duas matrizes de análise aqui propostas – as quais auxiliaram na compreensão de como certos critérios seriam úteis para a construção dos interesses –, levantamos questões no tocante às interações empreendidas nas páginas dos usuários selecionados. Na conclusão desse trabalho, além de apresentarmos questões referentes ao resultado da parte empírica, realizamos uma discussão tendo como pressuposto o embasamento teórico dessa dissertação; ainda, fazemos proposições de estudos sobre as interações no *Flickr* e em outros sites de compartilhamento de fotografias.

Considerando as etapas da pesquisa aqui empreendida, pontuamos que os referenciais teóricos e metodológicos utilizados são provenientes dos campos da comunicação e da

cibercultura – aliando-os a pesquisas nos campos da microssociologia e da psicologia social – a fim de trazer respostas para os questionamentos aqui levantados. Em nosso entendimento, a produção e circulação destes objetos técnicos ofereceriam condições para a emergência de determinados comportamentos sociais entre os participantes dos ambientes, e estes, por sua vez, se utilizariam dessas condições no sentido da formatação de *performances* que estariam essencialmente imbricadas ao significado negociado entre usuário e objetos presentes na situação.

Capítulo 1

Sites de redes sociais e de compartilhamento de fotografias

A partir do estabelecimento de laços, mediante o contato em diferentes ambientes, os indivíduos se configurariam enquanto seres sociais, agrupando-se e constituindo redes. Nesse sentido, pesquisas apontam que a humanidade tem sido conceituada, definida e percebida historicamente pela maneira como os indivíduos compõem redes, com finalidades diversas (Degenné & Forsé, 1999). Destarte, acreditamos na importância de se refletir como esses sujeitos sociais se organizam e se representam na contemporaneidade, frente ao fomento dos sites de redes sociais (SRS).

Nesse primeiro capítulo, é discorrido o que se entende aqui por redes sociais e como estas se apresentam na Internet por meio dos SRS. De início, apresentamos uma digressão geral de rede social, explanando algumas pesquisas e hipóteses relevantes para o entendimento dos SRS; em seguida, realizamos uma conceituação acerca de sites de redes sociais, tratando de apontamentos históricos e características gerais; ao final, são abordados os sites de compartilhamento de conteúdos fotográficos, apresentando algumas definições.

Discorreremos, portanto, nas próximas seções desse capítulo, mediante o intuito de aprofundar essas questões e de demonstrar em que âmbito as abordagens acerca de redes sociais e de SRS fazem parte das questões centrais propostas por esse trabalho.

1.1. Redes sociais: breve digressão

A reflexão acerca dos sites de redes sociais requer um entendimento prévio do que sejam redes sociais em um conceito mais amplo – visando considerar a ocorrência destas em outros ambientes, e não apenas na ambiência digital provida pela Internet. Visto que pesquisas realizadas nas últimas décadas (WATTS, 1999; BARABÁSI, 2003) têm detectado características comuns presentes em redes dos mais diferentes tipos – ou seja, encontrando algumas semelhanças entre redes, no que diz respeito à forma como estariam se estruturando para possibilitar a conexão entre nós.

Nesse sentido, segundo Degenné e Forsé (1999), pesquisas têm detectado que a estrutura conhecida como *rede* é um padrão comum para todo tipo de vida. Deste modo, onde

quer que haja vida, é possível constatar a presença de uma arquitetura de nós e conexões que possam se configurar como uma rede.

Como exemplo, é possível citar a ocorrência de redes: (1) em familiares, amigos e colegas de trabalho, constituindo as redes sociais; (2) em ecossistemas, por meio dos quais seres vivos oscilam entre as condições de predador e presa, para constituir as redes alimentares; (3) em ambientes urbanos, a exemplo da cidade e dos seus lugares – dispostos de modo a facilitar o acesso de seus habitantes, se constituindo assim como uma rede formada de redes menores; (4) em computadores interligados, tendo em vista a forma com que estes se conectam de modo a compor a Internet (*hardware*), bem como as próprias páginas da *world wide web* (*software*). Em cada um desses casos, é possível identificar nós⁵ – seres vivos, ambientes físicos, máquinas ou páginas *online* – que estariam ligados a alguns outros nós, o que seria uma característica básica de qualquer rede.

Principalmente a partir da década de 1990, com a popularização e barateamento dos computadores pessoais e do acesso à Internet por grande escala da população mundial, as manifestações das redes em suportes digitais passaram a ser alvo de estudos e pesquisas. Nesta ambiência, os indivíduos se conectariam por meio de plataformas em desenvolvimento na internet – a exemplo de fóruns, *webchats*, sites de redes sociais, dentre outros. De todo modo, o que se percebe é que as interações entre estes usuários são marcadas pela possibilidade de relações com um número elevado de pessoas simultaneamente, a partir de diversas localidades geográficas, em curto espaço de tempo.

Os tipos de redes que se desenvolvem em diferentes comunidades teriam um efeito profundo sobre a forma como as pessoas trabalham, sobre as oportunidades disponíveis e sobre as práticas cotidianas de interação (WELLMAN & GULIA, 1999). Interpretando o problema desta forma, é possível perceber a promoção de redes sociais, no momento histórico contemporâneo, por meio de diversos cenários de interação: estas cumpririam, no contexto contemporâneo, funções importantes como fontes de apoio emocional ou de informações sobre empregos. Ainda, na internet essas funções estariam ocorrendo a partir do contato com inúmeras pessoas, em diferentes localidades – tendo em vista a utilização de redes telemáticas⁶.

⁵ A concepção de nó refere-se a qualquer ponto de uma rede no qual, através deste, poderia ser gerada conexões entre outros nós.

⁶ Conjunto de tecnologias de transmissão de dados resultante da junção entre os recursos das telecomunicações – telefonia, satélite, cabo etc. – e da informática – computadores, *softwares* e sistemas de redes.

Partindo para uma conceituação sobre rede social, Degenné e Forsé (1999) a definem como um conjunto formado por dois elementos: os *atores* – pessoas e grupos, representando os nós na rede – e as *conexões* – interações ou os laços sociais. Quando esses laços ocorrem apenas entre indivíduos, seriam considerados do tipo relacional; já quando ocorrem entre indivíduos e grupos (ou instituições), esses laços se caracterizariam como associativos.

O conceito de rede aplicado a agrupamentos humanos passou a ser utilizado no século XX nos estudos das ciências humanas sobre redes sociais. A partir da teoria dos grafos desenvolvida por Euler, diversos cientistas sociais empenharam-se em discussões que deram origem a Análise de Redes Sociais (ARS).

Com o objetivo de avançar na descoberta de padrões de interação humana, cientistas como Watts (1999) partiram do pressuposto de que a vida de cada indivíduo depende em grande medida da forma com que estão ligados a um amplo espectro de conexões sociais dentro de uma estrutura. Para tanto, foi desenvolvido um conjunto de técnicas investigativas, baseadas ou em fórmulas e representações em grafos, ou em um enfoque sócio-etnográfico.

Na compreensão de redes aplicada a agrupamentos humanos, Barabási (2002) assinalou a existência de conexões entre pessoas que se encontram com certa frequência, mas que pertencem a grupos diferentes – as redes de conhecidos que não se cruzam. Como consequência, caminhos começariam a conectar pessoas que até então não se conheciam. Partindo desse pressuposto, nada estaria excluído dessa interligada teia (BARABÁSI, 2002).

Diante da possibilidade de estabelecimento de laços, Watts e Strogatz (1998) formularam a hipótese de que seria possível, portanto, conectar pessoas em qualquer parte do mundo por menos de seis graus de separação⁷, embasando-se no fato de que as redes sociais seriam concebidas – se considerada uma representação visual destas – como grafos não totalmente aleatórios nem totalmente ordenados. Estas possuiriam uma configuração facilitadora de mundos pequenos (*small worlds*) devido ao fato de aproximarem pessoas “distantes” – que não se conhecem nem têm laços em comum – em virtude da existência de conexões consideradas randômicas; por meio destas, indivíduos de diferentes localidades e círculos sociais poderiam estar ligados a qualquer ponto de sua rede por poucos graus (ver figura 1).

⁷ Ou seja, através de no máximo seis laços de amizade para que duas pessoas quaisquer estejam conectadas.

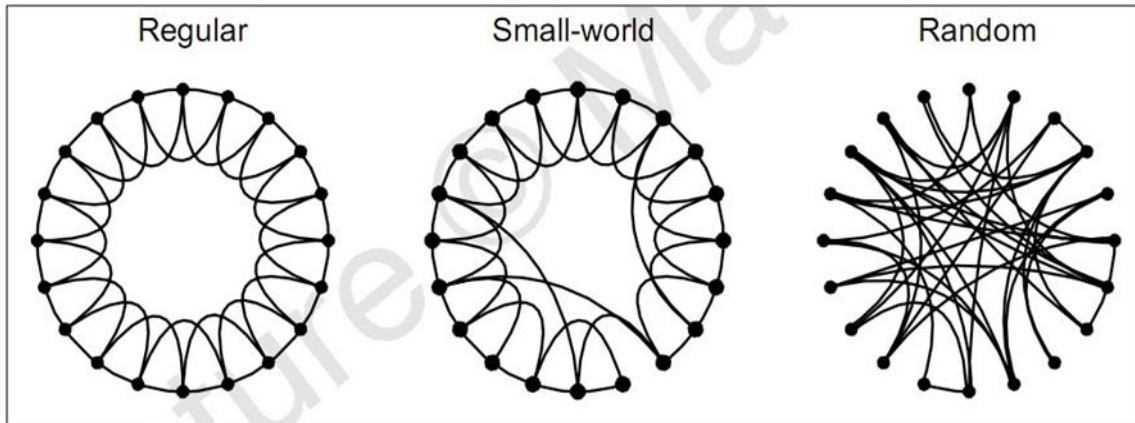


Figura 1: Grafos representando três tipos de redes: regulares, do tipo "small world" e randômicas.
Fonte: Watts & Strogatz (1998).

Na figura acima, Watts e Strogatz (1998) apresentam, através de grafos, como se organizam as redes existentes, e como se dá a dinâmica da rede do tipo *small world* (mundo pequeno). No primeiro grafo, podemos observar qual o comportamento topológico de uma rede totalmente ordenada (*regular*), na qual cada nó possui o mesmo número de conexões e estas se dão pela proximidade a algum espaço ou grupo; no segundo, um mundo pequeno, em que indivíduos se apresentam interligados com base na proximidade a um mesmo espaço ou grupo, porém existindo conexões entre pessoas distantes, possíveis para a obtenção de uma arquitetura ideal na formação de mundos pequenos; já o terceiro grafo (*random*) representa uma rede com total randomicidade, sem haver conexões entre nós próximos – o que a torna pouco provável de ocorrer em redes sociais⁸. Como se pode perceber, não são os nós próximos que possibilitam a conexão entre indivíduos em redes totalmente distantes, mas sim os randômicos.

Tomando como exemplo a rede mundial de computadores, é possível verificar uma rede que obedece a essa configuração de um *Small World*. Todas as máquinas que compõem a rede estariam separadas apenas por poucos graus. Desse modo, em sua topologia, as redes na internet se caracterizariam como descentralizadas: se formariam através de *clusters*⁹, cujos indivíduos de um *cluster* se interligariam com indivíduos em outro, transformando assim a própria rede em um grande *cluster* (RECUERO, 2009), como demonstra a figura 2.

⁸ Como assinala Barabási (2002), não existem redes sociais totalmente randômicas, pois os indivíduos tendem a criar redes de amigos que se conhecem entre si.

⁹ Referimo-nos aos grupos de nós conectados.

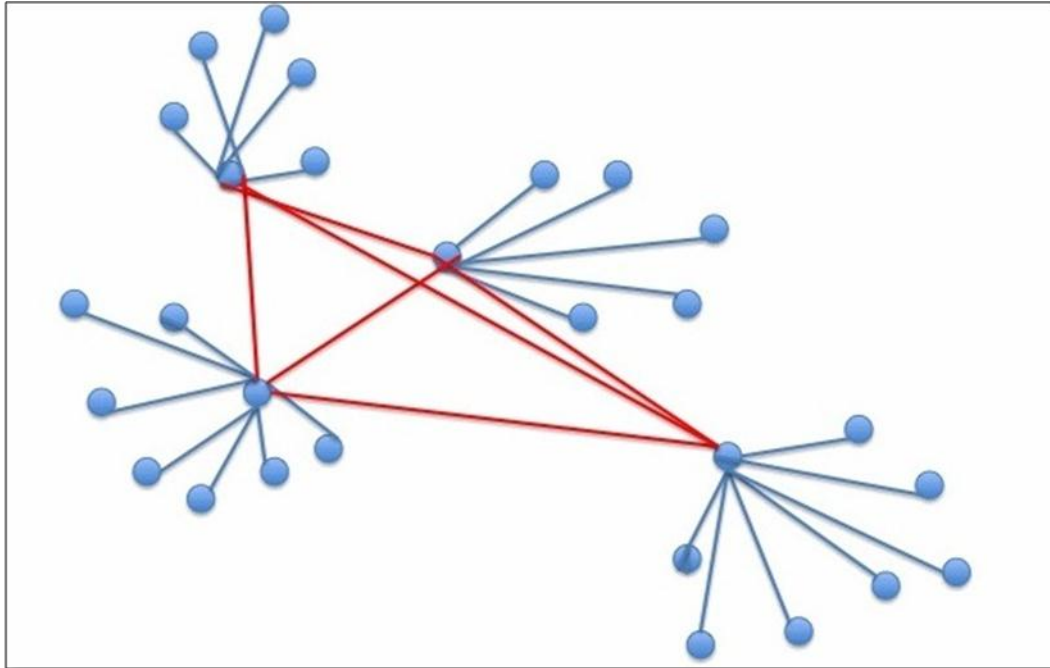


Figura 2: Representação de *clusters* na internet, de modo a formar um mundo pequeno.
 Fonte: <<http://www.treebranding.com/blog/wp-content/uploads/redefinal1.jpg>>.

De acordo com Barabási (2002), cada indivíduo seria parte de um *cluster* de grande porte – que agruparia vários *clusters* de menores proporções, com relação ao número de nós. Partindo desse pressuposto, aqueles inseridos em ambientes na internet estariam também fazendo parte de um grande *cluster*. Não se conhece todos os usuários, é evidente; mas é garantida a existência de um caminho entre quaisquer dois indivíduos nessa rede. Como podem ser observadas na figura 2, as linhas vermelhas seriam conexões entre nós de *clusters* diferentes, resultando assim na formação de um grande *cluster*.

Outro trabalho interessante para a compreensão de dinâmicas das redes foi o de Barabási e Albert (1999), no qual os pesquisadores defenderam que a distribuição dos elos de uma rede social refletiria a presença de poucos indivíduos centrais conectados com muitos outros e que possuiriam um papel fundamental da disseminação de informações. Assumir este tipo de comportamento transformaria estes nós em *hubs*¹⁰, que se formariam por meio das conexões randômicas, já que na rede configurada como *small world* os nós não possuiriam a mesma quantidade de conexões – possibilitando assim a ocorrência de alguns nós altamente conectados.

Em uma rede social, quer seja através da Internet ou não, é possível se constatar também a existência de laços fracos e fortes – *strong ties* e *weak ties*. Partindo desse

¹⁰ Denominação dada àquele nó altamente conectado – capaz de, com isto, agrupar nós de diferentes localizações em torno de si.

pressuposto, Granovetter (1973) entende que são os laços fracos (*weak ties*) que garantem a amplitude da rede social do indivíduo: através de seus conhecidos – e não de amigos mais próximos – nos quais é possível se chegar a pessoas mais distantes da rede. Isto ocorre porque, de acordo com Barabási (2003), quanto maior a ligação entre duas pessoas, maior é a sobreposição entre seus círculos de amigos – ou seja, laços fortes em comum, impedindo então que a rede entre duas pessoas se amplie para outros círculos de indivíduos – por meio de laços fracos.

A força de um laço seria uma combinação da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade e serviços recíprocos que caracterizariam o laço. Assim, segundo Granovetter (1983), uma conexão seria mais forte à medida que houvesse maior investimento emocional dos sujeitos nela envolvidos, com uma frequência razoável. Os laços fracos, por outro lado, seriam mais esporádicos e não representariam maiores vínculos afetivos¹¹.

A questão da variação no grau de importância dos diversos laços, para cada sujeito, também precisa ser observada. Quando se considera a conexão entre apenas dois nós, em uma rede social, os sujeitos envolvidos não necessariamente vêm um ao outro da mesma forma, ou atribuem a mesma importância ao laço. Recuero (2009) observa que um aspecto derivado da característica da força dos laços é que nem todos os laços são *recíprocos*. Desse modo, é possível que um indivíduo considere como laço forte alguém que o considera laço fraco.

A reciprocidade, então, estaria relacionada à probabilidade de dois nós estarem conectados e ocorrer uma relação entre estes (NEWMAN & PARK, 2007); ou seja, o fato de haver reciprocidade deve ser levado em conta para se compreender qual a relação entre dois indivíduos – se estes são percebidos como laços fracos ou fortes entre si.

Tomando como caso os sites de redes sociais, é possível que existam indivíduos não conectados por conhecidos em comum. Entretanto, há indícios de que os caminhos que interligariam nós aleatoriamente escolhidos, e aparentemente sem relação, provavelmente seriam também curtos (SHIRKY, 2003). A esse respeito, existe um conjunto de variáveis técnicas que opera no sentido de possibilitar certas condições para a constituição de redes nesses ambientes – como a existência de determinados recursos utilizados para a propagação

¹¹ Ainda assim, é necessário se fazer a ressalva de que a definição de laços fortes e fracos não é consenso na literatura acadêmica (GRANOVETTER, 1983), e nem é tomada como exata: não existem traços que caracterizem o que seja um laço necessariamente fraco ou forte. Cabe uma interpretação do próprio indivíduo acerca do que ele caracterizaria uma pessoa como “próxima” de si – amigo ou familiar, por exemplo – ou “distante” – conhecido, colega de trabalho, de escola ou faculdade.

de informações ou para a manutenção de relacionamentos entre pessoas distantes, a exemplo da Internet.

Questões como estas, além de outras implicações com relação a como se desenvolveram os sites de redes sociais – e pesquisas referentes aos mesmos – são abordadas na seção seguinte desse capítulo.

1.2. Sites de redes sociais

Nessa seção, são tratadas as redes sociais na internet, tendo como enfoque os sites de redes sociais (SRS) – levantando apontamentos históricos, características gerais e pesquisas contemporâneas. Em seguida, são abordados os sites de compartilhamento de fotografias, ressaltando algumas conceituações. De início, contudo, faz-se necessário apresentar aqui definições que serão norteadoras para a argumentação sobre esses sites.

De acordo com Aguiar (2007), os SRS estariam proporcionando ambientes cada vez mais amplos, complexos e estruturados no que tange à formatação de redes sociais, e muitas percepções e comportamentos seriam formatados preferencialmente ou apenas nesse contexto. Ao mesmo tempo, não é possível ignorar alterações que a comunicação ocorrida na ambiência desses SRS estaria provocando, tendo em vista que o resultado seria dependente tanto das redes presentes em ambientes na internet como em ambientes externos à mesma (FERNÁNDEZ, 2002).

Boyd e Ellison (2007) defendem que SRS estão cada vez mais atraindo a atenção de acadêmicos e pesquisadores – financiados pelas universidades ou empresas de desenvolvimento da *web* –, intrigados com suas capacidades e com o alcances de novos públicos. Seguindo uma tendência do que vem sendo chamada de *web 2.0* (O'REILLY, 2006), diversos sites estariam se organizando em formatos diferentes – com relação ao modo no qual se relacionam os usuários por meio de ferramentas disponíveis – porém com mecanismos e tipos de conteúdo muitas vezes parecidos e comuns, como *tagging*, perfis e redes de conexões – “amigos”, “contatos”, a depender do SRS em questão.

Ainda com relação ao seu formato, esses sites estariam gradativamente incorporando características associadas a outras plataformas interacionais, tais como: a possibilidade de criação de *blogs*, o envio de mensagens instantâneas, a criação de *e-mails*, o contato por meio de *chats* e o compartilhamento de conteúdos – como de vídeos, músicas e fotografias. Os SRS seriam, dessa forma, uma fusão de vários gêneros existentes anteriormente na internet.

O estudo introdutório de Danah Boyd e Nicole Ellison (2007) definiu os 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 limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão/interesse, e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aqueles feitos por outras pessoas dentro do sistema. A natureza e nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site.

Desse modo, dois elementos trabalhados por Boyd e Ellison (2007) são importantes na definição do que se entende por SRS: a apropriação e a estrutura. O primeiro elemento diz respeito ao uso de ferramentas pelos indivíduos, através de interações que são expressas em um determinado tipo de site. Em seguida, a estrutura diz respeito à exposição pública da rede de indivíduos, que permitiria com isto divisar mais facilmente a diferença entre esse tipo de site e outras formas de comunicação mediada por computador (CMC).

No entanto, seria o elemento da apropriação o hospedeiro da principal diferença apontada pelas autoras. De acordo com esta linha de pensamento, a diferença entre SRS e outras formas de CMC, como aponta Raquel Recuero (2009, p. 102), “é o modo como (estas) permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*”.

Ainda de acordo com Recuero (2009), os sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de *softwares sociais* – ou seja: *softwares* com o propósito de permitir aos utilizadores dos mesmos interagir e compartilhar conhecimento numa dimensão social, realçando então o potencial humano ao invés da tecnologia que possibilita a transmissão.

No contexto atual da internet, é possível constatar a existência de centenas de SRS, com diferentes capacidades tecnológicas (ver figura 3), comportando uma ampla gama de interesses e práticas; embora as suas principais características tecnológicas sejam bastante recorrentes, as culturas que emergem em torno dos SRS, como também as apropriações por parte dos usuários, mostram-se variadas.



Figura 3: Logomarcas de SRS, subdivididas em algumas categorias.
Fonte: <<http://www.techvert.com/history-social-networking-sites/>>.

Dentro dessa variedade de SRS, uma parcela possibilitaria a manutenção de redes sociais pré-existent, mas outros auxiliariam desconhecidos a compartilharem interesses comuns, opiniões políticas, ou atividades; alguns atenderiam a diversos públicos, enquanto outros atrairiam pessoas com base na língua comum ou interessadas em compartilhar questões referentes a identidades racial, sexual, religiosa ou baseada em nacionalidades. Sites de redes sociais também podem ser identificados como diversos à medida que podem absorver e incorporar novas e distintas tecnologias para a comunicação, como a conectividade móvel através de dispositivos como *smartphones* e *palmtops*, as plataformas de CMC como *blogs* e as aplicações para a utilização de conteúdos como fotografias, músicas e vídeos.

Podemos, ainda, observar o modo pelo qual esses canais de comunicação são utilizados por empresas e instituições governamentais ou da sociedade civil organizada, numa tentativa de evocar estratégias de divulgação de determinados produtos, marcas ou instituições perante os usuários de uma plataforma qualquer. Vide, por exemplo, as páginas da

Monarquia Inglesa¹² e da marca de camisetas Camiseteria¹³, no site *Flickr*. Nestas, busca-se aliar planos de comunicação propostas por assessorias de *marketing* ou de comunicação, porém através de estratégias de recepção e emissão da mensagem baseadas em um retorno do usuário/espectador.

Tendo em vista essa explanação aqui empreendida, uma pergunta se faz presente: como se desenvolveram aplicações na *web*, principalmente nos últimos quinze anos, de modo a formatarem o que atualmente consideramos de SRS?

1.2.1. Apontamentos históricos

De acordo com a pesquisa de Boyd e Ellison (2007), o primeiro site de redes sociais foi o *Sixdegrees.com*, criado em 1997. Este permitiu aos usuários criarem perfis, lista de seus amigos e, a partir de 1998, navegarem nessa lista. O site promoveu-se como uma ferramenta para ajudar as pessoas a estabelecerem laços e a mandarem mensagens às demais. Apesar de ter atraído mais de um milhão de usuários¹⁴, o *SixDegrees* não conseguiu se tornar um negócio sustentável e, em 2000, o serviço foi fechado.

Um site anterior, o *Classmates*¹⁵, permitiu que as pessoas estabelecessem contato com amigos de sua escola ou faculdade e navegassem na rede, com outros que eram também filiados; porém, os usuários não podiam criar perfis ou lista de amigos em seu início – além do fato de só ser possível o ingresso de usuários que estudassem nos Estados Unidos. Daí, o *SixDegrees* foi o primeiro a, de fato, integrar os diferentes recursos que poderiam caracterizá-lo como um SRS¹⁶.

Por meio do infográfico apresentando por Boyd & Ellison (2007), vemos uma sequência cronológica de criações de sites de redes sociais (figura 4):

¹² Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/britishmonarchy/sets/72157624099279897/>>. Acesso em dezembro de 2010.

¹³ Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/camiseteria/>>. Acesso em dezembro de 2010.

¹⁴ Fonte: <<http://www.dugbedell.com/sixdegrees1.html>>.

¹⁵ <<http://www.classmates.com/>>.

¹⁶ Interessante perceber também que o nome desse site faz inclusive referência à hipótese dos seis graus de separação entre as pessoas.

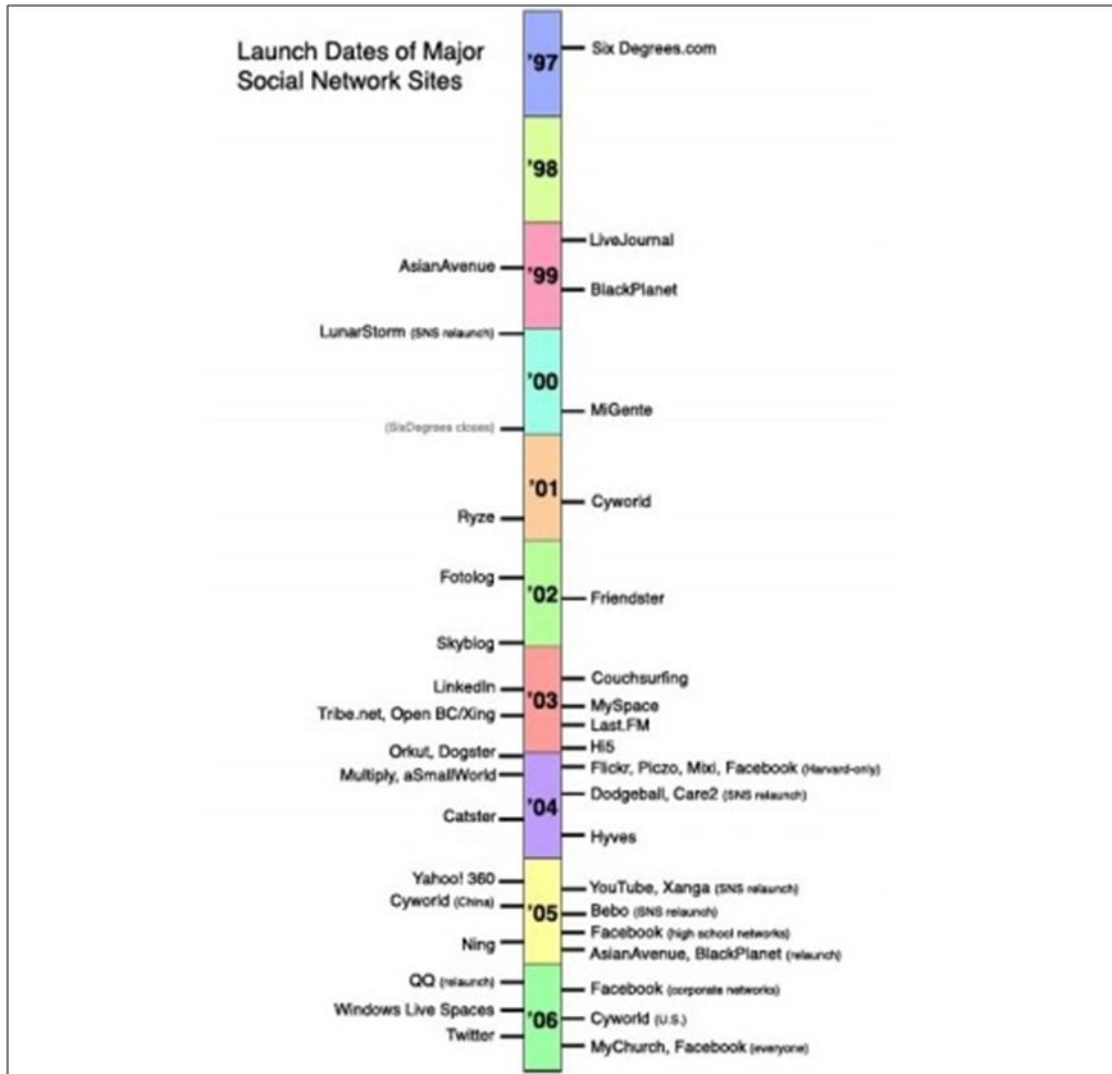


Figura 4: Linha do tempo do surgimento dos SRS.
Fonte: Boyd & Ellison (2007).

Como pode ser verificado através da figura 4, é a partir de 2003 pode-se perceber uma proliferação de sites de redes sociais no mundo, se organizando, atualmente, com um grau de segmentação cada vez maior – exemplo disso é o SRS *MyChurch*¹⁷, criado em 2006 para atender principalmente à demanda de um público cristão espalhado pelo mundo¹⁸.

Ao longo da década de 1990, comunidades *online* e outras ferramentas de mídias consideradas sociais, na internet, começaram a implementar funcionalidades em sites de redes sociais, possibilitando a reconfiguração de suas estruturas enquanto comunidades. *LiveJournal*¹⁹, *Asian Avenue*²⁰, e *Cyworld*²¹ são exemplos de comunidades na Internet que

¹⁷ <<http://www.mychurch.org/>>

¹⁸ O site possibilita a conexão de pessoas que freqüentam igrejas católicas no mundo, e oferece serviços como a criação de *podcasts* e *blogs*.

¹⁹ <<http://www.livejournal.com/>>

²⁰ <<http://www.asianave.com/>>

²¹ <<http://www.cyworld.nate.com/>>

surgiram durante esse período e tornaram-se sites de redes sociais através da adição de elementos como a construção de perfis, necessários para a definição desse tipo de plataforma de interação – como já abordado na definição de Boyd e Ellison (2007).

Ainda, Boyd e Ellison (2007) comentam que as primeiras comunidades *online* públicas, como *Usenet* e fóruns de discussão, foram estruturadas por temas ou de acordo com hierarquias temáticas; sites de redes sociais, contudo, são estruturados como redes pessoais (ou ego-centradas²²), tendo o indivíduo no centro de sua própria comunidade. Isso estaria refletindo as estruturas sociais não-mediadas; pois, como defendeu Wellman (2001), o mundo é composto de redes, e não de grupos temáticos.

Conforme a infra-estrutura de sites de redes sociais foi se proliferando, endereços como o *SixDegrees*, surgidos na década de 1990, foram perdendo espaço quando o *Ryze Business Networking*²³ e o *Friendster*²⁴ foram lançados em 2001; isto porque estes tiveram campanhas veiculadas em várias mídias, como também uma ampla cobertura noticiosa a respeito destes (BOYD, 2008).

Atualmente, o Brasil aparece como um dos países com mais indivíduos cadastrados em SRS. De acordo com dados da pesquisa do *Ibope NetRatings*²⁵, de julho de 2010, mais de 80% dos internautas brasileiros possuem contas nesses sites. Ainda, a média mundial de laços estabelecidos nesses sites é de 195 pessoas por usuário – enquanto no Brasil é de 365. O *Facebook*²⁶, que aparece como o site de redes sociais com o maior número de usuários no mundo, já possui 9,6 milhões no Brasil, sendo assim o quinto mais popular (ver figura 5).

²² Diz-se daquelas redes nas quais sua arquitetura parte dos indivíduos para as suas demais conexões, tendo, em sua representação visual, o indivíduo no centro e as demais conexões ao redor, de acordo com a proximidade – dos laços fortes aos fracos.

²³ <<http://www.ryze.com/>>.

²⁴ <<http://www.friendster.com>>.

²⁵ Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI143701-15224,00-ONDE+OS+BRASILEIROS+SE+ENCONTRAM.html>>. Acesso em dezembro de 2010.

²⁶ <<http://www.facebook.com>>.

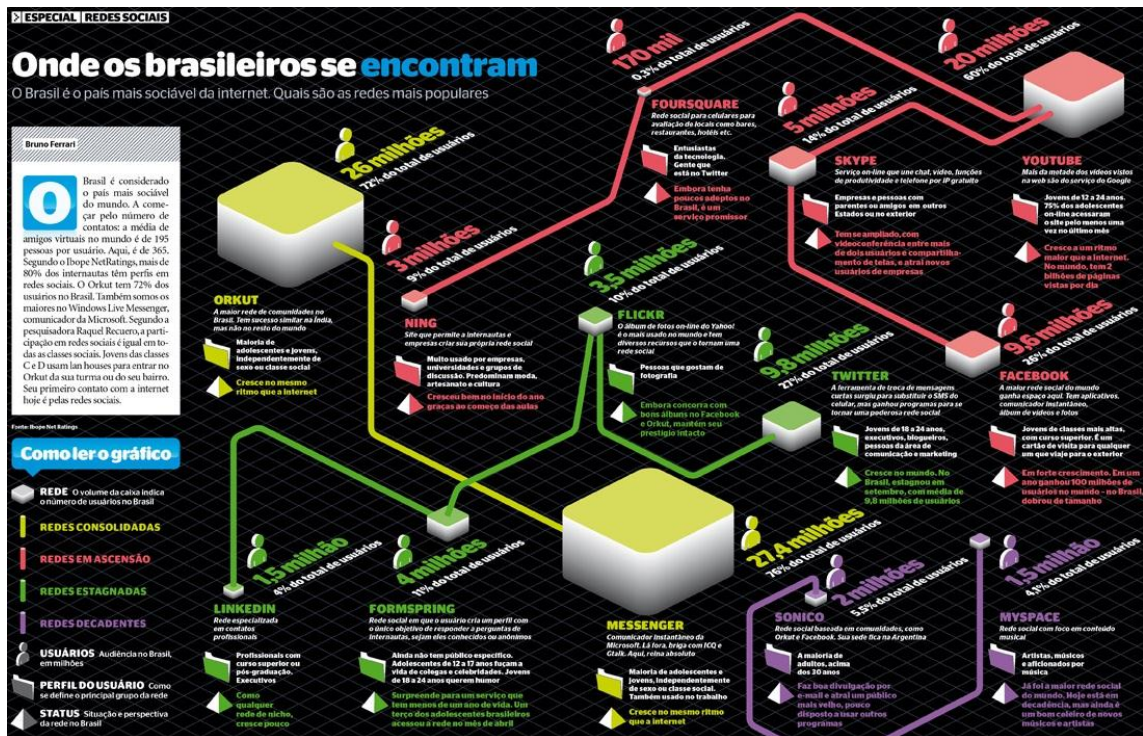


Figura 5: Infográfico dos SRS com mais usuários no Brasil.

Fonte: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI143701-15224,00-ONDE+OS+BRASILEIROS+S-E-ENCONTRAM.html>>.

Como é possível visualizar na figura acima, um dos principais responsáveis pela popularidade dos sites de redes sociais é o *Orkut*²⁷, com 26 milhões de usuários, o que representa 72% deles no Brasil; como também ao *Windows Live Messenger*, no qual o país lidera no tempo de uso do comunicador da *Microsoft*. Já com relação aos sites de compartilhamento de fotografias, o *Flickr* é o maior deles no país, com 3,5 milhões de usuários.

1.2.2. Características gerais

Para a compreensão dos agrupamentos presentes na internet como redes sociais, é de grande importância o trabalho de Wellman (2001). Segundo este autor, muitos fatores perceptíveis nesses sites possibilitam a constituição de redes sociais, tais como: (1) o modo como são formatados os perfis; (2) as conexões entre usuários, no tocante à criação e manutenção de laços; (3) a forma como ocorre a propagação de conteúdos; e (4) as estratégias de negociação entre o público e o privado, no que se refere à disponibilização de informações de ordem pessoal dos usuários.

²⁷ <www.orkut.com/>.

Os perfis (*profiles*) são as páginas onde se pode descrever a si mesmo para se fazer percebido pelos outros (SUNDÉN, 2003). Para tanto, enquanto alguns sites possibilitam apenas inserção de informações de si, outros permitem – a exemplo do *Facebook*, *Orkut* e *Flickr* – a adição de aplicativos sociais²⁸ para a construção do perfil do usuário.

Variações em torno de visibilidade e de acesso são umas das principais maneiras de SRS se diferenciarem uns dos outros. Dessa forma, além das informações inseridas nos perfis, os usuários teriam a possibilidade de gerenciar também o modo em que cada um teria acesso às suas informações – como descrições, *status* de relacionamento, visibilidade a imagens e vídeos, dentre outras possibilidades de configuração de privacidade.

A maioria dos SRS exige confirmação bi-direcional para a amizade²⁹. Os laços unidirecionais às vezes são rotulados como “fãs”, “contatos” ou “seguidores” – a exemplo do *Twitter*³⁰ e do *Flickr* –, embora usuários desses sites possam chamar de amigos, sem fazer uma distinção clara da intensidade do laço. Para Boyd (2006), a terminologia “amigos” pode ser enganosa quando se refere aos laços estabelecidos nesses ambientes, pois a conexão não significa, necessariamente, o estabelecimento de uma amizade no sentido que comumente é considerada em laços sociais externos ao ambiente da Internet – tradicionalmente na formação de *clusters* em ambientes físicos.

Beer (2008), contudo, relativiza essa questão partindo de outro viés: com o crescente uso de SRS, a própria conceituação de “amigo” pode ser revista. O autor afirma que não se deve considerar o conceito de “amizade” através desses sites como totalmente desvinculado deste em um ambiente das relações à parte da Internet. Para o autor (BEER, 2008), a questão seria posicionada sobre se as conexões com pessoas que um indivíduo ainda não entrou em contato pessoalmente poderiam vir a ser chamadas de “amizades”. Há de se considerar, por outro lado, que o desenvolvimento de diferentes práticas comunicacionais e culturais através da rede pode também problematizar o que conhecemos hoje como os padrões para constituição de laços fracos e fortes.

Uma vez que alguns sites de redes sociais seriam utilizados predominantemente por jovens (WATKINS, 2009; HODKINSON, 2005), Beer (2008), por sua vez, questiona quais seriam as possíveis conseqüências desta apropriação. O argumento do autor diz respeito à

²⁸ *Softwares* desenvolvidos para serem utilizados em sites de redes sociais. Produtoras independentes estabelecem parceria com a empresa responsável pelo site de modo a criar aplicativos sociais dentro do sistema, para utilização opcional pelos usuários.

²⁹ Ou seja, necessitam que os contatos sejam adicionados entre si: para que ambos se tornem amigos, é necessário aceitar o convite para o usuário ingressar na rede social do outro.

³⁰ <<http://www.twitter.com>>.

criação do significado de estruturas sociais como “amizade”: se este é construído no início da vida, estas novas formas de se comunicar, de se agregar socialmente e de expressão poderiam influenciar o entendimento de laços sociais ao longo do tempo.

Watkins (2009) também problematiza essa questão, ao propor que os indivíduos estariam moldando novas formas de constituição de laços a partir do contato para com estas formas de interação mediada. O autor levanta a questão de que a formação e a manutenção de amizades estariam sendo engendradas através de redes na Internet, e isto poderia estar instaurando formas inéditas de sociabilidade. Em se evocando novamente que a maioria dos usuários destes sites se localiza numa faixa etária específica, o autor (WATKINS, 2009) observa que a Internet estabeleceu, para estes, um novo padrão de relação, servindo tanto como algo complementar ao contato em ambientes externos a esses SRS, quanto na reprodução de laços já existentes³¹.

Isto pode levar a outra discussão, que surge com a Internet sendo assimilada pela vida doméstica: se esta tornaria efetivamente as pessoas mais ou menos sociáveis, em virtude do tempo em que se passa sozinho, frente ao computador ou a qualquer outro dispositivo com acesso à rede. Estudos como os de Wellman & Wortley (1990) contestaram essa hipótese, ao defenderem que o tempo dedicado ao uso da Internet não encoraja o abandono de relacionamentos pré-existentes. Mais recentemente, a pesquisa de Hampton e colaboradores (2009) se dedicou a empreender tal reflexão a respeito dos SRS e constatou, então, que o grau de isolamento social pouco mudou quando tomado um comparativo de 1985 até o momento atual.

Outra questão acerca dos sites de redes sociais é o potencial de divulgação de informações ao longo dos laços sociais: percebemos que com essas trocas de usuário para usuário, um fenômeno passível de ser chamado de comunicação horizontal, pode-se espalhar conteúdos, idéias ou informações ampla e rapidamente por toda a rede. No estudo de Golder e colaboradores (2006), por exemplo, foi percebido que jovens gastam uma quantidade de tempo significativa na Internet principalmente usando serviços de rede sociais em linha para trocar mensagens, compartilhar informação, e manter contato uns com os outros.

Ainda, uma série de pesquisas (DOMINGOS, 2001; HARTLINE *et. al.*, 2008; KEMPE *et. al.*, 2003; RICHARDSON & DOMINGOS, 2002; WATTS & PERETTI, 2007)

³¹ Interessante perceber também que, na pesquisa de Watkins (2009, p. 62), apenas 20% dos jovens admitiram ser a internet a melhor forma de conhecer uma pessoa. O que só ressalta a importância, para eles, das interações face-a-face. Mas a maioria respondeu que os SRS possibilitam se comunicar de forma mais eficiente com laços fracos e fortes já estabelecidos – ao invés da criação de novos laços.

propuseram campanhas de *marketing* viral para explorar as palavras desse efeito do “boca-a-boca” entre laços nos SRS. Em 2007, US\$ 1,2 bilhões foram gastos em publicidade *online* em redes sociais no mundo inteiro, e esse montante deve triplicar até 2011 – de acordo com estimativa de Williamson (2007).

Em seguida, outra característica que apresentamos acerca dos SRS refere-se à forma como os laços sociais estariam fornecendo aos usuários uma audiência imaginada para orientar as normas de comportamento. Dessa forma, ao mesmo tempo em que a maioria dos sites possibilitaria a eles construir representações precisas e verdadeiras, os participantes se apresentariam em graus variados de autenticidade; ou seja, a depender da ocasião disponibilizariam algumas informações sobre si, em detrimento de outras. Marwick (2005), por exemplo, constatou que os usuários em três diferentes sites estariam adotando estratégias complexas para negociar a apresentação de um perfil considerado “autêntico”; enquanto Boyd (2007) analisou o fenômeno dos *fakesters*³² e argumentou que os perfis nunca poderiam ser reais, visto que seriam sempre construção dos indivíduos, a partir da visão única de quem o constrói.

Forças sociais e tecnológicas estariam, então, a formatar práticas de interação dos usuários nos SRS, coordenando o modo como essas forças interviriam nas interações a partir de dois aspectos: (1) mostrando como os usuários deveriam se comportar perante um determinado grupo social existente em uma determinada situação; (2) e pautando o modo pelo qual o sistema permitiria (ou não) a interação através de determinadas formas – fotografias, vídeos, aplicativos sociais, dentre outras possibilidades.

Embora hajam exceções, estudos realizados sugerem que a maioria dos SRS auxilia principalmente relações sociais pré-existentes. Ellison e colaboradores (2007) compreenderam que o site *Facebook* é usado para manter relacionamentos existentes em ambientes fora da Internet ou para solidificar ligações em tais ambientes, em detrimento do uso do mesmo para se conhecer novos usuários.

Essas relações estariam se estabelecendo nos sites, embora comumente houvesse algum elemento na interação face-a-face entre os indivíduos, como o fato deles serem colegas de classe. Haythornthwaite (2005) apontou em sua pesquisa a manutenção principalmente de laços fortes nesses sites, já existentes em redes externas a esses sites. Já no trabalho de Watkins (2009), foi também constatada a importância da Internet como complemento para as

³² Denominação para aqueles perfis falsos, cujos usuários procuram se passar por outras pessoas para determinados objetivos.

relações nos ambientes fora da web, em detrimento de uma busca por novas amizades, a partir de usuários não existentes no círculo de interações face-a-face de um dado indivíduo.

Uma discussão que tem gerado polêmica acerca das reflexões sobre os SRS diz respeito a preocupações com a privacidade, principalmente no tocante à segurança dos usuários mais jovens (GEORGE, 2006; KORNBLUM & MARKLEIN, 2006). Dentre os pesquisadores que têm investigado as ameaças potenciais à privacidade, Lenhart & Madden, (2007), por exemplo, constaram que 55% dos adolescentes têm perfis online nos EUA, e 66% deles relatam que seu perfil não é visível para todos. Dos adolescentes com perfis completamente aberto aos demais, 46% relataram incluir ao menos algumas informações falsas.

Já Tufekki (2008), ao discutir as fronteiras entre o público e o privado para jovens usuários do *Facebook*, demonstrou que apesar deles estarem preocupados com a exposição excessiva no referido site, ainda assim eles se expõem para outros usuários, apresentando informações de si, mesmo que gerenciem a visibilidade de seu perfil para alguns desconhecidos.

Considerando algumas características e pesquisas apontadas nessa seção, chegamos aos SRS destinados ao compartilhamento de fotografias.

1.3. Sites de compartilhamento de fotografias: discussão geral

Com relação aos sites de compartilhamento de fotografias, McDonald (2007) destaca que o compartilhamento de imagens é um aspecto importante e crescente na Internet, embora a tradição conhecida em análises de SRS, de uma forma geral, privilegie o texto escrito. Na interpretação do autor, tais sites são muitas vezes organizados em torno de uma coleção de fotos individuais. Essas coleções são compartilhadas com amigos e, potencialmente, com os demais indivíduos. Esses sites, dessa forma, apresentariam também as características de uma rede ego-centrada; isto porque os usuários estariam se engajando por meio de uma rede na qual sua disposição facilitaria a promoção de laços fortes e fracos nos ambientes dos mesmos.

Khalid e Dix (2007, p. 3), que, ao invés de utilizarem a denominação *photo sharing* (compartilhamento de fotografias), optaram por *photologs* (neologismo oriundo da junção dos substantivos, em inglês, *photo* e *blog*), buscaram definir os SRS de compartilhamento como:

(...) um tipo específico de blog que permite que a ordem para fotos digitais de forma sistemática, muitas vezes em ordem cronológica. Para muitos, o *photolog* é visto como uma alternativa para o álbum de fotos *online*, que foi introduzido anteriormente e é familiar à maioria dos usuários online. O *photolog* é uma forma de aplicação de *software* social que permite às pessoas colaborar e se conectar, que une usuários através de fotografias³³.

Incluindo em sua categorização os sistemas de publicação que permitem a criação de páginas com fotos, Khalid e Dix (2007) não a limitam aos SRS destinados exclusivamente ao compartilhamento de fotos, ampliando o escopo da definição para qualquer SRS que possua uma aplicação específica para a postagem de fotos – álbuns de fotos no *Facebook*, por exemplo. Compreendemos também que os autores não se preocupam em diferenciar páginas com álbuns de fotografias – que não necessariamente apresentam ferramentas para interação como comentários, e podem existir como complementos para construção do perfil em outros sites – de sites de compartilhamento a exemplo dos *fotologs*³⁴ – com peculiaridades que seriam inerentes a um SRS caracterizado apenas pelo compartilhamento de interesses centrados nas fotografias postadas.

Mason & Rennie (2008, p. 84) apresentam, a nosso ver, uma visão mais acurada do fenômeno, ao compreenderem que o compartilhamento de fotografias por meio de SRS:

(...) é a publicação ou transmissão de fotos digitais de um usuário online, permitindo que o usuário compartilhe com outras pessoas (de forma pública ou privada). Esta funcionalidade é fornecida através de sites que facilitam o *upload* e a exibição de imagens³⁵.

Como é possível destacar na conceituação de Mason & Rennie (2008), a atividade de compartilhamento de fotografias em ambientes de SRS prevê a construção de contas nas quais usuários criariam páginas, através do *upload* de conteúdos; com isto, é possível a interação com outros usuários: de forma pública ou restrita a alguns grupos selecionados.

A definição desses autores ainda procura compreender essa categoria de SRS apontando características como o fornecimento de várias exibições (tais como *thumbnails* e *slideshows*), a possibilidade de classificar as fotos em álbuns, a descrição das fotos por meio

³³ Tradução livre para: “*Photolog or photoblog is a specific type of weblog that allows on to order digital photos systematically, often in chronological order. For many, the photolog is seen as an alternative to the online photo album, which was introduced earlier and is familiar to most online users. The photolog is a form of social software application that allows people collaborate and connect, that uniting many users through photographs*”.

³⁴ <<http://www.fotolog.com/>>.

³⁵ Tradução livre para: “*Photo sharing is the publishing or transfer of a user’s digital photos online, thus enabling the user to share them with others (whether publicly or privately). This functionality is provided through websites that facilitate the upload and display of images*”.

de anotações – como títulos, legendas ou *tags* – e a inserção de comentários (MASON & RENNIE, 2008).

Já com relação à história desses sites de compartilhamento de fotografias, o primeiro a reunir características aqui tratadas, de modo a ser considerado como tal, foi o *dotphoto*³⁶ (ver figura 6).



Figura 6: Reprodução da página inicial do site *dotphoto*.

Fonte: <<http://www.dotphoto.com/>>.

O site foi lançado em 1999 e ainda hoje está em funcionamento. Yakovlev (2007) afirma que, no início, o *dotphoto* disponibilizava aos usuários apenas uma página em que eles postavam fotos, sem poder adicionar outros usuários ou interagir de qualquer maneira – por meio de recursos a exemplo de comentários, *tags*, notas, dentre outros.

De acordo com Khalid e Dix (2007), quando essas páginas que disponibilizavam fotografias foram introduzidas aos usuários da Internet, e conseqüentemente se espalharam para as comunidades, páginas pessoais, sites de relacionamento etc., estas foram acolhidas como um fenômeno: não só o dispositivo respondia às necessidades de um compartilhamento

³⁶ <<http://www.dotphoto.com/>>.

de fotografias do público em geral, mas os usuários passaram a ser capazes de ver livremente as fotografias pessoais das outras pessoas, algo até então diferente aos modos tradicionais de compartilhamento de fotografias.

O propósito das discussões desse capítulo foi, portanto, prover uma das partes do aparato teórico necessário para que se venha a entender como se dá o processo interacional ocorrido a partir dos usuários em SRS. Considerando que a interação pode oferecer modos comportamentais e de que a problemática que envolve esses modos pode ser compreendida a partir uma perspectiva dramatúrgica e interacionista, partimos agora para uma discussão mais pontual sobre a interação na ambiência dos SRS, no intuito de aprofundar a reflexão sobre as questões envolvidas nesta dissertação.

Capítulo 2

Interações em sites de redes sociais

Esse capítulo discorre sobre como é possível compreender as interações em sites de redes sociais, se utilizando, para tanto, de duas lentes interpretativas: o Interacionismo Simbólico (BLUMER, 1969) e a Teoria Dramatúrgica (GOFFMAN, 1986 e 1999). Nesse sentido, discorreremos acerca de como pesquisas sobre os sites de redes sociais desenvolveram seus argumentos, com relação às interações nesses ambientes, tendo em vista esses referenciais teóricos.

O intuito principal no uso destas correntes mostra a existência de nuances de complementaridade: enquanto o Interacionismo Simbólico (IS) auxilia na compreensão da interação por meio da construção de *significados* perante objetos constituintes dos ambientes dos SRS, a teoria dramatúrgica dá respaldo para o entendimento de como é possível a formatação de *performances* dos indivíduos nesses ambientes.

As teorias aqui tratadas são fundamentadas tendo como influência o mesmo programa de pesquisa: a chamada Escola de Chicago³⁷. O IS e a Teoria Dramatúrgica privilegiam a ação, em detrimento da estrutura, ao contrário de algumas correntes da sociologia clássica; e requerem o componente da situação, ou seja, necessitam do questionamento da situação onde se inserem os usuários para interagir (NUNES, 2005).

Esse questionamento da situação, como defende Strauss (1999), depende de se elaborar reflexões no tocante a eventos, coisas e pessoas relevantes – reflexão esta que deve considerar inclusive a figura do indivíduo em questão, e que papel é desempenhado considerando os demais envolvidos na interação.

Refletindo sobre a situação pela qual se dispõem os atores no estabelecimento de laços no ambiente do site, na primeira seção abordamos o que se compreende aqui por construção de *significados* perante os objetos na interação, para na seção seguinte tratarmos de como o estudo da *performance* auxiliaria no entendimento de padrões sócio-comportamentais.

³⁷ Corrente de pensamento que surgiu nos Estados Unidos, na década de 1910, por iniciativa de sociólogos americanos, professores do Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago. Tradição norte-americana de estudos baseada em uma sociologia interpretativa, na qual se entende que o comportamento humano deve incorporar a perspectiva do ator e não se basear apenas na perspectiva do observador (NUNES, 2005). A Escola de Chicago representa, então, um conjunto de teorias cujo principal tema era as interações, estudadas etnograficamente.

Todavia, para fins de instrumentalizar o conceito, faz-se necessária uma conceituação geral acerca do que se entende aqui por interações.

À frente, nesse trabalho, realizamos apontamentos com relação às interações em sites de redes sociais, apontando algumas pesquisas consideradas relevantes, para em seguida abordar as perspectivas interacionista e dramaturgica e desenvolver uma articulação sobre como estas se apresentam como um modo de enquadramento das interações nos SRS.

A interação será entendida aqui, então, como uma ação entre os participantes do encontro (inter + ação) (PRIMO, 2007a). Sendo assim, esse capítulo se dedica ao estudo do relacionamento entre os interagentes – os participantes da interação.

2.1. Discussão geral

Por meio de diferentes abordagens sobre os SRS, um conjunto de pesquisas buscou compreender a interação entre usuários levando em consideração diferentes situações (TAYLOR & MCDONALD, 2002; FLANAGIN *et. al.*, 2007; ASHER *et. al.*, 2009). Esses autores consideraram em suas análises a constatação de variáveis que ofereceriam formato às interações na ambiência dos SRS. Essas variáveis seriam tanto aquelas percebidas na interação entre dois usuários – a audiência para qual cada um se dirige, a presença de laços fortes ou fracos na interlocução, dentre outras – quanto aquelas disponibilizadas pelos sites – recursos para auxiliar as interações, como a possibilidade de inserção de comentários, de fotos, dentre outros.

Muito dessa produção desenvolveu-se em uma tradição sociológica. Segundo Downes e McMillan (2002), pesquisas iniciais na Internet examinaram possíveis ambientes de interação entre pessoas através do computador. Essa literatura enfocou o desenvolvimento da interface de *hardware* e *software* do computador pessoal como potenciais à constituição de cenários para a interação (THOMAS, 1995; JENSEN, 1998).

Principalmente a partir de meados da década atual, pesquisadores do campo da comunicação começaram a examinar a natureza das interações nesses SRS. A análise de variáveis técnicas e sociais levou pesquisadores à conclusão de que interação é uma das principais vantagens desses sites; a exemplo das pesquisas de Santana (2007), Wilson (*et. al.*, 2009) e Downes e Mcmillan (2002).

No Brasil, Alex Primo (2007b), em seu livro *Interação Mediada por Computador*, analisou interações em sites de redes sociais, a partir de uma perspectiva sistêmico-relacional. Ou seja, seu trabalho assumiu uma postura sistêmica, buscando valorizar a complexidade dos processos interacionais. Partindo do pressuposto de que o estudo da interação nesses ambientes seria um problema de comunicação, Primo (2007b) buscou se basear numa abordagem relacional da interação entre os indivíduos. O pesquisador (PRIMO, 2007b) entende a interação como uma ação entre os participantes em um dado contexto; nesse sentido, o enfoque é quanto à relação estabelecida entre os envolvidos, e não entre as partes que compõem o sistema global. Daí ele defende compreender as interações por meio de uma orientação que deva partir justamente da análise da relação que se estabelece entre os interagentes.

Através da mediação dos SRS, boa parte das interações ocorreria por meio do diálogo nas páginas dos usuários. Parte do sentido estaria depositado nos conteúdos compartilhados, parte estaria no modo como o contexto social oferece formato aos mesmos. Considerando esses mecanismos intervenientes na construção do sentido, acreditamos então na existência de um controle contínuo e complexo das linhas de ação dos indivíduos, que envolve considerar a situação e os envolvidos.

Nesse sentido, os SRS estariam provendo cenários de interação para o estabelecimento de laços, tendo como pressuposto o uso de mecanismos dessas plataformas para o compartilhamento de interesses em comum dos usuários. Estes possuiriam, em sua dinâmica interativa, componentes simbólicos que estariam a agenciar essas ações efetivadas por interlocutores.

Desse modo, estudiosos do campo das ciências sociais acreditam, grosso modo, que a sociedade humana consiste em indivíduos engajados em interagir. Com relação à corrente de pesquisas do interacionismo simbólico, a apreensão supracitada seria o que definiria a capacidade dos indivíduos de estabelecimento de redes sociais e de construção de *significados* que os objetos possuiriam para cada um.

Uma parte dos *significados* se daria, portanto, na forma da incorporação de alguns mecanismos de interação. Entendemos, através da lente interpretativa do IS, que tais mecanismos estariam disponíveis nos SRS e os seus *significados* estariam em negociação entre os interlocutores, tendo em vista a obtenção de determinados objetivos nos ambientes desses sites.

Considerando, então, para fins desta pesquisa, os SRS, podemos observar que as interações se dão basicamente através das informações disponibilizadas pelos usuários e por meio do compartilhamento de conteúdo. Entendemos que a situação oferece alguns recursos disponíveis aos interlocutores, por meio dos quais estes ofereceriam condições à *performance* de cada um. As situações, portanto, não se definiriam por si, elas precisariam ser construídas por comunicação simbólica (BRISSET & EDGLEY, 2009).

Tendo em vista tal perspectiva interpretativa, as próximas seções desse capítulo fazem uma reflexão das interações presentes em sites de redes sociais, buscando compreender em que aspectos as peculiaridades dos mesmos configurariam a interação dos usuários e em que medida elas poderiam servir de modos de desempenho de certos papéis – a *performance* – para as trocas interacionais efetivadas. Para tanto, foram utilizadas algumas reflexões derivadas das perspectivas do Interacionismo Simbólico e da Teoria Dramatúrgica, como guias referenciais de aproximação e análise do fenômeno, considerando as particularidades dos referidos sites – as variáveis técnicas – e dos interlocutores – as variáveis sociais.

2.2. Na perspectiva interacionista: pesquisas e reflexões acerca do *significado* dos objetos

Partindo da abordagem das interações em um dado ambiente, a corrente teórica do Interacionismo Simbólico (IS) investiga a dinâmica desenvolvida nas interações, principalmente no que se refere à construção do *significado* perante os objetos.

Ao tentar entender o social tendo como enfoque a ação, Mead (1934) argumenta que a vida em grupo seria derivada da interação social; ou seja, derivada da capacidade de se constituir redes com seus respectivos interesses. Dessa forma, o interacionismo entende a vida em grupo como um processo em que as pessoas, quando se encontram em diferentes situações, indicam linhas de ação umas às outras e interpretam as indicações feitas pelos outros – gerando dessa forma as bases dos comportamentos sociais sugeridos para as diversas situações vivenciadas. Toda ação particular, então, seria formada em função da situação, onde certos indivíduos estariam inseridos.

O interacionismo simbólico tem como centro de atenção o estudo dos *significados* subjetivos que os próprios indivíduos atribuem para as atividades que praticam e para os ambientes em que vivem. O interacionismo simbólico ancora-se em uma concepção teórica que considera que os objetos sociais são construídos e reconstruídos interminavelmente pelos atores.

Nesse sentido, Blumer (1969), ao discorrer sobre características importantes do IS, defende a compreensão das práticas sociais de interação por uma análise a partir de três premissas: (1) de que a natureza humana age sobre os objetos baseada no *significado* que estas têm para cada um; (2) de que o *significado* é resultado dos – ou é construído a partir dos – processos de interação social; e (3) que esses *significados* são manejados e modificados através de um processo interpretativo, utilizado por cada um.

Assim, tendo como base essas três premissas, a posição do Interacionismo Simbólico é a de que os *significados* que as coisas têm para os seres humanos são centrais para compreender o comportamento. O entendimento da corrente interacionista é a de que a mais importante forma de interação ocorreria no plano simbólico. Essa interação simbólica seria a única em que os participantes responderiam à ação dos outros em função do *significado* dessas ações (BLUMER, 1969). E é esse elemento de *significado* que vem introduzir no contato entre indivíduos três processos fundamentais: (1) a elaboração de indicações, (2) a interpretação das indicações e (3) a formulação de respostas.

Para o IS, os *significados* não são intrínsecos aos objetos, e nem provêm de elementos psicológicos do indivíduo, mas surgem a partir do processo de interação entre as pessoas. As ações operam para definir os objetos para as pessoas. Logo, o Interacionismo Simbólico vê o *significado* como um produto social, criado nas e por meio das atividades das pessoas enquanto interagem.

Como ressalta Mead (1934), “objeto” seria tudo que é designado ou referido como tal na dinâmica geradora das trocas sociais. A natureza do objeto seria, portanto, constituída pelo *significado* que tem para cada pessoa ou grupo; tal *significado* não seria intrínseco ao mesmo, mas decorreria da forma como a pessoa se mostra inicialmente preparada para agir em relação a ele e, conseqüentemente, redimensioná-lo. Assim, tal perspectiva contemplaria a existência de um processo de interpretação pelo qual se formataria o sentido de maneira essencialmente dinâmica.

Já que, como preceituam essas premissas, o *significado* dos objetos é formado no contexto da interação social, não se deve entender que o uso do *significado* é uma mera aplicação de tal *significado* produzido, unicamente operado por uma consciência prática³⁸; ao

³⁸ Ocorre quando o ator faz algo que já é tão parte da sua rotina cotidiana, que ele não é capaz de dizer por qual motivo, razão ou circunstância está fazendo aquilo. Não adotaria, assim, uma atitude reflexiva perante sua ação: não conseguiria refletir acerca de um determinado ato (GIDDENS, 2005).

contrário, o uso dos *significados* pelos atores ocorre por meio de um processo constante de interpretação.

Baseado no IS, a organização da sociedade é vista como um regime de pessoas que estão interligadas em suas respectivas ações. Assim, a organização acontece a partir de pessoas localizadas em diferentes posições.

Então, tendo em vista o conhecimento de indivíduos em diferentes situações e fundamentados nas três premissas do IS, levantamos a questão a ser discutida na sequência dessa seção: como essas características se apresentariam nos ambientes dos SRS, regidos pela lógica da produção distribuída e compartilhada de informações?

Trazendo a discussão para os SRS, a incorporação da ferramenta por parte dos usuários, a depender do ambiente, estaria se apresentando como uma característica relevante a ser compreendida. Buscando argumentar acerca da criação de situações na Internet, citamos Schultz e Barnes (2001), ao defenderem que um meio tecnológico se tornaria um ambiente de comunicação quando este se transformasse de uma ferramenta para um meio de interação simbólica entre aqueles presentes no processo.

Dessa forma, o surgimento de SRS tem apresentado questões referentes às particularidades da interação e das suas possíveis conseqüências no contexto em que estão situados os indivíduos e os objetos. Nessa perspectiva, ao tratar das correntes teóricas adotadas para a compreensão de processos comunicativos, Araújo (2007) considera o interacionismo como uma perspectiva importante, tendo em vista o entendimento do contexto da ação em que se dispõem os envolvidos, considerando as particularidades inerentes a cada contexto analisado.

Assim, refletindo sobre as interações presentes nos ambientes da Internet, autores buscaram compreender a interação mediada pelos SRS através da perspectiva do Interacionismo Simbólico. Desse modo, é possível perceber a ocorrência de estudos baseados nessa perspectiva, no intuito de entender o fenômeno, a partir de dois aspectos, especificamente: (1) a construção do *significado* através dos objetos, no que resulta a compreensão do contexto no qual os usuários se situam, e (2) o estabelecimento de características identitárias tendo em vista interesses em comum dos usuários por objetos presentes na mediação dos ambientes.

Com relação ao primeiro aspecto (i), o que se pode perceber nesses trabalhos é que os mesmos se propuseram a compreender o estabelecimento de interações tendo em vista a

construção de *significados* perante um processo reflexivo. Tal processo estaria ocorrendo entre usuários engajados em um dado ambiente desses SRS, de acordo com as especificidades técnicas – ferramentas disponíveis aos usuários – que possibilitariam a compreensão dos objetos que mediarão a interação. A argumentação residiria, portanto, nas possibilidades que o *self*³⁹ possui de projetar linhas de ação tendo em vista o *significado* do ambiente, no qual estaria servindo como componente mediador importante nas interações.

Dentre as pesquisas, Fernback (2007) explora o conceito de comunidades virtuais, presentes nos SRS, para argumentar como este tem se tornado cada vez mais “diluído”, devido ao fato da concepção de comunidades virtuais estar se reconfigurando para uma miríade de *significados* inerentes ao termo. Diante disto, a autora procura mapear as relações sociais em SRS, compreendendo como usuários caracterizam a natureza dessas interações.

Tratando a questão também a partir de uma perspectiva que se utiliza da Análise das Redes Sociais (*Social Network Analysis - SNA*), Nooy (2009) partiu de uma reflexão das três premissas levantadas pelo Interacionismo Simbólico, e buscou argumentar acerca da possibilidade de compreender os SRS como os objetos sob os quais os usuários interagiriam baseados no *significado* que os SRS teriam para eles. Sua pesquisa se baseou em uma comparação de pesquisas realizadas em ambientes físicos, nas décadas de 1960 a 1990 e uma reflexão sobre como seria possível, através de pesquisas qualitativas ou quantitativas, adotar as três premissas como lente interpretativa para a reflexão, por parte dos usuários, de como certos ambientes dos SRS estariam sendo concebidos.

Já no trabalho desenvolvido por Boyd e Ellison (2007), foi possível compreender que na interação percebida nos sites de redes sociais, os participantes estariam a executar sequências de indicações, requeridas ou esperadas. Essas sequências seriam auto-explicativas: qualquer um que estivesse envolvido compreenderia que elas decorrem da natureza das situações e dos objetos dispostos, por meio dos quais os indivíduos agem baseados no *significado* que tais objetos teriam para cada um. Nesse sentido, a interpretação realizada por cada usuário deveria ser compreendida como interveniente na forma como é incorporado cada ambiente dos SRS.

Então, nos SRS, as pesquisas baseadas nesse aspecto buscaram inferir que os conteúdos compartilhados – fotografias, vídeos, músicas, textos, dentre outros – teriam o papel de intermediar as relações entre usuários. Sem esquecer outros recursos

³⁹ Diz respeito a “si mesmo”, no tocante ao conhecimento que um indivíduo tem sobre si próprio.

complementares aos conteúdos postados pelos usuários, nos quais apareceriam como também mediadores na interação, pois operariam no sentido de criar interpretações para o que se queira discutir a nível simbólico.

Como observado na pesquisa de Ribeiro e Braga (2009, p. 9), seja pelas linhas de ação interpretadas e adotadas das ações dos outros, ou pelos procedimentos de ocultação e ampliação de características pessoais, é possível constatar um processo de negociação social, que estaria sendo dinamizado e complexificado por meio dos *significados* construídos perante os objetos circulados nos ambientes de interação desses SRS.

Dessa forma, os usuários – que seriam também os promotores de conteúdo⁴⁰ – seriam percebidos como sujeitos sociais cuja realidade seria composta por uma pluralidade de *significados* construídos (REULE, 2007), modo pelo qual estes se adaptariam ao cotidiano e se veriam inseridos nesses ambientes. As atividades de indivíduos em redes sociais – a exemplo dos SRS – incluiriam a produção organizada de bens materiais; e todas essas estruturas materiais seriam criadas seguindo determinados objetivos, e direcionadas para determinados públicos. Seriam incorporações de sentido compartilhado, gerado por essas redes.

Então, ainda que, por ventura, dado conteúdo possa receber maior ênfase, de acordo com o que se pretenda compartilhar nesses ambientes, acreditamos que outros mecanismos presentes – determinada legenda, título ou comentário, por exemplo – possam alterar a tônica das discussões que permeariam os ambientes.

O *Facebook*, por exemplo, parece dar ênfase à proposta de compartilhar conteúdos como forma do usuário engajar-se em um processo interativo com outros usuários, quando em sua página inicial dá ênfase aos dizeres: “No Facebook você pode se conectar e compartilhar o que quiser com quem é importante em sua vida” (ver figura 7).

⁴⁰ Neste caso, os usuários cadastrados em sites de rede sociais que inserem conteúdos para que internautas possam observar e com eles interagir.



Figura 7: Página inicial do site Facebook.
Fonte: <<http://www.facebook.com>>.

Como se vê na reprodução da página inicial desse site, a frase aparece como uma afirmação na qual, analisando o texto dessa propaganda, é possível remeter a um modo de engajamento do usuário no ambiente que auxiliaria sua construção de algum repertório – quer seja visual, auditivo, ou acerca de algum tema, a critério dos usuários; repertório este que aparece disposto no ambiente, através da *timeline*⁴¹ dos demais usuários, e sua exploração está a cargo de quem se interessar.

Entendendo a questão dessa maneira, apontamos aqui o (ii) segundo aspecto a ser explorado nas pesquisas que estão respaldadas na perspectiva interacionista. Isto porque entendemos a questão do interesse a algum tema como ponto de partida para as trocas empreendidas nas redes sociais. Conforme aponta Boyd (2001), o indivíduo, então, estaria ajustando informações referentes à sua identidade de acordo com as reações com as quais estará interagindo.

Nesse sentido, as possíveis e prováveis discussões com outros usuários interessados na mesma temática ou no mesmo objeto parecem se constituir como uma importante finalidade para o hábito de se criar contas e se postar conteúdos, bem como de se ingressar nas redes de contatos daqueles possuidores de interesses semelhantes.

⁴¹ Denominação dada a uma espécie de linha do tempo do site que é visualizada na página inicial de cada usuário, indicando as atualizações recentes de seus contatos: novas fotos adicionadas, textos recomendados, dentre outras informações. No caso do *Facebook*, é chamado também de *wall*.

Dentre a literatura desenvolvida, a pesquisa realizada por Recuero (2007), acerca de SRS destinados ao compartilhamento de fotografias – mais especificamente o *fotolog*⁴² –, buscou defender a idéia de que as páginas dos usuários estariam focadas em construir uma representação da identidade pessoal; tal identidade estaria em formatação tendo em vista as interações possíveis no ambiente – no caso da sua pesquisa, através dos comentários nos *posts*.

Em outra pesquisa, Vorvoreanu (2010) buscou refletir acerca de como os usuários de SRS estariam gerenciando essa identidade de acordo com as possibilidades de interação das quais cada um dispõe – as variáveis técnicas, intervenientes nos ambientes, e por meio das quais os usuários estariam se apropriando delas, de modo a construírem sentidos. É importante que percebamos que em seu trabalho, Vorvoreanu (2010) postula que as respostas às ações de cada um ocorrem não em termos de como as ações são imediatamente dadas, mas sim de um entendimento do que essas ações possam significar – a dinâmica da interação diz mais respeito à idéia de possibilidade do que a de pré-definição. Acreditamos, baseados nesses modos de construção do sentido, que a presença do papel representado seria a responsável pelo estabelecimento de uma interação simbólica.

Nesse sentido, nas páginas dos usuários de SRS, os *significados* estariam sendo construídos sempre coletivamente, através da interpretação. Sem esquecer o fato de que interpretações se baseariam nos propósitos – interesses a serem definidos pelos usuários.

Estes propósitos, por sua vez – assim como já defendido em pesquisa anterior (RIBEIRO & BRAGA, 2009) – se revelariam como referenciais identitários que estariam a servir de base para as expressões e os comportamentos sociais nos sites. Considerando essa argumentação acerca dos propósitos, entendemos que as identidades sociais dos usuários estariam então em formatação através das experiências vivenciadas nas diversas situações promovidas pelas interações sociais.

O usuário, nesses ambientes, necessitaria de certa cumplicidade dos seus laços para que sua identidade criada fosse formatada. No entanto, diz Ribeiro (2005, p. 6), a questão se complexifica “quando se reconhece que o outro não é um mero complemento passivo, mas sim um sujeito ativo que provavelmente também está exercitando e explorando novas possibilidades existenciais (de forma lúdica ou não)”.

⁴² <<http://www.fotolog.com/>>.

Levando-se em conta as premissas do Interacionismo Simbólico, tal fato pode ocorrer porque se espera que os atores, em suas buscas de conhecimento e reputação, elaborem estratégias para dar sentido aos objetos contidos na ação ao interpretar as respostas dadas pelos demais atores. É, então, compartilhando idéias e propósitos nos ambientes dos SRS que o usuário terá a resposta daqueles que por ventura se demonstrem interessados por questões a serem discutidas com relação aos objetos – ou seja, como já tratamos aqui na perspectiva interacionista, tudo que seria designado ou referido como tal, pelos usuários, na dinâmica geradora das trocas sociais.

Em conformidade com os pontos acima levantados, e tendo em vista esses dois aspectos que podem ser perceptíveis nas pesquisas que abordam a corrente interacionista, é que acreditamos que os objetos – recursos provenientes nas páginas dos SRS – circulados entre os usuários na ambiência digital poderiam ser interpretados como produtos sociais formados e transformados através de um processo de (res)significação constante, ocorrido a partir das interações sociais efetivadas, e dos procedimentos de gerenciamento de características identitárias.

Isto estaria a ocorrer também nos ambientes de compartilhamento de conteúdos, pois, como diz Blumer (1969) a respeito da natureza da ação humana, o indivíduo se confronta com um ambiente no qual deve interpretar a fim de agir e programar linhas de ação a partir de suas interpretações.

As respostas dos outros, assim, são apreendidas e configuram os comportamentos posteriores do indivíduo. Isto significa, em primeiro lugar, que a conduta do participante não pode ser compreendida ou explicada, exceto em termos da interação e, segundo, que a ação conjunta dos participantes deve ser vista como um produto de sua interação e não uma criação derivada unicamente de uma estrutura social.

Blumer (2004) fala de *interação simbólica* ao se referir ao tipo de interação que possibilita o uso de gestos e símbolos significantes. Dessa forma, esse trabalho adota a perspectiva de interpretação do IS, acreditando na possibilidade de se inferir sobre o fenômeno do compartilhamento de fotografias a partir da discussão do que os objetos têm na construção de *significado* para os indivíduos, e de que forma é possível constituir tal *significado* a partir do processo de interação entre indivíduos na ambiência de sites de redes sociais.

Nessa perspectiva, compreendemos que por meio desses objetos estariam sendo enunciados sentidos que, por sua vez, são agenciados no interior de processos de produção e de recepção – processos estes de construção do sentido. Assim, observamos nesses sites de redes sociais uma ambiência de significações em que operam forças de demarcação de conteúdos significativos que se entende como dinamizadores na interação nas páginas dos usuários.

As redes sociais existem em ação e precisam ser vistas nos termos da ação. Compreendemos que essa consideração da rede como formatada perante a ação teria de ser base para qualquer proposta metodológica que se dedique a analisar e tratar o fenômeno das interações empiricamente. Isto porque, a concepção de cultura – definida como costumes, normas, valores ou regras – é claramente derivada do que as pessoas fazem, baseados nas interações de uns com os outros (BLUMER, 1969). Portanto, a vida a partir de redes deveria pressupor necessariamente interação entre os envolvidos.

Desse modo, espera-se que pessoas se comportem diferentemente em ambientes e situações diferentes. Isto porque a interação entre indivíduos, como defende Suchman (1987), é sempre contextualizada e situada; ou seja, esta é influenciada pelo ambiente, mas ainda mais importante pelo *background* das experiências sociais e das circunstâncias dos envolvidos. Entendemos em nosso trabalho, então, que tais assertivas deveriam ser também consideradas na interação ocorrida nesses SRS.

2.3. Na perspectiva dramaturgica: pesquisas e reflexões acerca das *performances* dos usuários

Esse trabalho se atém principalmente à atitude performática do “eu” no qual os atores sociais imputam à interação com outros indivíduos. Para os propósitos de nossa pesquisa, portanto, a presente seção analisa como é possível compreender a *performance* nos sites de redes sociais.

Nessa perspectiva de análise do fenômeno, é importante ressaltar a argumentação de Erving Goffman, que desenvolveu seus trabalhos a partir de uma análise micro-sociológica das relações face-a-face. Seu legado reside, em especial, na compreensão de papéis de indivíduos nas interações: de que modo eles elaborariam estratégias para a manutenção desses papéis, considerando o entendimento de como os outros os perceberiam. Goffman é, assim,

um dos responsáveis por trazer ao campo da sociologia a noção de *performance*⁴³ do indivíduo, através de obras como *A Representação do Eu na Vida Cotidiana* (1999) e *Frame Analysis* (1986).

Nestas, Goffman propôs e definiu fronteiras para o que hoje é referenciado como *Teoria Dramatúrgica*; tendo se inspirado, para tanto, principalmente no trabalho do filósofo Kenneth Burke, que na década de 1940 propunha um modelo teórico-metodológico tratado como *Dramatism* (“Dramatismo”) – utilizado para o entendimento dos usos sociais da linguagem.

Uma proposição percebida na obra de Goffman é de que a realidade social pode ser explicada se confrontada diretamente com especificidades relativas ao modo como o desempenho de certos papéis ocorre. A dramaturgia enfatiza as dimensões expressiva e impressiva da atividade humana; então, os *significados* das ações das pessoas devem ser encontrados na maneira como elas se expressam nas interações com outros, que também se expressam.

De acordo com Branamam (1997), a argumentação de Goffman reside em quatro aspectos. O primeiro diz respeito a atitude performática do “eu” (*self*) que os atores sociais imputam à interação com outros interlocutores. O segundo indica que a capacidade do indivíduo em manter uma reputação frente a outros interlocutores depende do acesso a que este tem às normas ou regras sociais da cultura dominante. Já o terceiro aspecto refere-se à concepção acerca da natureza da vida social, em cujas análises Goffman utilizou metáforas para se referir aos eventos do cotidiano, tais como teatralidade e dramas, que sinalizam o modo performático da vida social. O último aspecto propõe que a experiência social é governada por “quadros” (*frames*), cuja relevância está em demonstrar que os eventos, ações, *performances* e os “eus” não representam *significados* por si só, mas dependem dos quadros para co-construírem e representarem *significados* culturais através da linguagem em uso.

Goffman (1999) defende a idéia de que o homem em sociedade, consciente ou inconscientemente, sempre utiliza de uma atitude performática para se mostrar aos demais envolvidos, empregando certas técnicas para a sustentação de seu desempenho, tal qual um ator que desempenha o papel de um personagem diante do público.

⁴³ Uma tradução recorrente para a palavra de origem inglesa *performance* é “desempenho”. Porém, aqui se optou por manter a palavra em inglês e o seu sentido mais amplo do termo original que Goffman (1999) apresenta quando define *performance* como toda atividade utilizada por um participante para influenciar, de algum modo, outros participantes.

Assim como os interacionistas, Goffman reconhece a relevância da dimensão coletiva da ação social nos cenários, sem renunciar à ênfase na iniciativa dos indivíduos no contexto da ação. A interação entre atores sociais, nessa perspectiva, é apresentada como uma *performance*, vivenciada de forma a causar uma impressão e, deste modo, influenciada pelo ambiente e pela audiência.

A Teoria Dramatúrgica entende que a *performance* dos indivíduos deve ser compreendida a partir de um olhar relacional. Olhar este que busca dar conta das interações – por meio das quais se colocam em jogo indivíduos, *significados* e contextos.

Argyle e Kendon (1972), por sua vez, sugerem que um indivíduo participando de uma interação estaria engajado em uma *performance* mais ou menos qualificada. Seu comportamento é direto, adaptativo, longe de ser automático, ainda que pareça ser construído com elementos que se tornam automatizados. Assim, de acordo com o encontro, ele tem de se certificar do tom de voz e escolha das palavras, seus gestos, e o nível de envolvimento no que está dizendo.

Goffman (1999), ao falar sobre o risco constante que se corre de perder o bom nome e de fazer que outro o perca, acentua que todos estão “em perigo”; por causa das regras que regem a interação, se está em constante risco de causar ou de receber uma “afronta”. A perspectiva da metáfora teatral pressupõe, ainda, que toda *performance* envolve a existência de um ou mais públicos de interação.

Partindo desse ponto, a atitude performática é trabalhada por Goffman (1986) no sentido em que pode determinar não só como uma mensagem deva ser entendida, mas quais tipos de mensagens poderiam ser esperados em uma interação. Assim, estruturas de expectativa se formam em qualquer situação, que estariam a organizar o discurso e orientar os envolvidos.

Como revela Goffman (1986, p. 8)

(...) quando os indivíduos se atêm a qualquer situação em curso, eles enfrentam a questão: “O que é que está acontecendo aqui?” Se perguntado de forma explícita, como em momentos de confusão e dúvida, durante ocasiões de certeza usual, a questão é colocada e a resposta a ela é presumida pela forma como o indivíduo, em seguida, proceda para ter ciência dos assuntos em questão⁴⁴.

⁴⁴ Tradução livre para: “(...) when individuals attend to any current situation, they face the question: ‘What is it that’s going on here?’ Whether asked explicitly, as in times of confusion and doubt during occasions of usual certitude, the question is put and the answer to it is presumed by the way the individuals then proceed to get on with the affairs at hand”.

Na busca pela resposta, as pessoas criam quadros para sua experiência (GOFFMAN, 1986). No contínuo ajuste do que o indivíduo experimenta, à maneira como interpreta, procura respostas e é também envolvido pelo que está em jogo. O quadro a ser formatado é construído a partir de uma *performance*: um arranjo que converte um ou mais indivíduos em *performers* e outros em espectadores. Em adição a isto, aqueles que exercem *performances* estariam criando enquadramentos primários nos cenários de interação; ou seja, seriam capazes de definir a situação de modo a possibilitar uma adesão a alguns parâmetros já incorporados pelos atores sociais⁴⁵.

Ainda, discutindo sobre a definição da situação, Strauss (1999, p. 95) aponta que:

Parte do processo de obtenção de controle sobre a interação é decerto inconsciente, embora talvez não totalmente no mesmo sentido enfatizado pelos psiquiatras. Certas coisas a respeito da postura, da entonação, da fala de um homem, do ritmo e dos modos da interação forçam inconscientemente outros a reagir de maneira apropriada a seu *status* alegado – pelo menos aparentemente.

Então, os sujeitos buscariam, em suas *performances*, incorporar valores reconhecidos pela sociedade. Na presença de outros indivíduos, o dado usuário geralmente incluiria sinais que acentuariam e configurariam fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros. A compreensão deste trabalho é de que essas ações deveriam ser realizadas de modo ao público ficar ciente de que ele está seguro de seu julgamento; para tanto, o indivíduo se mostraria propenso a abandonar ou esconder aspectos não compatíveis com ele.

Segundo Goffman (1999, p. 14), “quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir”. É dessa maneira que, no decorrer da ação, esses atores sociais se tornam concomitantemente mais verdadeiros e mais falsos do que na sua normalidade cotidiana. Os indivíduos, desse modo, estão sempre alternando entre o que podem ser representações “reais” e “fictícias”.

Ainda baseado nas idéias de Goffman (1986), quando os indivíduos se representam frente aos outros, eles estariam o tempo todo “performando” e negociando sentidos. No entanto, o autor diz existir uma *região de fachada*, que se refere ao lugar onde há uma maior preocupação com a *performance*, e uma *região de fundo*, mais do âmbito do privado, que se

⁴⁵ O caráter “primário” de um enquadramento é socialmente atribuído, sem o que os eventos correspondentes nem sequer fariam sentido.

refere ao lugar onde há uma menor preocupação com a representação e aparecem coisas não incorporadas ao discurso em público.

É necessário, porém, a ressalva de que a conceituação de Goffman (1999) salienta a importância da co-presença física dos participantes na caracterização de um processo de interação face-a-face. Nosso propósito, contudo, seguindo uma linha de estudo que busca empreender a transposição dessas noções sobre a interação, é corroborar uma compreensão da interação em ambientes *online* a partir do modo em que usuários estabelecem as suas regiões de frente para se engajar no ambiente; ainda que seja necessário levar em conta as particularidades dos ambientes de interação assíncrona⁴⁶ dos SRS, repensando de que modo operam estratégias de desempenho de papéis sociais.

É possível refletir, então que esses SRS operam por meio de uma atitude reflexiva (HUSSERL, 1975), pois concerne ao espectador ressignificar os discursos, construindo-os novamente – contrapondo, acrescentando ou reformulando-os. E esse processo é visível através das páginas dos usuários, que vão deixando rastros da permanência dos indivíduos nesses ambientes de interação. Isto porque, o conteúdo gerado pelos usuários nos SRS será, a princípio, sempre presente, acessível para aqueles interessados pelos mesmos.

Refletindo então sobre como a teoria dramaturgica pode ser útil para o entendimento da interação ocorrida em sites de redes sociais – tendo em vista a *performance* na ambiência dos mesmos –, é possível perceber que os estudos a partir dessa argumentação estiveram tratando principalmente com relação a três aspectos: (1) na reflexão acerca de configurações ocasionadas por novos ambientes para a *performance*, (2) nos modos de ajuste de aspectos da apresentação dos usuários (personalização) e (3) na *performance* de gosto.

No que se refere ao primeiro aspecto, é importante citar de início as teses de Boyd (2002) e Ribeiro (2003), importantes principalmente para a compreensão de como postulados teórico-metodológicos da referida teoria podem ser aplicados na ambiência da Internet. Publicadas tendo em vista a consideração das mudanças no contexto social – e principalmente no uso do computador e das tecnologias telemáticas como vetores de interação – os autores oferecem uma contribuição ao realizarem uma análise dos ambientes da Internet. Isto porque, ambas tiveram como um dos problemas de pesquisa perceber como a *performance* dos usuários estaria passando por um maior controle das regiões de frente e fundo: o modo como são capazes de se comportar em algumas situações a partir do gerenciamento de impressões

⁴⁶ Ou seja, ou seja, a interação que não ocorre em sincronia às ações dos participantes.

formais – *performances* de palco (frente) – e quando se está fora de cena, nas *performances* informais (fundo) (GOFFMAN, 1999).

Já Silverstone (2002) entendeu que a contemporaneidade estaria intensificando os comportamentos performativos, por atenuar a fronteira entre o público e o privado, e chama a atenção para o fato de que, hoje, as experiências dos indivíduos, que permitem a eles construir as *performances*, são muitas vezes mediadas. Ainda que sua hipótese possa ser em parte contestada, tendo em vista a compreensão nossa de que toda interação seria sempre mediada⁴⁷, há de se considerar, aqui, que o autor nesse trabalho está salientando a possibilidade de uma reflexão de como estaria em curso a *performance* em ambientes como o dos SRS.

As interações percebidas nos SRS poderiam ter uma maior constância se comparadas a outros ambientes, embora não possuam a mesma natureza. Entendemos que essa informação seja relevante, pois levando em consideração que a mediação nos SRS, na grande totalidade, seja feita pelos vários ambientes, seus atores estariam sendo identificados através de uma *performance* nesses ambientes. Assim sendo, eles podem, nesses ambientes, adquirir valores de troca nas redes diferentes dos ambientes externos a esses sites.

Se considerarmos que uma *performance* possa ser comparada a uma rede de *significados* permeando um contexto, tais redes, de acordo com Simões (2010), passam a ser construídas pelos indivíduos na configuração do mundo intersubjetivo: na relação entre sujeito e sujeito e/ou sujeito e objeto. No ambiente de interações dos SRS, o autor (SIMÕES, 2010) entende que indivíduos estariam realizando determinadas trocas simbólicas de modo a influenciar nas suas *performances*.

Em outra pesquisa, Boyd (2001) afirma que, além dessas alterações, a informação obtida no ambiente dos SRS possuiria alcances diferentes, podendo ocasionar com isto situações que – considerando o controle das informações pelos usuários – poderiam ser perturbadas com facilidade caso o indivíduo não reconheça a audiência na qual exerce sua *performance*. Como a autora explica (2001, p. 12):

Ao contrário de arquitetura física, o equivalente digital é composto por *bits*, que têm propriedades fundamentalmente diferentes dos átomos. A interface com o mundo digital é explicitamente construída e projetada em torno de desejos do usuário. Tal como acontece com todas as diferenças fundamentais na arquitetura, existem diferenças resultantes nos paradigmas de usos, as

⁴⁷ Como se acredita aqui, toda interação será situada (STRAUSS, 1999) e sempre haverá a mediação do ambiente, quer seja este físico – na interação face-a-face – ou virtual – no caso dos SRS.

expectativas interpessoais e as normas sociais. A *performance online* exige que as pessoas sejam conscientes e se ajustem para essas diferenças, de modo a atingir o mesmo nível de proficiência social que possuem em ambientes *offline*⁴⁸.

Haveria, então, nos SRS, menos elementos de emissão de expressão, pois estes estariam relacionados exclusivamente àqueles veiculáveis por forma verbal e visual, havendo uma preponderância da informação deliberadamente transmitida. Tal fato acarretaria em consequências à classe de interação estabelecida. Conforme a argumentação de Adriana Braga (2010), os sujeitos encontrariam menos obstáculos – ou obstáculos de outra ordem – em tentar manejar a impressão causada através de tentativas de controle com relação à informação fornecida.

É possível também verificar que, em dinâmicas verificadas nos ambientes digitais, como analisa Ribeiro (2003), os desempenhos de papéis não seriam rigorosamente estabelecidos. Com isto, o indivíduo se encontraria em uma situação particular que promoveria uma ampliação das possibilidades de gerenciamento e de efetivação de comportamentos nas circunstâncias determinadas e nas expectativas criadas por cada papel nas situações vivenciadas.

Ainda com relação à situação, esta pode ser definida – para Goffman (1999) – em termos da audiência: um sujeito e o seu contexto social não se definiriam individualmente ou de forma unitária, mas de acordo com tudo aquilo que estivesse ao seu redor. Daí, então, a importância da situação na *performance* dos indivíduos: o ambiente no qual se constrói o contexto social é assim sempre uma variável importante em qualquer estudo.

Na presente pesquisa, acreditamos que a argumentação possa se assemelhar com situações vivenciadas na ação dos interlocutores nos sites de redes sociais; considerando que a identidade estaria mantida naquela vivenciada no ambiente físico, fora da Internet, é possível considerar a *performance* por meio de identidades criadas para se transitar nos ambientes virtuais, como defendeu Ribeiro (2005) – e aqui se faz uma analogia dos ambientes tratado pelo autor para aqueles existentes em SRS.

⁴⁸ Tradução livre para: “*Unlike physical architecture, the digital equivalent is composed of bits, which have fundamentally different properties than atoms. The interface to the digital world is explicitly constructed and designed around a user’s desires. As with any fundamental differences in architecture, there are resultant differences in paradigms of use, interpersonal expectations, and social norms. Performing online requires that people be aware of and adjust to these differences so as to achieve the same level of social proficiency that they have mastered offline*”.

Considerando as reflexões acerca desse primeiro aspecto, entendemos que a arquitetura subjacente ao ambiente dos SRS não forneceria as formas de obtenção de *feedback* e o contexto semelhantes aos quais os indivíduos tradicionalmente se engajaram – em ambientes de interação face-a-face. A ausência dessa situação estaria de alguma forma alterando as *performances* dos envolvidos. Indivíduos situados nessa ambiência da Internet deveriam, então, articular o seu desempenho por meio de formas diferentes.

Dentre a literatura que buscou refletir acerca da perspectiva dramatúrgica no tocante ao segundo aspecto aqui levantado – acerca dos modos de ajuste de aspectos da apresentação dos usuários –, Boyd (2002) pôde perceber que, a depender do outro, o indivíduo estaria ajustando aspectos de sua apresentação de acordo com as reações de quem estaria interagindo. Embora possa ocorrer em um nível não consciente, o ambiente de interações seria assim um contínuo jogo de ocultação e apresentação do *self*, no qual diversas possibilidades de expressão de identidades e imagens sociais estariam em configuração.

Mesmo que existam possibilidades de gerenciamento do perfil por meio de diversos recursos disponíveis nos ambientes dos SRS, a identidade a ser formulada pelos usuários necessitaria daquilo que Ribeiro (2005) defende como um reconhecimento por parte dos demais usuários para a confirmação de sua existência.

Acrescenta-se a isto, como propôs Donath e Boyd (2004), o fato da exibição das conexões dos usuários – seus laços fortes e fracos expostos em sua página de perfil nos sites de redes sociais – auxiliaria na confirmação da “veracidade” do usuário: se este possuiria amigos em comum com o outro, a que círculos sociais o indivíduo estaria inserido. Então, munidos dessa confirmação, as *performances* desses indivíduos estariam assim a ter uma maior aceitação por parte dos demais envolvidos. Seria aquilo que Donath e Boyd (2004) chamaram de “demonstrações públicas de conexões”⁴⁹. Ou seja, a disponibilização aberta da lista de contatos do usuário estaria servindo como sinais importantes, no sentido de validar as informações apresentada nos perfis; ter contatos em comum estaria, então, auxiliando a confirmar a percepção de que um usuário realmente “existe”.

Além das demonstrações públicas de conexões, Counts e Stecher (2009) defenderam em sua pesquisa que a lista de conexões de cada usuário, em SRS, acaba por ser responsável pela criação de expectativas e direcionamentos nas ações durante a criação de perfis e a publicação de informações e conteúdos. Inclusive, a consciência da possibilidade de se buscar

⁴⁹ Do inglês, *public displays of connection* (tradução livre).

informações disponíveis na Internet acerca de determinado indivíduo colocaria os envolvidos em um constante balanceamento entre o desejo de formatar uma identidade, de um lado, e o medo da perda desse controle ou receio sobre a privacidade, de outro (TUFEKCI, 2008).

A percepção das páginas pessoais como mecanismos para a *performance* dos usuários, nas interações, foi também discutida por autores como Recuero (2007), Donath (1999) e Döring (2002). Enquanto muitos sites possibilitariam aos usuários um controle maior da *performance* – cabendo a cada um manter uma coerência com as *performances* exercidas em outros SRS –, os usuários estariam exercendo-a a depender dos seus objetivos em cada ambiente: se, por exemplo, pretendem se relacionar com amigos, discutir questões referentes à política nacional ou se estão interessados em manter contatos profissionais.

De acordo com Boyd e Ellison (2007), a construção de uma personalização é fundamental para o estabelecimento das interações nesses ambientes. Essa personalização seria uma forma de configurar a identidade social que interagiria com os demais usuários. Percebemos mais uma vez a íntima relação, nesta perspectiva, entre os processos interacionais e a construção de referenciais identitários nesses ambientes de interação.

Ciente dessas alterações nessas *performances* em ambientes da Internet, definidores da identidade social do indivíduo nos mais diversos SRS, autores como Döring (2002) e Donath (1999) demonstraram que a personalização seria uma condição necessária para as interações entre esses usuários. Assim, a apropriação de recursos de comunicação mediada por computador (CMC) seria constantemente influenciada pela *performance* dos usuários, tornando a situação reconhecível como um espaço individual. Seria o caso de redes de compartilhamento de conteúdos: dentro das possibilidades do sistema, os recursos seriam reconstruídos para apresentar as últimas “atualizações do *self*” (DÖRING, 2002).

Já em outra pesquisa, Boyd (2004) examinou o fenômeno dos “*fakesters*” (farsantes) e argumentou que perfis nunca podem ser “reais”; ainda, os retratos são “autênticos” ou o nível de brincadeira varia através dos sites; dessa forma, tanto forças sociais como tecnológicas dariam vazão às práticas do usuário, no sentido de fazerem uso de certos recursos, e de certas redes sociais, para o manejo de uma *performance* individual.

Ainda com relação à personalização, o artigo de Döring (2002) percebeu ser uma constante, de modo que é passível de se criar relações entre indivíduos no sentido de propiciar esquemas cognitivos para o estabelecimento de laços a partir da visualização dos interesses, pretensões dos outros usuários através dos mais diversos sites de redes sociais. Isto se dá nesse processo de sociabilidade – na qual se deve entender o conjunto de negociações que os atores sociais realizam entre os referentes e os outros atores no processo comunicativo e representacional (GOMEZ, 2006). Nessa discussão, é possível presenciar o que Goffman (1999) chama de *fachada pessoal*: na elaboração de todo um discurso do usuário em um texto de um *post*.

Referenciais sofreriam alterações com relação à possibilidade de controle monitorado da *performance*, assim como a menor possibilidade de ocorrência de certos lapsos na comunicação entre indivíduos: em virtude da interação assíncrona em SRS, eles não seriam suscetíveis a erros de fala, pronúncia ou que possam revelar questões guardadas no inconsciente (BOYD, 2002).

Como sugere Ribeiro (2005), é possível perceber um aumento nas possibilidades de estabelecimento de relações com “identidades sociais”; estas estariam em construção pelos interlocutores envolvidos na situação, sem que as identidades possam interferir na formatação de uma singularidade do indivíduo. Como atesta o autor (RIBEIRO, 2005, p. 2): “Independente das várias facetas requeridas e representáveis nas mais diversas situações contextuais, há uma básica assunção de que uma ‘identidade pessoal’, com características biográficas, deve ser então preservada”.

É por meio dessa busca pela construção de uma identidade pessoal que apresentamos o terceiro aspecto: a existência de uma *performance* de gostos no decorrer do processo de interação em SRS. Nesse sentido, a afinidade dos usuários se apresentariam também como intervenientes para informações e conteúdos serem aceitos ou não por determinado grupo.

No trabalho de Liu (2007), foram analisadas como as listas – de um perfil de um usuário de rede social – de interesses em música, livros, filmes, programas de televisão etc. podem funcionar como um espaço expressivo para a demonstração do que ela veio a chamar de *performance* de gostos (*taste performance*), algo que obteve repercussão em outras pesquisas. Dessa forma, em seu trabalho foram apresentadas relações entre os usos e apropriações dos SRS pelos usuários como ferramenta de entretenimento e disseminação de informações referentes à afinidade a alguns desses conteúdos supracitados.

Outro estudo que aborda a questão da *performance* de gostos, na perspectiva dramaturgica, é o de Papacharissi (2009). Por meio de uma análise comparativa, dos SRS *Facebook*, *LinkedIn* e *ASmallWorld*, a autora buscou focar na estrutura dos mesmos, na hipótese de que poderiam definir o tom para determinados tipos de interação. Por meio dessa análise, emergiram quatro temas: (1) negociação do privado e do público, no que tange à disposição de informações; (2) estilos de auto-apresentação nesses ambientes; (3) o cultivo de *performances* de gostos como um modo de identificação e organização sócio-cultural; e (4) a formação de contextos sociais firmes ou frouxos – em que o sentido de pertencimento a um dado ambiente seria maior ou menor.

Já Amaral (2009) se baseou no trabalho de Liu (2007) para comparar SRS de compartilhamento de música com o propósito de observar estratégias de consumo e classificação de conteúdo gerado pelos fãs-usuários a partir desses sites. Partindo de uma observação participante, a autora destacou o papel das recomendações e das classificações dos gêneros musicais. Assim, sua pesquisa considerou a produção e a classificação de conteúdo musical gerado pelos usuários como elemento de consciência de audiência segmentada em termos da identidade do usuário na Internet; seria então segmentada tendo em vista essas *performances* de gosto de cada usuário.

Em outro trabalho, Ribeiro e colaboradores (2010) acreditam que a construção de imagens idealizadas em plataformas *online* pode ser vista como um possível vetor de agregação de pessoas que circulam nesses espaços, uma vez que as aparências produzidas serviriam como referenciais conhecidos em torno dos quais usuários poderiam ser atraídos, e os laços sociais estabelecidos e/ou reforçados.

Como se percebe no levantamento feito de pesquisas sobre SRS tendo em vista a perspectiva dramaturgica, a *performance* seria algo contido em cada usuário, sem ignorar o fato de que seria sempre configurada através do contato com os demais. Tal fato parece reforçar o que Goffman (1999) defende acerca do indivíduo esquematizar uma definição da situação na interação, de modo a vir a sofrer alterações tendo em vista o confronto com demais indivíduos, que pode vir a lançar dúvidas acerca dessa esquematização.

Nessa perspectiva, o teatro se apresenta como uma metáfora dramática para a criação de um sistema de mediação constantemente programado pelos usuários, onde papéis seriam desempenhados, situando todos os agentes – humanos, não-humanos,

evocativos e performativos – no mesmo contexto, tendo acesso aos mesmos objetos, e fazendo uso de uma linguagem semelhante. O gerenciamento desses papéis, por sua parte, se daria no modo pelo qual os indivíduos se apresentariam ao seu público e através dos meios empregados para dirigir e regular a impressão que seus laços teriam sobre o indivíduo. É nesse sentido que o estabelecimento da própria identidade para si mesmo é tão importante na interação quanto estabelecê-la para o outro.

Nessa miríade de papéis desempenhados, os usuários nos SRS se baseiam nos seus interesses pessoais de modo a desempenhar certos papéis que concernem àqueles com interesses semelhantes, como também estes seriam reconhecidos pelos usuários de modo a julgar de que forma deveriam se representar ao outro em uma dada situação.

Essa busca por interesses, inclusive, pode ser compreendida como uma busca pela organização da própria ação: deve-se representar levando em consideração a existência de interlocutores. Se as conseqüências que se seguem são as esperadas, então a avaliação que o indivíduo empreende tenderia a ser confirmada. Isto ocorre porque quando se entra em contato com grupos novos, motivações passam a ser influenciadas. Ele aprenderia que existem tipos novos de motivação se não para si mesmo, pelo menos para os outros. Tendo admitido a existência de tais motivos para a ação, muitas vezes estaria a apenas um passo de atribuí-las a si mesmo (STRAUSS, 1999).

Cada um dos atores, ao mesmo tempo em que desempenha papéis um em relação ao outro, poderia também estar desempenhado em relação a um terceiro invisível, mais ou menos como se este estivesse realmente presente. Para complexificar ainda mais o processo, Strauss (1999) defende que se um dado ator (*A*) estivesse representando oficialmente um grupo com referência a outro ator (*B*), então em certo sentido todo o grupo estaria ali, no contexto, de modo que quando *A* fizesse uma declaração louvável, eles inclinariam a cabeça em aprovação coletiva, e então esse ator responderia tanto a eles quanto a *B*. Ou mesmo, *A* pode achar que *B* representasse um grupo no qual a ele não se interessa; então esse segundo estaria em disputa com seu grupo, o qual está alinhado em torno dele. Nesse sentido, compreendemos que tais possibilidades de tomada de atitudes poderiam ser constatadas na ação dos interlocutores em SRS, quando usuários criariam contas buscando representar determinada coletividade, ou nas interações percebidas nos grupos e nas comunidades destes sites.

Dessa forma, as pesquisas aqui abordadas, que analisaram as interações a partir dessa perspectiva dramaturgica, seriam caracterizadas por entender os fenômenos de um modo situacional, o que implica um entendimento de que um indivíduo poderia estar engajado em

um determinado momento, muitas vezes envolvendo alguns outros indivíduos particulares e não necessariamente restrito a um cenário monitorado de um encontro face-a-face.

Trazendo a discussão para os sites de compartilhamento de fotografias, a *performance* do usuário ocorreria através da disponibilização de informações do indivíduo nos *posts* e dos comentários que faz aos seus contatos, processo que pode se apresentar de forma bastante fluida.

Compreendemos que, a cada nova atualização, o usuário desenvolveria uma atitude performática, revelando traços de si e dando ao outro – seus contatos ou outros usuários que venham a visualizar a interação – a percepção de como o indivíduo pretende ser representado, ainda que a intenção deste possa não vir a condizer com a forma na qual o outro lhe percebe.

Partindo desse pressuposto, estratégias de gerenciamento de impressões passam a ser inerentes aos atores, pois estas constituiriam uma tomada de decisão na qual, ao invés de se empreender a criação de linhas de ação externas à situação, estas teriam como objetivo um uso específico, positivo ou negativo.

Concluindo as argumentações expostas nesse capítulo, e em conformidade com os pontos levantados na hipótese dessa pesquisa e com a fundamentação teórica aqui proposta, procuramos argumentar que os conteúdos circulados nesses ambientes são produtos sociais formados e transformados através de um processo de apropriação constante, ocorrido a partir das interações sociais efetivadas e por meio das *performances* de cada envolvido.

Isto porque o indivíduo se confrontaria com um ambiente no qual deve interpretar a fim de agir e programar linhas de conduta baseadas em suas interpretações. cremos então que, com isto, os usuários têm a possibilidade de construção de referenciais identitários – nos quais teriam, a depender do ambiente, a possibilidade de ocultar algumas características pessoais ou ampliar, de forma seletiva, outros aspectos que desejam ressaltar (RIBEIRO, 2005).

Tendo em vista a argumentação desse capítulo, criar aplicações sociais requer uma compreensão fundamental tanto da interação social, quanto da arquitetura desses ambientes digitais. Para entender a interação social, exige-se uma compreensão de como as pessoas percebem a si próprios e aos outros e o que os motiva a interagir de forma particular, com determinados interesses.

Nesse sentido, os sites de redes sociais procurariam ser estruturados e construídos para atender às necessidades do seu público-alvo. A *interface* buscaria então dispor de recursos para os usuários, que os selecionariam e os utilizariam considerando seus propósitos nos

ambientes. Os usuários reconheceriam esses ambientes dos sites como lugares de interação e, portanto, procurariam se engajar socialmente, trazendo seus propósitos para o que fornece a estrutura *online*. É com esses propósitos que os desenvolvedores – e pesquisadores – da Internet poderiam não só compreender como as possibilidades estruturais dos sistemas existem, mas também como influenciariam no comportamento social.

Partindo desse pressuposto, entendemos ser necessária, ainda, a compreensão acerca de que forma as *performances* dos indivíduos estariam passando por mudanças advindas do contato com o outro, através das interações em SRS.

Caminhando rumo ao terceiro capítulo desta dissertação, detalharemos, a partir de agora, os mecanismos de interação disponíveis no *Flickr*, levantando características particulares de acordo com o modo no qual é possível perceber uma estrutura criada – nos *posts* – para o entendimento do *significado* dos objetos presentes na interação proporcionada pelo site.

Capítulo 3

Flickr: dinâmicas e recursos

Este capítulo abriga a discussão específica a respeito do objeto do presente estudo, o SRS *Flickr*, juntamente com uma descrição acerca dos recursos disponíveis aos usuários para interações nas páginas. Além disto, resgatamos pesquisas que exploraram esses recursos, compreendendo como os mesmos seriam intervenientes para as interações no site. Com a conceituação empreendida no capítulo que se segue, acreditamos ser possível apresentar um breve panorama da pesquisa acerca das interações situadas no referido site.

Em seguida, desenvolvemos questões referentes ao nosso trabalho, problematizando de que forma a pesquisa empreendida se mostra situada na literatura já existente acerca do *Flickr*, e esclarecendo o modo pelo qual estamos entendendo as interações no ambiente – e como estas dizem respeito aos interesses dos usuários – considerando algumas características que foram pospostas para a verificação na pesquisa empírica.

3.1. O site: características gerais

Com mais de 30 milhões de usuários, fazendo uma média de *upload*⁵⁰ de 3 mil imagens por minuto, o que resulta em mais de 5 bilhões de imagens disponíveis⁵¹, o *Flickr* é o site de compartilhamento de fotografias com o maior número de usuários cadastrados – além de ser um site promotor de redes sociais que, pelo número de usuários, ocupa o lugar de quarto mais popular nos Estados Unidos e Austrália, terceiro no Reino Unido, Espanha e Itália, e sétimo no Brasil – de acordo com os dados da *Nielsen Company* de junho de 2010⁵².

O site foi originalmente desenvolvido em 2002, por Caterina Fake e Stewart Butterfield, que o colocaram no ar através de uma companhia canadense denominada *Ludicorp*. Já em 2005, com poucos anos de mercado, a empresa *Yahoo!*⁵³ adquiriu o mesmo.

⁵⁰ Ação de importar as fotos para o sistema do *Flickr* – criando com isto as páginas dos usuários.

⁵¹ Fonte: < <http://blog.flickr.net/en/2010/09/19/5000000000/>>. Dados de setembro de 2010.

⁵² Fonte: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/>>.

⁵³ Yahoo! Inc. atua nas áreas de comunicação, comércio eletrônico e mídia, oferecendo serviços para mais de 500 milhões de usuários no mundo. Tendo sido o primeiro guia de navegação online para a Web, é líder mundial em tráfego, publicidade e alcance de usuários. A empresa também disponibiliza serviços online dedicados ao mercado corporativo, incluindo streaming de áudio e vídeo, ferramentas de hospedagem e gerenciamento de sites pessoais ou de e-commerce. Fonte: <http://br.yahoo.com/info/empregos.html>.

Para interagir no ambiente do *Flickr*, os usuários precisam criar uma conta – que pode ser normal ou *Pro* (profissional). Contas profissionais permitem que os usuários postem uma quantidade maior de fotografias por dia e tenham acessos a alguns dados estatísticos – com relação ao número de visitas por dia ou por mês de outros usuários em sua página. Além disso, não existe um limite de criação de 200 páginas, restrição existente em contas normais.

Essas páginas podem ser configuradas como públicas, privadas ou restritas a alguns contatos – a critério do usuário que as cria. Essa possibilidade de restrição permite aos usuários a privacidade necessária para fazerem uso de suas contas de modo que possam criar páginas que só interessem a um grupo seleto de usuários – amigos de um determinado círculo social, por exemplo.

Cada usuário do *Flickr* possui uma página com seu perfil, disponível por meio de um endereço que se inicia por <<http://www.flickr.com/>>, acrescido a este o nome do usuário. Nessa conta é possível, além da criação de páginas, a edição de informações sobre si, tais como estado civil, localização geográfica, e-mail e uma descrição geral sobre o usuário. A página de perfil resume também algumas informações sobre a utilização do sistema pelo usuário, mostrando, por exemplo, os grupos públicos aos quais este se afilia e sua lista de contatos.

A interação se dá na forma assíncrona, ou seja, ocorre sem a co-presença dos usuários no contexto da ação. De acordo com Aquino (2008), uma foto no *Flickr* é caracterizada como unidirecional, pois tem como destino uma única página onde está exibida e onde estão disponíveis alguns recursos ao usuário.

Ainda, integrado a outros SRS, o *Flickr* possibilita que uma foto possa, através de configurações feitas pelos usuários, ser postada consecutivamente em algum outro site: *blogs* de vários servidores (*Blogger*, *Typepad*, *Movable Type*, *LiveJournal*, *Wordpress*, *Manila*) e *microblogs* (*Twitter*), dentre outros.

Vale lembrar que outros projetos também compõem o site, como o *The Commons*⁵⁴, no qual instituições das mais diversas – bibliotecas, museus e bancos de imagens, dentre outras – de todo o mundo passaram, a partir de janeiro de 2008, a fazer o *upload* de coleções de seus acervos que são de domínio público. Com isto, usuários do *Flickr* podem ter acesso a esses arquivos de fotografias e podem ajudar a descrever as mesmas – adicionando *tags* ou

⁵⁴ Disponível em: <<http://www.flickr.com/commons/>>. Acesso em dezembro de 2010.

deixando comentários –, de modo a fornecer informações que possam ser valiosas para a melhor catalogação desses acervos (ver figura 8).

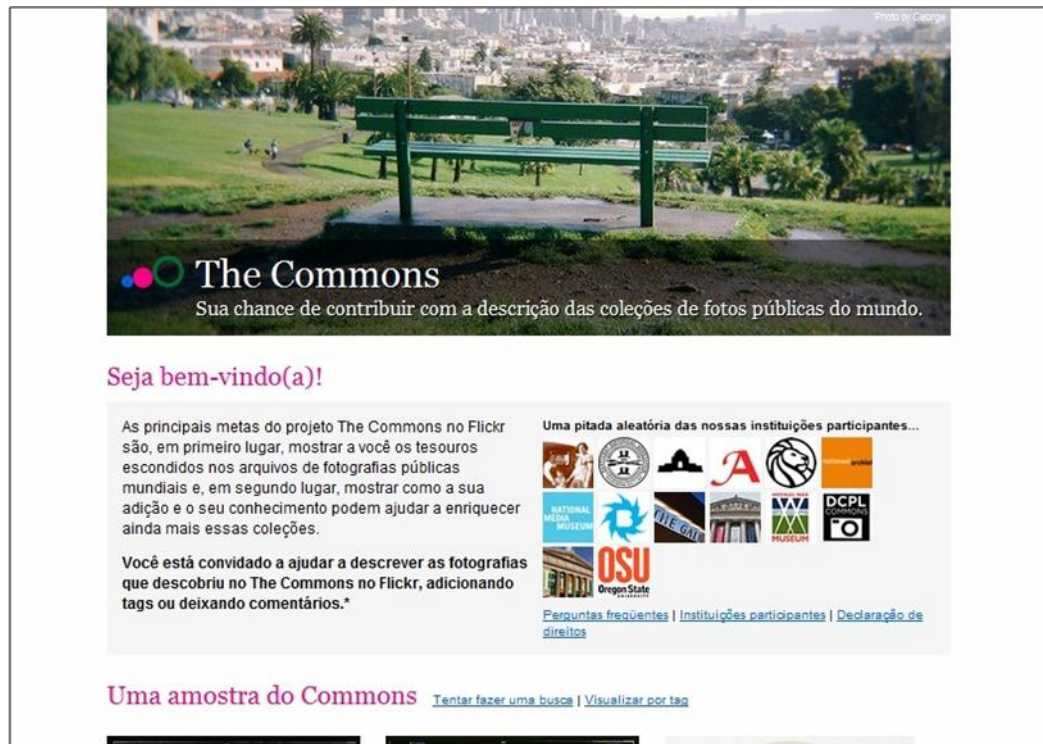


Figura 8: Página inicial do projeto *The Commons*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/commons/>>.

No que diz respeito a atributos mais genéricos, de acordo com Recuero (2009), o Flickr pode ser caracterizado como um site baseado em um sistema de *photosharing* – ou seja, focado no compartilhamento de fotografias; outra característica levantada pela autora é a possibilidade do site ser um espaço de expressão pessoal e de construção de narrativas e emoções, por meio das fotografias compartilhadas.

O site aqui tratado, segundo Lerman e Jones (2006), possibilita a criação de um meio participativo, onde os usuários estariam ativamente criando, apreciando e distribuindo informações. Os contatos que os usuários possuem facilitam novas formas de interagir com informações – o que Lerman e Jones (2006) chamam de *navegação social*⁵⁵, por meio do qual os usuários podem navegar pelas fotografias que venham a ser percebidas como mais interessantes ou relevantes.

Tais formas permitiriam aos usuários o engajamento em um processo de construção de aprendizado social a partir do enriquecimento do repertório visual de cada um, como

⁵⁵ Do inglês “social browsing” (tradução livre do autor).

apontaram algumas pesquisas (VASSILEVA, 2008; MASON & RENNIE 2008). Este enriquecimento ocorreria em virtude da visualização das fotos e da interação com outros interlocutores no site, possibilitando o (re)conhecimento de lugares retratados nas fotos e de técnicas referentes ao fazer fotográfico – questões concernentes ao enquadramento, contraste ou referentes ao aprimoramento do uso da câmera: como aproveitar os recursos disponíveis em cada aparelho de registro das imagens.

Na pesquisa acerca do estabelecimento de laços entre usuários no ambiente do *Flickr*, Cox e Marlow (2008) identificaram que a melhor forma de se explicar o volume de interações que cada fotografia pode exercer seria relacionar o objeto diretamente ao tamanho da rede social do usuário que o postou – mais do que valores estéticos atribuídos às fotografias por um determinado grupo ou pessoa. Paralelo a essa constatação, Lerman e Jones (2006) compreenderam que as fotografias de usuários com uma ampla rede de contatos seriam mais suscetíveis a difusão pelo site – recebendo destaque no mecanismo de busca, por exemplo.

Em uma análise das interações desses usuários, Miller e Edwards (2007) mostraram que, para alguns, o *Flickr* oferece suporte a um diferente conjunto de práticas interacionais por meio das fotografias, difundindo informações de forma mais horizontal – possibilitando assim discussões de aspectos referentes ao fazer fotográfico. No estudo citado, os autores buscaram compreender a idéia de que para transformar as práticas em uma atividade pública – através da disposição das fotos dos usuários na rede –, o *Flickr* se ocuparia em propor um novo paradigma para os fotógrafos, no qual sua reputação e visibilidade seriam construídas com a intensidade do envolvimento dos demais usuários, por meio de funcionalidades presentes no site. A pesquisa de Miller e Edwards (2007) revelou, dessa forma, a importância da interação para a obtenção de certa reputação e visibilidade no site.

Com relação a usos sociais do site, a pesquisa de Van House (2007) destacou quatro modelos: (1) como dispositivo de memória para a construção narrativa do indivíduo; (2) forma de auto-representação ou auto-retrato; (3) modo de criação relacional, ou seja, de um sentido de união, expressão da sociabilidade; e (4), por fim, como possibilidade de mostrar o trabalho artístico e criativo de alguém, numa espécie de “exposição sociável”.

Partindo dessa compreensão, o presente trabalho explora tais usos sociais, com base em uma investida em pesquisa de campo com os usuários, no intuito de entender o modo pelo qual estariam ocorrendo essas apropriações que, supostamente, seriam responsáveis pela formatação de referenciais identitários. A nossa prerrogativa é a de que o meio pelo qual os

usuários concebem o compartilhamento de conteúdos fotográficos, incide na forma pela qual eles adotariam padrões sócio-comportamentais no ambiente.

Partimos do princípio de que o site se constitui como ferramenta utilizada por indivíduos com objetivos diferentes. Por meio das fotografias e demais recursos existentes, usuários se confrontariam e adotariam *performances*, tendo como base a produção de sentido perante os recursos constituintes dos ambientes. Haveria, dessa forma, uma construção de *significados* múltiplos variando de acordo com o modo como os envolvidos buscariam se engajar nesses ambientes.

Tendo em vista esses aspectos, questionamos a seguir quais seriam as variáveis possivelmente intervenientes na interação no *Flickr*. Nos próximos tópicos, são apresentados tais recursos, como também pesquisas associadas ao entendimento de como os mesmos ampliariam as possibilidades de interação nas páginas do site.

3.2. Recursos e interações no *Flickr*

Em conformidade com os pontos levantados no capítulo anterior – considerando a *performance* e construção dos *significados* dos objetos – essa seção discute os recursos intervenientes nos cenários de interação tomados aqui para a análise – ou seja, nas páginas dos usuários do *Flickr*. Buscamos compreender como seria possível interpretar a construção de sentido nessas páginas, por meio da ação da rede social que interage nas mesmas através desses recursos.

Acreditamos, então, ser possível fazer essa discussão através dos seguintes recursos: “expôs”, “favoritar”, contatos, álbuns, grupos, comentários, descrições, *tags* e marcações. Estes serão apresentados na sequência, considerando pesquisas já realizadas acerca de cada um deles.

3.2.1. Ações de inserir em uma “expô” e de “favoritar”

Com relação ao recurso “expô”, este foi adicionado no início de 2010, referindo-se a uma ação que permite que qualquer usuário criar uma página, na qual este teria o objetivo de apresentar uma “exposição”, composta por fotos de outros usuários do *Flickr*. O usuário assumiria, dessa forma, um papel de “curador”, em que estaria selecionando fotos, de acordo

com interpretações próprias com relação aos objetos. A seu critério, o usuário estaria organizando uma mostra de *uploads* feitos em sua página.

Assim como o ato de inserir em uma “expô”, o ator de “favoritar”⁵⁶ indicaria a preferência pela foto de um usuário. Este consiste meramente em um recurso que permite que um usuário que acessa uma página possa marcar a foto como “favorita” (ver Figura 9).



Figura 9: Detalhe de uma página de um usuário, com o recurso “favoritar” acima da foto.
Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/angostoiah/5105384706/in/set-72157624954726550/>>.

Na pesquisa de Cha e colegas (2008), foi percebido que as fotos teriam o potencial para circular rapidamente no *Flickr*, sendo que o tempo para a visualização das mesmas – por cada usuário – mostra-se variável, ocasionando com isto uma imprecisão no tempo médio para que sejam adotadas como “favoritas”. Com muitos contatos, seria possível transmitir a informação para outras redes mais distantes, propagando a foto “favoritada” a maiores proporções.

Acerca das interações que podem proporcionar a uma foto alta reputação nessa rede, a pesquisa de Cha e colaboradores (2009) detectou que o número de visualizações não é necessariamente correlato ao número de comentários já realizados ou ao número de fãs – das pessoas que “favoritam” uma foto. Por outro lado, o número de comentários recebidos em uma foto está altamente associado ao número de “favoritamentos”. Uma das explicações para

⁵⁶ Neologismo criado pela equipe desenvolvedora do *Flickr*.

isto se deve ao fato de que os comentários nas fotografias ou a marcação destas como favoritas são ações que demandam um tempo maior que aquele necessário para se empreender apenas a visualização; soma-se a isto o fato de serem restritos àqueles que possuem conta no *Flickr* – pois o site só permite aos não-cadastrados a visualização das páginas. Assim, usuários tenderiam a deixar comentários ou “favoritar” apenas nas páginas que julgassem relevantes – o que explicaria a alta correlação entre o número de fãs com o número de comentários.

Ainda com relação à pesquisa realizada por Cha e colaboradores (2009), os autores puderam constatar que as fotos compartilhadas entre amigos teriam em média 50% de probabilidade de serem “favoritadas”, porém com um atraso significativo a cada nova marcação como “favorita”. Foi detectado que a maioria das informações não se difundiria em grandes proporções: enquanto páginas com um apelo mais pessoal – que tratariam de compartilhamento de discussões de ordem pessoal – teriam um apelo extremamente localizado, voltado apenas a uma devida rede de amigos e familiares, a pesquisa de Cha e colaboradores (2009) defendeu que as páginas teriam uma popularidade limitada fora da rede de contatos do usuário. A probabilidade de se “favoritar” uma foto seria, portanto, proporcional ao número de contatos que já marcaram a mesma como favorita (CHA *et. al.*, 2009).

De acordo com Valafar e colegas (2009), uma fração muito pequena de usuários tornar-se-ia fãs de uma fração muito pequena das fotos, que por sua vez seriam de propriedade de uma fração muito pequena de usuários. Desse modo, as fotos “mais interessantes” praticamente se repetiriam na rede, possibilitando então conectar usuários de diferentes pontos.

Percebemos que as pesquisas aqui apontadas revelam, então, que as redes no *Flickr* basicamente interagem internamente, sendo assim a amplitude da rede de um determinado usuário fundamental para que suas fotos obtenham muitas interações. Ao contrário de fotografias com alta popularidade que apresentam um padrão de crescimento constante de sua população de fãs, as demais fotos atrairiam uma população de fãs limitada no início, e após certo tempo se tornariam praticamente “inexistentes” – em virtude de novas páginas diminuïrem o destaque das mesmas nas páginas dos usuários (CHA *et. al.*, 2009).

Valafar e colegas (2009) apresentam, então, uma ilustração para explicar como estaria se dando essa interação a partir das fotografias que estão sendo “favoritadas” entre usuários (ver figura 10).

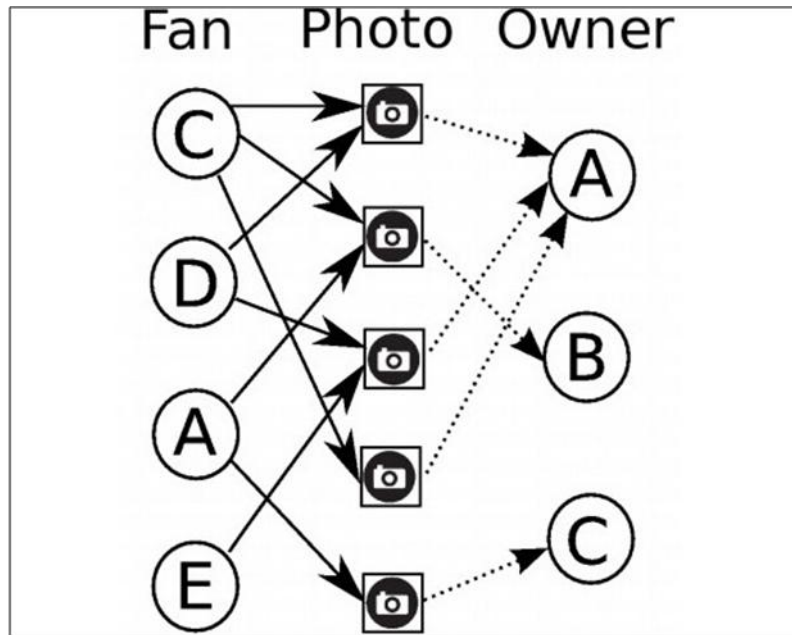


Figura 10: Modelo de interação entre usuário (*owner*), foto e quem a favorita (*fan*).
 Fonte: Valafar (*et. al.*, 2009).

Na figura acima, percebemos que as fotos fazem a mediação da relação entre o fã (*fan*) – aquele que favorita – e o dono (*owner*) da foto (*photo*). Nessa interpretação, os usuários estariam marcando a preferência pelas fotografias de outros que, por conseguinte, tenderiam a interagir retribuindo o “favoritamento”; como exemplo, apresentamos o usuário C, que “favoritou” a foto duas fotos de A, no qual retribuiu “favoritando” uma foto de C. Percebemos, nesse sentido, como a admiração por fotos de outros usuários em uma rede estaria condicionada para uma retribuição de “favoritamentos” entre usuários.

3.2.2. Contatos

Adicionar alguém como contato é um recurso por meio do qual é possível manter-se atualizado com as fotos dessa pessoa no *Flickr*. Os *uploads* mais recentes dessa pessoa irão aparecer em sua página de contatos e página inicial. Além disto, marcar alguém como amigo ou família⁵⁷ – ou ambos, caso se queira – permite ao usuário acessar fotos e vídeos particulares do seu contato, e vice-versa.

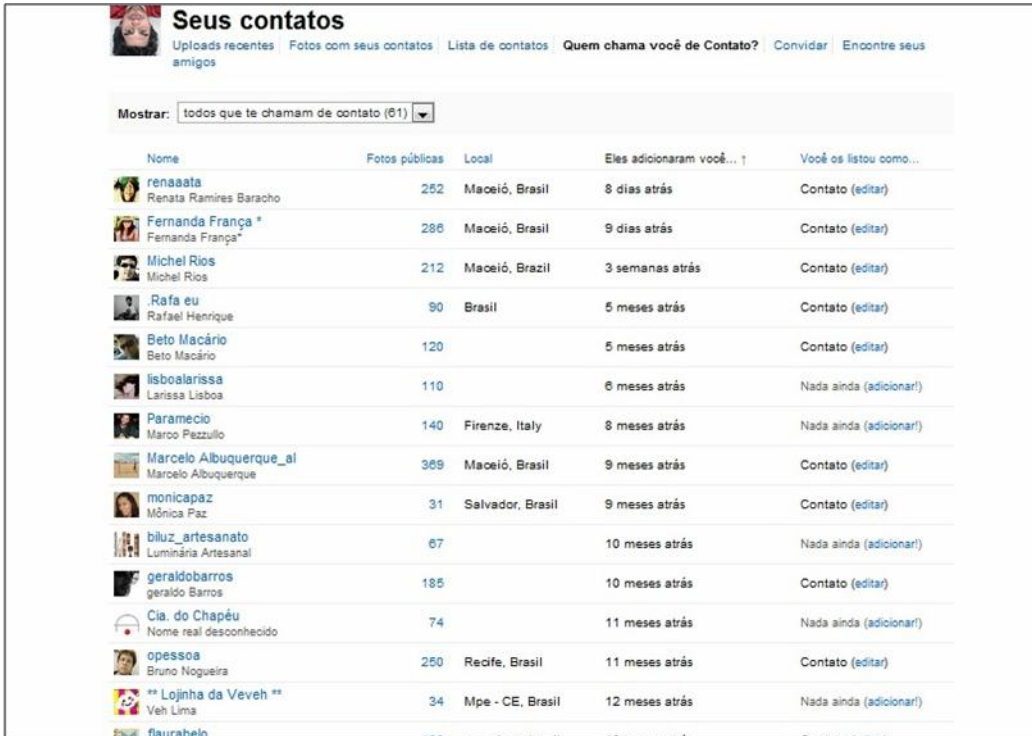
Para que se iniciem essas interações, os usuários necessitam ingressar na rede social dos demais, adicionando-os como “contato”. Ao ser convidado para fazer parte da rede de

⁵⁷ Estas opções aparecem toda vez que um novo usuário deseja lhe adicionar em sua lista ou através da página de gerenciamento dos contatos do próprio usuário.

outro usuário, é possível caracterizar o tipo de vínculo que se tem com relação a esse outro – se este é um amigo ou familiar, a critério do usuário.

Outro recurso, adicionado em outubro de 2010, pode auxiliar no estabelecimento desses laços: o Flickr sugere contatos que talvez alguém queira adicionar tendo em vista a rede de contatos em comum entre dois usuários que não são adicionados. Aliado a isto, esse recurso permite importar contatos de outros ambientes (*Facebook, Yahoo!, Gmail e Windows Live*) para verificar se estes são cadastrados no *Flickr* e ainda não façam parte da sua rede no site de contatos no site⁵⁸.

Com relação à formação de redes sociais no site, seria possível se estabelecer a existência de laços entre os usuários da rede social – nesse caso, o usuário que é “amigo” do outro e vice-versa. O fato de *A* aceitar o convite de *B* para ingressar em sua rede social não requer a criação de um vínculo entre ambos – não é necessário *A* aparecer na lista de amigos de *B*, e nem *B* aparecer na lista de *A* (ver figura 11). Dessa forma, seria estabelecido um laço entre ambos, sendo possível, a partir da definição de qual o tipo de laço que se possui com a sua lista de contatos, perceber a existência de uma rede social⁵⁹.



Nome	Fotos públicas	Local	Eles adicionaram você... †	Você os listou como...
renaaata Renata Ramires Baracho	252	Maceió, Brasil	8 dias atrás	Contato (editar)
Fernanda França * Fernanda França*	286	Maceió, Brasil	9 dias atrás	Contato (editar)
Michel Rios Michel Rios	212	Maceió, Brazil	3 semanas atrás	Contato (editar)
Rafa eu Rafael Henrique	90	Brasil	5 meses atrás	Contato (editar)
Beto Macário Beto Macário	120		5 meses atrás	Contato (editar)
lisbolarissa Larissa Lisboa	110		6 meses atrás	Nada ainda (adicionar!)
Paramacio Marco Pezzullo	140	Firenze, Italy	8 meses atrás	Nada ainda (adicionar!)
Marcelo Albuquerque_al Marcelo Albuquerque	369	Maceió, Brasil	9 meses atrás	Contato (editar)
monicapaz Mônica Paz	31	Salvador, Brasil	9 meses atrás	Contato (editar)
biluz_artesanato Luminária Artesanal	67		10 meses atrás	Nada ainda (adicionar!)
geraldobarros geraldo Barros	185		10 meses atrás	Contato (editar)
Cia. do Chapéu Nome real desconhecido	74		11 meses atrás	Nada ainda (adicionar!)
opessoa Bruno Nogueira	250	Recife, Brasil	11 meses atrás	Contato (editar)
** Lojinha da Veveh ** Veh Lima	34	Mpe - CE, Brasil	12 meses atrás	Nada ainda (adicionar!)
flaurabelo	106		12 meses atrás	Contato (editar)

Figura 11: Lista de contatos de um usuário.

Fonte: <<http://www.flickr.com/people/vitorbraga/contacts/rev/>>.

⁵⁸ O acesso à página de sugestões, restrito a usuários do Flickr, é através do endereço: <<http://www.flickr.com/import/people/>>.

⁵⁹ Ainda assim, é necessário relativizar a constituição dessa rede, pois é possível que usuários ainda adicionem outros e não estabeleçam nenhum contato que possa caracterizar a existência de uma laço, mesmo que fraco.

Como se nota na figura 11, o site estaria evidenciando a diferenciação entre o que pode ser um laço mútuo, ou não. Nessa lista de um usuário qualquer (*A*), apareceriam apenas aqueles que ele considerou como contatos; dessa forma, não seria possível a *B* saber se *A* o aceitou também como contato – sendo necessário a *B* ir até a página de *A* para conferir.

Diversas pesquisas (LERMAN & JONES, 2007; ZWOL, 2007; CHA *et. al.*, 2008) realizaram suas análises com enfoque no acesso às fotos dos usuários, e puderam demonstrar que a navegação pelo sistema é influenciada por fatores sociais: verificou-se que a popularidade de fotos estava relacionada ao número de contatos do dono da foto ou ao número de grupos em que a foto foi adicionada – possibilitando com isto o acesso de outros contatos. Ainda, na pesquisa de Prieur e colegas (2008), foi constatada a existência de uma reciprocidade em uma parte elevada dos contatos (64%) – ou seja, são esses laços mútuos.

Como foram constatados nessas pesquisas, indivíduos que gostam das fotografias uns dos outros tenderiam a se tornar contatos mútuos, de modo a se interessarem pelas suas fotos. Dessa forma, mesmo o *Flickr* oferecendo mais mecanismos para a promoção de laços – como grupos nos quais ingressam usuários com interesses comuns ou através da sugestão de amigos, funcionalidade do próprio sistema – a reciprocidade se torna fundamental no estabelecimento de laços, como também nas interações.

3.2.3. Álbuns e grupos

Os usuários podem inserir suas fotos em grupos e em álbuns, de modo que as páginas indiquem aquelas fotos inseridas. Com relação aos álbuns, o recurso é criado pelo usuário, no intuito de modo oferecer um sentido de leitura para suas páginas. Nesses álbuns, só o criador pode inserir as fotos, que aparecerão em uma página específica com todas aquelas presentes no mesmo. É possível, ainda, que uma mesma foto esteja presente em mais de um álbum⁶⁰.

Já quanto aos grupos, a diferença reside no fato de que não estaria restrito a apenas um usuário. Tecnicamente, um grupo é composto por um conjunto de fotos postadas por usuários filiados e de um fórum de discussão onde as mensagens podem incluir versões reduzidas das fotos – presentes na galeria dos usuários. Entendemos que uma característica inerente a esses grupos é a sua flexibilidade: qualquer usuário pode criar um grupo, decidir as regras que

⁶⁰ O *Flickr* não restringe também o número de álbuns que podem ser criados.

regem a postagem de fotos e as mensagens para o fórum, bem como os administradores responsáveis para a fiscalização dessas regras.

Aqueles interessados pelos grupos podem, ainda, auxiliar na promoção de interações nas páginas, tendo em vista a possibilidade de destaque às fotos que os grupos proporcionam, o que pode acarretar no direcionamento dos usuários às páginas nas quais as fotos foram postadas (ver figura 12).

Paisagens do Brasil
Galeria do grupo Fórum 2.530 Membros Mapa Convide os amigos

Galeria do grupo 38.327 itens | Adicionar algo?

NOVO Por W Mello
NOVO Por Julio Leite
NOVO Por manotikal
NOVO Por mauricio vargas
NOVO Por mauricio vargas
NOVO Por mauricio vargas
NOVO Por LucasNóbrega
NOVO Por Fred Crema
NOVO Por Fred Crema
NOVO Por Fred Crema
NOVO Por Artur Vieira
NOVO Por Belazas naturais...

Fórum 34 posts | Postar um novo tópico

Título	Autor	Respostas	Última resposta
Novato	Decio Sena	44	6 dias atrás
Qual a melhor fotografia da pessoa acima?	morteacotiosam	9	2 semanas atrás
Ilha Grande	limmymedeiros	7	5 semanas atrás
Revista PRONEWS solicita fotos para a Coluna Click	J. Viktor Tigre	0	5 semanas atrás
Chegando agora	Vania Viana	0	2 meses atrás
Novato	Castilho78	0	3 meses atrás

Buscar fóruns Mais

Sobre Paisagens do Brasil Informações adicionais
Paisagens do Brasil: Praias, Cidades, Montanhas e etc... Este é um grupo público.

Figura 12: Página de um grupo do Flickr - grupo “Paisagens do Brasil”.

Fonte: <<http://www.Flickr.com/groups/20372096@N00/>>.

O exemplo acima demonstra uma página de um grupo, com as fotos dos usuários, selecionadas para o mesmo, em destaque na parte superior – funcionando como *links* para as páginas onde se situam as fotos –, enquanto que os “fóruns” aparecem logo abaixo, seguidos de outras informações: descrição do grupo, e informações acerca do ingresso neste.

Na pesquisa de Burgess (2006), podemos constatar que promover interações se apresentaria como um fator importante no processo de integração entre usuários do Flickr com suas vidas diárias – isto é, as pessoas se tornariam cada vez mais interessadas em aprimorar seu gosto pela fotografia na medida em que se envolveriam com as várias possibilidades de participação no referido site, destacando-se aí a participação nos grupos.

Já de acordo com as idéias desenvolvidas por Negoescu e Perez (2008), as páginas dos grupos no *Flickr* representariam conjuntos de usuários que escolheriam livremente para participar dessa comunidade; sendo o principal objetivo dos grupos facilitar o compartilhamento de fotos entre usuários, com base em um determinado interesse.

Ainda na pesquisa de Negoescu & Perez (2008), foram apresentados cinco tipos de grupos, de acordo com os objetivos de cada: (1) grupos limitados a uma região geográfica ou evento local ou global – cidades, festivais de música, passeatas; (2) grupos orientados ao conteúdo visual a ser compartilhado – de uma cor em específico, de animais, de fotos de uma faixa etária (crianças, por exemplo); (3) grupos que se concentram em uma técnica fotográfica em específico – fotos em preto-e-branco, fotos usando uma determinada objetiva (macro, teleobjetiva, por exemplo); (4) grupos orientados a selecionar as melhores fotos para os seus usuários – com membros que são convidados para postar uma determinada foto na página do grupo (“melhores fotos do *Flickr*”, por exemplo); e (5) grupos sem regras de orientação de conteúdos, que servem apenas para estimular o compartilhamento de fotografias – grupos genéricos (“10 Million Photos”⁶¹, por exemplo) e baseados no número de visitas (“Views: 201 – 300”⁶², por exemplo).

Como percebemos, os autores não levaram em consideração aqueles grupos ligados a algum espaço pré-concebido, nos quais usuários de outras localidades não poderiam fazer parte. Tais grupos, limitados a uma região, consistem em agregações nas quais os usuários postam fotos referentes ao local, quer fossem eles moradores ou não. Por exemplo: turistas que visitam o Rio de Janeiro, e inserem fotos no grupo “Rio de Janeiro”⁶³, não necessitando serem moradores da cidade. Os laços a serem formados nesses grupos, então, não possuiriam um sentimento de pertencimento a alguma localidade, instituição ou outros fatores externos – sendo então a própria temática da foto, a julgamento dos usuários, o mais importante para o ingresso nos grupos.

Nesse sentido, referenciando novamente a bibliografia discutida sobre redes sociais, os grupos podem ser entendidos como *clusters*, pois estes requerem do usuário que ele venha a fazer parte de uma rede de nós conectados em torno dos mesmos – e se apresentem principalmente de acordo com a temática da fotografia, e não com relação ao pertencimento a algum grupo pessoal.

⁶¹ Disponível em: <<http://www.flickr.com/groups/10millionphotos/>>. Acesso em dezembro de 2010.

⁶² Disponível em: <<http://www.flickr.com/groups/201-300/>>. Acesso em dezembro de 2010.

⁶³ Disponível em: <<http://www.flickr.com/groups/riodejaneiro/>>. Acesso em dezembro de 2010.

O trabalho de Pissard e Prieur (2007) estudou os grupos do *Flickr* e propôs uma metodologia para classificá-los quanto aos seus aspectos sociais e temáticos. Os autores analisaram um pequeno conjunto de grupos do *Flickr* abrangendo 450 grupos com cerca de 500 usuários cada, e verificaram que estes são muito distintos quanto a esses aspectos, em muitos casos não possuindo traços capazes de revelá-los como agrupamentos em torno de uma discussão específica ou ligados a um tema norteador das postagens das fotos – ficando a cargo do usuário muitas vezes o *upload* das mesmas sem ao menos perceber a tônica das discussões envolvidas.

Podemos observar, nessas pesquisas, que grupos podem ser interessantes no sentido de pautar a audiência de fotos dos usuários e de atuar na interação nas páginas revelando o pertencimento da foto a determinados grupos, em detrimento de relações a serem estabelecidas no interior dos mesmos.

3.2.4. Comentários e descrições

Comentar é compreendido, nesse trabalho, como um recurso permitido tanto aos que postam as fotos quanto aos que visitam a página, e no qual os usuários escrevem abaixo das fotos. Os comentários são dispostos em uma linha do tempo, sendo os mais recentes apresentados acima dos mais antigos (ver figura 13).

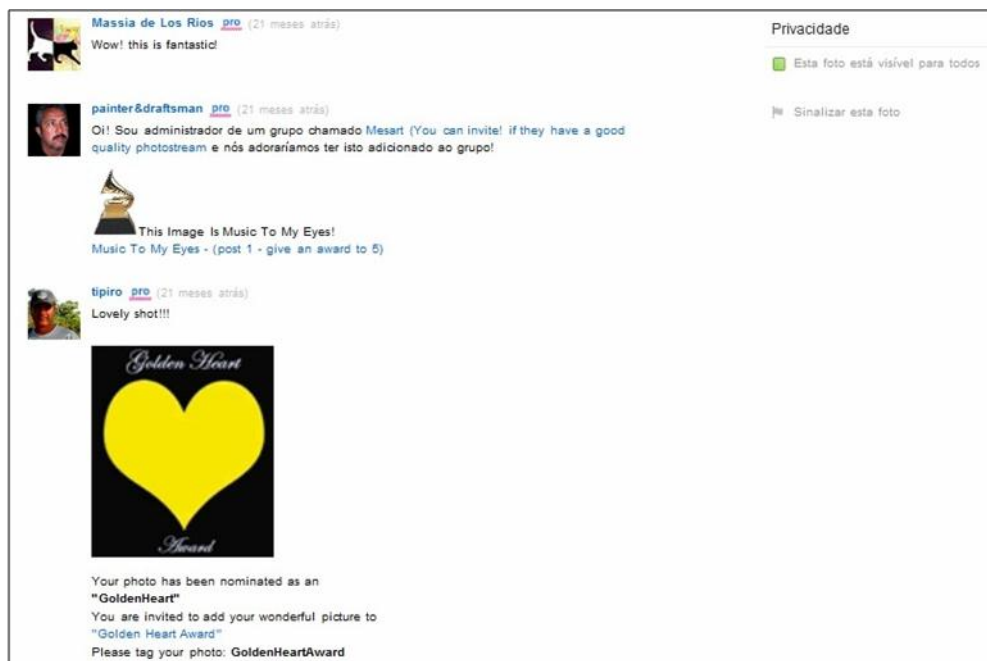


Figura 13: Exemplos de comentários em uma página.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/artlandstudio/3363583485>>.

Como vemos na figura acima, além do texto, é possível fazer uso de alguns recursos tipográficos⁶⁴ e da inserção de *links* e fotografias em formato *thumbnail*⁶⁵. Os comentários são gerenciados por aquele que criou a página, sendo dessa forma permitido a ele excluir comentários. Ainda, não há limite de espaço para comentar nas páginas.

Como defende Winget (2006), os usuários que visitam os perfis poderiam fazer comentários baseados na relação que teriam com estes: se são amigos ou não dentro dos ambientes. Ainda, pesquisas, como a de House (2009), conceberam os comentários como modos de registrar momentos: as pessoas que estariam presentes quando as fotografias foram feitas buscariam reviver e comentar sobre seu passado em comum, reforçando experiências passadas de construção de relacionamento, tratando de seu relacionamento no momento presente. Além destas pontuações, percebemos que comentários poderiam ser capazes de alterar toda interpretação da situação, tendo em vista a possibilidade de um usuário levantar questões até então inexploradas em uma página.

Segundo Prieur e colaboradores (2008), há uma reciprocidade de 32% para comentários entre os usuários – ou seja, o fato do usuário A comentar, pelo menos, em uma página do usuário B, e este “retribuir” comentando também em uma página de A. Esses autores consideraram essa reciprocidade elevada, uma vez que os contatos “para retornar um comentário, é necessário mais do que clicar apenas em um *link*: eles têm de ir para a página do usuário, escolher uma foto e... encontrar algo a dizer” (PRIEUR *et. al.*, 2008, p. 4)⁶⁶. Tendo em vista essas ações necessárias para interagir, percebemos que estas podem revelar o interesse dos usuários para a manutenção dos laços nesse ambiente.

Aliado às discussões presentes nos comentários, existem as descrições contidas no título e legenda de um *post*. Tratam-se de recursos cujo usuário procura inserir observações, informações complementares, citações de autores, detalhes técnicos referentes à câmera utilizada ou a foto em si, dentre outros conteúdos – a critério de quem venha a fazer o *upload* das fotos.

⁶⁴ O texto em negrito, itálico, sublinhado ou riscado.

⁶⁵ Do inglês “unhas do polegar”, os *thumbnails* são versões reduzidas de imagens.

⁶⁶ Tradução livre para: “*returning a comment requires more than clicking on a link: you have to go to the user’s page, chose a photo and... find something to say*”

3.2.5. Tags e marcações

O site em questão possibilita de inserção de *tags* (etiquetas) e marcações nas fotos por qualquer usuário. Porém é necessário a quem postou a foto aceitar ou não determinada *tag* ou marcação, pois apenas com essa autorização a *tag* aparecerá no *post* para todos.

As *tags* são de natureza singular: apenas um indivíduo cria a *tag*, podendo ser tanto aquele que posta a foto quanto outros usuários (WAL, 2005). A inserção das mesmas facilita a busca pelas fotos⁶⁷. O usuário do *Flickr* poderia utilizar *tags* em suas fotos e através delas fazer a recuperação das mesmas. Outros usuários do sistema também seriam beneficiados com as *tags*, já que o sistema interconectaria fotos com as mesmas *tags* e assim forneceria mais resultados aos usuários nas buscas. Estas últimas podem ser feitas nas páginas de cada usuário ou grupo ou através de uma página que permite pesquisas através de fotos, grupos, e pessoas ou também através dos grupos, fotógrafos e lugares, caso um usuário cadastrado realize tal busca (ver figura 14).

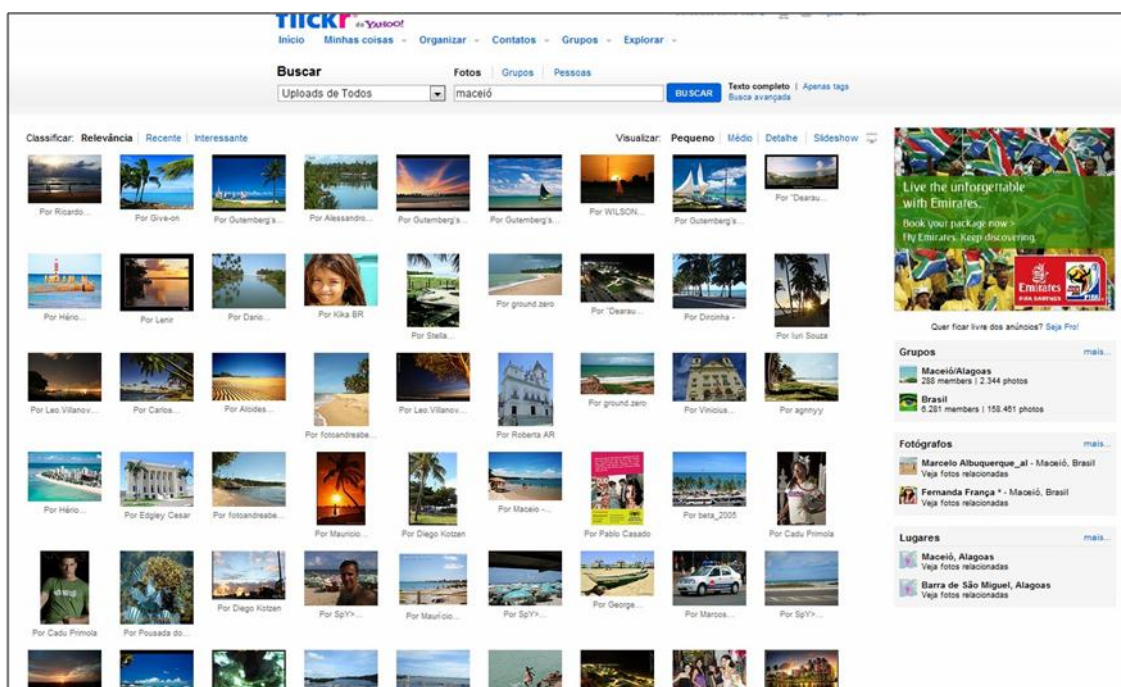


Figura 14: Busca por fotografias no Flickr.

Fonte: <<http://www.flickr.com/search/?q=maceió&w=all>>.

Como vemos na figura acima, as buscas através das *tags* podem ser feitas após a escolha no menu oferecido por uma página específica do sistema ou então diretamente nas *tags* disponíveis nas páginas dos usuários e dos grupos. No *Flickr*, fotos que não possuem

⁶⁷ O *Flickr*, inclusive, foi responsável por popularizar o conceito de *tagging*, em virtude da ênfase a esse recurso dada tanto pelo site como por seus usuários (AUCHARD, 2007).

tags não ficam conectadas com outras fotos no site, dificultando então a sua busca por meio desse recurso.

A escolha das *tags*, para registrar a visão do indivíduo sobre um determinado recurso a ser catalogado, pode ser percebida também como um ato de identificação com uma rede, mesmo que o indivíduo não formule tal intenção expressamente. Na visualização das etiquetas usadas com maior frequência por um usuário, esse aspecto ficaria mais visível – através da sua *tag cloud* (nuvem de *tags*) (ver figura 15).

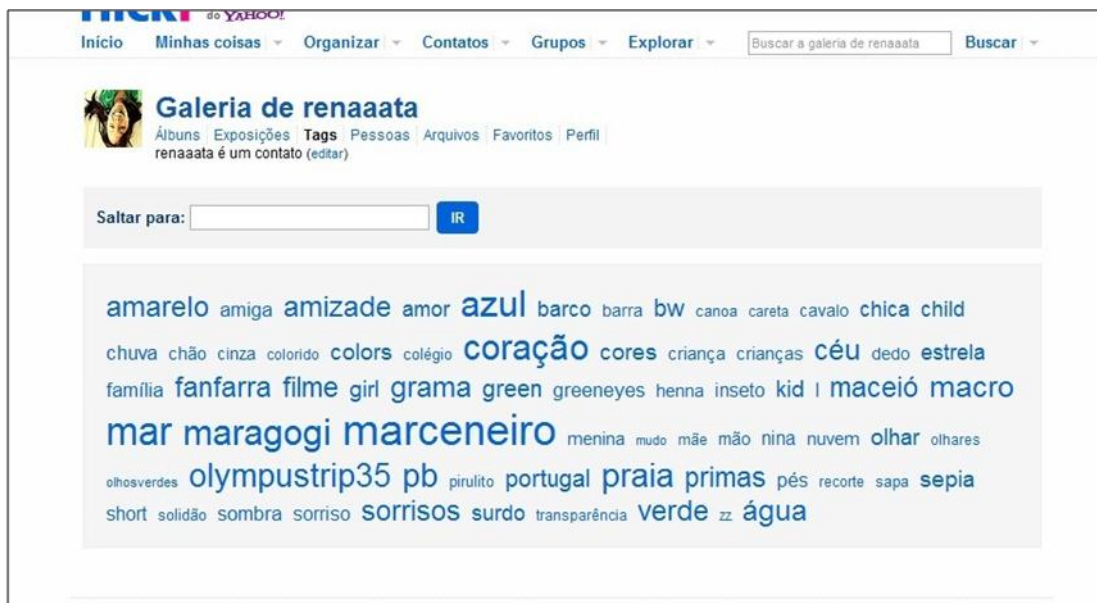


Figura 15: Nuvem de *tags* mais utilizadas pela usuária *renaaata*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/renaaata/tags/>>.

Nesse sentido, o sistema também estaria assumindo um papel na interconexão. Seria a partir do etiquetamento feito pelo usuário em suas fotos que o sistema criaria a *tag cloud* do usuário, de modo que as suas passariam a integrar a *tag cloud* do sistema: quando uma busca é feita, sua foto estaria disponibilizada para os outros.

Dessa forma, Aquino (2008) diz que a produção de conteúdo no site seria um processo coletivo entre usuário e sistema, justamente pelo fato de o sistema auxiliar neste processo interconectando as informações.

Sendo as fotos passíveis de *tagging* pelos usuários, e não apenas por quem posta as mesmas, pesquisas sobre esse recurso caracterizaram o uso de *tags* como uma prática de

*folcsonomia*⁶⁸ (AMSTEL, 2008; AQUINO, 2008; BEAUDOIN, 2007; CALDAS & MOREIRA, 2009; STURTZ, 2004). Trata-se de um esquema de classificação por palavras-chave ou etiquetas escolhidas pelos usuários.

A técnica de classificação apelidada de folcsonomia, portanto, se refere à categorização espontânea da informação, feita em cooperação por um grupo de pessoas. Como os próprios usuários seriam entendidos como os organizadores da informação, isso produziria resultados que refletiriam mais precisamente o modelo conceitual de informação desses indivíduos.

O neologismo foi criado por Thomas Vander Wal (2004). O mesmo autor representa em um infográfico de que forma o *Flickr* estaria empregando essa folcsonomia (ver figura 16). O site em questão se caracterizaria como uma folcsonomia estreita (*Narrow Folksnomy*), em que pode ser representada da seguinte forma:

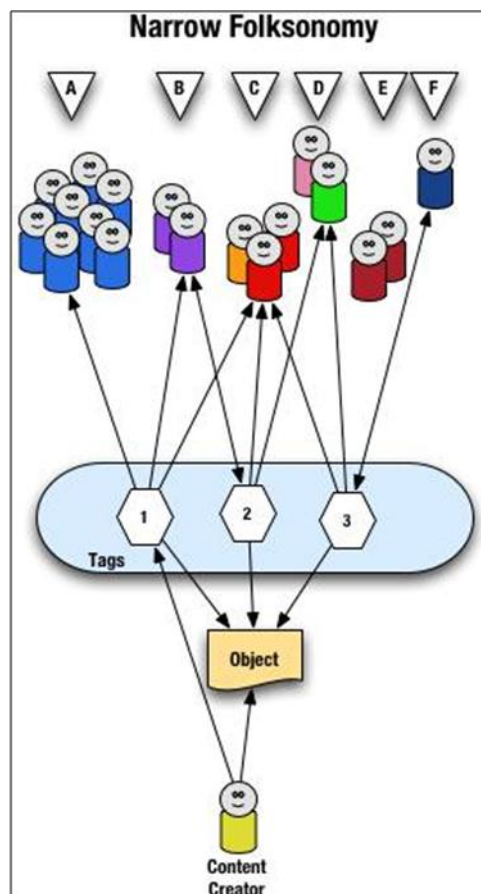


Figura 16: Esquema de folcsonomia do tipo *Narrow Folksnomy*.
Fonte: <http://www.personalinfocloud.com/2005/02/explaining_and_.html>.

⁶⁸ Ainda pode ser encontrada a tradução dessa palavra, no português, para folksonomy. No artigo de Amstel (2008), ele opta por traduzir como *folcsonomia* em virtude de se tratar do aportuguesamento das palavras *folklore* – como “folclore” – e *taxonomy* – como “taxonomia”.

Essa folcsonomia “estreita” observada no *Flickr* proporcionaria benefícios em categorizar fotografias que não seriam fáceis de pesquisá-las ou que não possuiriam outros meios para descrevê-las. Assim, várias pessoas atuando nessa inserção de *tags* seriam mais úteis do que se apenas um indivíduo viesse a descrever um objeto. É possível saber, dessa forma, como as *tags* remeteriam ao perfil de quem realiza a busca, ou que parte das pessoas que interagiriam com a foto a categorizariam por meio deste recurso.

A folcsonomia caracterizada como estreita possibilita, portanto, a adição de *tags* ao seu próprio vocabulário, estas que passarão a ajudar tanto os usuários que as criem quanto aqueles que venham a buscar as fotos posteriormente. A inserção coletiva de *tags* nos sites serviria, portanto, para organizar informações através de uma classificação informal (MATHES, 2004; MERHOLZ, 2004). Isto porque, na folcsonomia, essa classificação é feita pelos usuários através de um consenso entre eles: as *tags* inseridas passam pela aprovação de todos os engajados no ambiente de interação.

Aquino (2008) ainda defende que as interações entre os usuários no *Flickr* contribuiriam para a memória coletiva, ainda que estas não sejam estritamente necessárias. Por formarem grupos e por se conectarem entre si, tais interações acabam formando redes dentro do sistema. É nas redes estabelecidas dentro do sistema que ocorre a interconexão de fotos através das *tags*, marcar fotos como favoritas e assim travar interações com outros usuários. No momento em que estas passam a ter uma rotina de visitação, os usuários assariam a fazer parte da memória coletiva de uma determinada rede social dentro do sistema, ainda que não exclusivamente – não há nada que impeça que os usuários possam contribuir para a potencialização de outras memórias coletivas.

Do ponto de vista da linguagem, a utilização de neologismos, palavras chulas, gírias e palavras-chaves que apenas amigos percebem – aquilo que se costuma chamar de “piada interna” – como *tags* em folcsonomias pode denotar que os usuários desse site não estariam engajados na construção dessa memória coletiva; pois, ao mesmo tempo em que a inserção de *tags*, tanto na foto do usuário como na de outros, poderia se constituir enquanto construção de uma folcsonomia, a possibilidade de inserção de palavras como citadas acima criaria um “ruído” para a busca das fotografias que possam ter relação com um determinado tema em que se deseja realizar a busca. Entretanto, Amstel (2008) defende que essa utilização conotaria a intenção de pertencer a determinados grupos de falantes que possuem vocábulos próprios: a expressão da identidade do usuário em relação a estes grupos e a maximização das

trocas lingüísticas dentro e fora dos grupos seriam fatores-chave para o entendimento desta questão.

No que diz respeito às marcações, estas seriam inseridas nas fotos no intuito de frisar algo inerente a mesma – tendo em vista finalidades diversas: evidenciar a presença de alguma pessoa na foto ou de algum elemento que na ocasião mereça a atenção dos usuários que visitem a página.

Já no artigo de Kennedy e seus colaboradores (2007), eles mostraram como o uso de *tags* e descrições das imagens poderiam, juntos, ser usados para gerar conhecimento adicional acerca dos dados das fotografias ou mesmo aprimorar o acesso a esse tipo de conteúdo.

Após apresentarmos os recursos que tomamos como importantes para a pesquisa empírica desse trabalho, refletimos, a seguir, acerca das interações no *Flickr*, e levantamos questões no que diz respeito à existência de interesses no site, que estariam a definir os cenários de interação. Explanamos a seguir a interveniência dos mesmos na constituição de interesses dos usuários, resgatando as reflexões acerca da *performance* e da construção dos *significados* – levantadas no capítulo anterior.

3.3. Apontamentos sobre os recursos e os interesses dos usuários

Considerando as pesquisas aqui tratadas acerca desses ambientes do *Flickr*, percebemos que estas são oriundas predominantemente da Análise de Redes Sociais (ARS)⁶⁹, e identificariam questões inerentes às interações através de métodos de análise quantitativa. As pesquisas de campo acerca do site, daí, se detiveram principalmente a uma abordagem de como tais recursos podem intervir na interação a partir da quantidade de uso, por certo período de tempo e por uma determinada rede social no site. Estas enfocaram, então, a estrutura, mais do que as partes e as interconexões entre essas partes, em uma tentativa de observar os padrões que unem os elementos no site – correlações entre o uso de recursos por redes de usuários.

Nesse sentido, percebemos nessa literatura a ausência de uma compreensão sob o ponto de vista de como seria possível analisar as interações tendo em vista uma abordagem do

⁶⁹ Conjunto de conceitos operacionais, baseado em modelos estatísticos, para a compreensão de dinâmicas de redes sociais. A análise de redes sociais consiste no mapeamento da relação entre os diversos atores de uma organização e a representação desses relacionamentos na forma de matrizes, gráficos e análises quantitativas das Redes.

fenômeno que enfocasse relações entre os atores – por meio de uma pesquisa de campo de caráter etnográfico.

Entendemos então que, dentre as pesquisas já realizadas acerca do site, há uma lacuna referente a análises que pudessem compreender as interações de modo a perceber como os recursos aqui tratados teriam seus *significados* construídos coletivamente, através de um processo interpretativo. Nossa pesquisa, assim, busca auxiliar nessa reflexão, ao trazer uma discussão sobre os usuários do *Flickr* fundamentada em uma microssociologia das interações – esta caracterizada pela busca em compreender métodos utilizados pelos indivíduos enquanto desempenham seus diferentes papéis. Para essa compreensão, a pesquisa aqui empreendida faz uso das perspectivas interacionistas e dramatúrgicas.

Assim, considerando os dois aspectos levantados no capítulo 2 – o exercício da *performance* e a construção do *significado* dos objetos – percebemos ser possível analisar o modo como os usuários desempenham eventuais papéis. Para tanto, fazemos a relação de padrões de interação no *Flickr* com os interesses dos usuários no ambiente.

Dessa forma, tendo em vista a fundamentação teórica desse trabalho e levando em conta a experiência direta sob o *corpus* empírico, partimos do princípio de que os usuários exercem *performances* de modo a criar perfis baseados em seus interesses no site; nesse caso, eles seguiriam padrões de interação no dado sistema de compartilhamento, e assim buscariam mantê-los na ação com seus interlocutores.

Ainda, esses usuários estariam se baseando em características associadas ao modo como os recursos existentes no *Flickr* – apresentados nesse capítulo – estariam operando na construção dos *significados* dos objetos perante cada envolvido. Ou seja, os objetos seriam aqui entendidos como esses recursos os quais, pontuamos, se apresentam como intervenientes para o entendimento dos interesses dos usuários; nessa perspectiva, o *significado* de cada recurso seria construído nas interações ocorridas nas páginas, a partir dos interesses. Portanto, entendemos que na interação o *significado* dos objetos estaria sendo interpretado considerando interesses a serem configurados pelos usuários.

Nesse sentido, defendemos que os interesses dos usuários, o que caracterizaria os seus engajamentos no *Flickr*, estariam divididos em três modos: *afetivos*, *estéticos* e *promocionais*. Classificação da qual tratamos a seguir.

3.3.1. Interesses afetivos, estéticos e promocionais

O (1) primeiro interesse aqui proposto seria aquele caracterizado como *afetivo*; ou seja, relacionado a usuários que estariam a utilizar o Flickr como “diário pessoal”, compartilhando momentos do seu dia-a-dia: festas, encontros com amigos, viagens, momentos no trabalho, passeios, dentre outros.

Dessa forma, com relação à *performance*, entendemos que os usuários estariam construindo um perfil sem a preocupação de se representar como um fotógrafo – profissional ou não – interessado em como o *Flickr*, por meio das interações com outros usuários, poderia auxiliá-lo na reflexão do seu fazer fotográfico. Atuando dessa forma, entendemos que o usuário conseguiria desviar o foco de sua preocupação pelas questões inerentes a produção da imagem, ao mesmo tempo em que evita também interações que venham a questionar a “qualidade” (ou não) das suas fotografias.

Ainda, um perfil com essas características seria gerenciado apenas por um indivíduo. Nesse sentido, este traria as discussões apenas para suas vivências cotidianas, sem necessariamente buscar representar um determinado coletivo.

Já as descrições – títulos e legendas – não seriam voltadas ao estabelecimento de critérios formais, objetivos, de modo àqueles usuários que não conhecem o usuário em questão possam ter uma idéia mais precisa de quem seja o dado indivíduo e do que este buscaria retratar em suas páginas. Dessa forma, suas descrições não teriam pretensões de exaltar qualidades quanto a aspectos ligados à fotografia em si: discussões em torno de enquadramento, enfoque, luz e sombra, e qualquer outra questão que possa remeter a um apuro estético.

Usuários com esse interesse se caracterizariam principalmente na busca pela manutenção de relações com pessoas – principalmente aquelas percebidas como mais próximas (laços fortes). Haveria também laços fracos, embora acreditemos que as interações aqui travadas exigiriam uma maior cumplicidade. O estabelecimento de laços seria importante para a manutenção da conta desse usuário, visto que ele não faria uso do *Flickr* para divulgar algum produto ou marca, ou mesmo como forma de apresentar seu trabalho fotográfico para outros usuários da rede.

Já com relação ao *significado* dos objetos, os comentários nas páginas desse usuário – assim como as marcações – discutiriam principalmente o registro dos acontecimentos

presentes na foto postada, ressaltando vivências cotidianas, o compartilhamento de experiências entre pessoas que estiveram presentes na situação retratada.

Usuários com esse interesse não se preocupariam em utilizar muitas *tags*, no sentido de manter uma organização da interpretação de suas fotos, como também de organizar e facilitar a busca pelas mesmas no sistema. Acreditamos que haveria *tags* que estariam direcionadas a um grupo restrito de usuários para a sua compreensão, a exemplo de laços fortes.

Entendemos, ainda, que um usuário com este perfil estaria menos preocupado em organizar suas fotos em grupos e álbuns, tendo em vista a compreensão das pesquisas tratadas nesse capítulo com relação ao fato desses recursos auxiliarem no modo de organização dos arquivos de um usuário.

Haveria, nas páginas desse usuário genérico, uma menor probabilidade de ocorrer “favoritamentos” e fotos pertencendo a “expôs”, visto que as páginas não buscariam compartilhar qualidades estéticas a serem exaltadas na fotografia – merecendo nesse caso um reconhecimento por parte daquele que interage.

Em seguida, a (2) segunda proposição relativa a perfis assumidos por usuários refere-se àqueles com interesses *estéticos*, e busca classificar indivíduos que fazem uso do *Flickr* para divulgar seus trabalhos fotográficos; nesta categoria, os usuários teriam uma intenção de pertencer a classes relacionadas ao fazer fotográfico, dentre estas, algumas consideradas de cunho profissional – como fotojornalismo, etnofotografia, fotografia publicitária e fotografia de registro de eventos – ou estariam situados no campo das artes visuais, em geral.

Partindo desse pressuposto, em sua *performance*, acreditamos que os usuários com esse interesse não se enquadrariam em um perfil dedicado a postar fotos como mero registro de acontecimentos, sem intenção de exaltar possíveis qualidades inerentes à fotografia. Dessa forma, buscariam se apresentar delimitando suas intenções no ambiente, e deixando claros os propósitos para interação em suas páginas.

Nas descrições, suas páginas buscariam compartilhar discussões acerca do fazer fotográfico, discutindo técnicas e dispositivos capazes de trazer qualidades estéticas para seu trabalho. Nesse sentido, acreditamos que eles estariam se relacionando com aqueles de mesmo interesse. Assim, se diferencia do primeiro caso, pelo fato de que este não toma como base para o estabelecimento de laços apenas o usuário que poderia manter contato, mas também o seu trabalho fotográfico.

Com relação ao *significado* dos objetos, usuários com esse interesse estariam preocupados em categorizar suas fotos e inserir informações que pudessem servir como mecanismos para interação – funcionando assim o *Flickr* como uma rede de contatos entre pessoas com interesses fotográficos semelhantes.

Os comentários buscariam discutir qualidades estéticas presentes nas fotografias postadas; desse modo, seria possível observar uma preocupação desses usuários com o olhar do outro, com relação ao modo em ele realizou a captura da imagem e por meio de quais procedimentos técnicos e enquadramentos se obteve o resultado postado em sua página. Já as marcações estariam a ocorrer tendo em vista a possibilidade de evidenciar algo presente na fotografia, possibilitando novas leituras e discussões sobre a mesma.

Haveria ainda uma preocupação com o modo como as fotos estariam sendo descritas e categorizadas. Nesse sentido, cremos que as fotografias postadas por esses usuários teriam um grande uso de *tags*. O uso de muitas, e variadas, facilitaria também a procura por fotos inclusive fora do ambiente do *Flickr*, devido ao site permitir que estas possam ser achadas em motores de busca.

De forma análoga, a preocupação em categorizar refletiria na inserção das fotos em diversos grupos e álbuns, ampliando assim as formas de entendimento do que a foto estaria sendo interpretada por ele de modo a criar estratégias de construção do *significado*.

Sendo a interação percebida aqui através dos interesses estéticos, e considerando o modo pelo qual isto pode ajudar na construção de um repertório visual, um recurso utilizado nas páginas desse usuário seria o “favoritamento” das fotos, para que ele perceba como estas passam a ser aceitas por usuários. De forma semelhante, a inserção em “expôs” seria um recurso mais propenso a utilização por esses usuários, tendo em vista a possibilidade das fotos pertencerem a exposições nas páginas de pessoas que se interessaram pelo trabalho de um usuário.

O (3) último modo aqui apresentado – relacionado aos usuários que demonstram interesses *promocionais* – enfoca uma prática que remete à ênfase no ato de enaltecer terceiras pessoas ou instituições: lojas, marcas ou produtos dos mais diversos, eventos, artistas, políticos exercendo mandato ou candidatos nas eleições, instituições públicas de todas as instâncias, associações ou movimentos da sociedade civil organizada.

Acreditamos que nas ações performáticas destes existiria uma intenção de utilizar o site como alternativa de publicizar produtos ou serviços oferecidos. Dessa forma, o perfil do

usuário seria concebido de forma institucional, de modo que caracteristicamente, este se delimitaria à fixação de um determinado produto na internet – através de sites oficiais ou como por meio de sites promotores de redes sociais, a exemplo do próprio *Flickr*.

Acreditamos que usuários com tais interesses obedeceriam um perfil basicamente composto por profissionais liberais, empresas, políticos, organizações da sociedade civil e governos em suas mais diversas instâncias. Desse modo, é possível que na maioria dos casos os perfis não digam respeito a um indivíduo em específico, mas sim a alguém que apareceria aqui como mero operador de uma rede de atores que compõem o usuário.

Em suas páginas, as descrições girariam em torno de evidenciar um produto, de modo a categorizá-lo e descrevê-lo de um modo mais “formal”, se comparado aos interesses anteriores. Ainda, a manutenção ou o estabelecimento de laços nesses casos estaria limitada, pois as pessoas que buscassem interagir com estes estariam restritas aquelas com uma admiração anterior ao produto – afinidade pelo mesmo, independente do modo como este exercesse sua *performance* no site.

Na construção dos *significados*, os comentários e marcações ocorreriam em torno do produto, evidenciando qualidades inerentes ao mesmo, em detrimento de questões inerentes ao fazer fotográfico desse usuário.

No caso das *tags*, haveria uma utilização das mesmas, no sentido de facilitar a busca pelo produto em questão. Acreditamos, contudo, que haveria uma pequena variedade de *tags*, pois não haveria interesse desses usuários por estarem presentes em resultados de buscas que venham a comprometer a imagem do produto em questão.

Ainda no que se refere à categorização, as fotos estariam inseridas em poucos grupos e álbuns, no geral. Não raro estas estariam apenas restritas a divulgação apenas na própria página. Acreditamos, por fim que poucos seriam os “favoritamentos” e as fotos inseridas em “expôs” desses usuários, visto que a admiração a esses usuários ocorreria sem a necessidade de depender estritamente da qualidade das fotos – em um sentido de “deleite” estético para aquele que a visualizaria.

Chegando, enfim, ao último capítulo, tratamos da pesquisa empírica e da metodologia empregada para a coleta de dados para a argumentação acerca desses interesses no *Flickr*. É necessário pontuar que tal argumentação foi, no decorrer deste trabalho, fundamentada no modo pelo qual as *performances* dos usuários estariam sendo exercidas através de um processo interpretativo, tendo em vista a consideração dos objetos envolvidos para a

construção dos referenciais identitários por meio de suas páginas – nesse caso, entendidos aqui como os recursos providos pelo contexto experimentado.

Capítulo 4

Pesquisa empírica

O presente capítulo objetiva tratar do detalhamento da pesquisa empírica aqui empreendida. De início, explicamos a metodologia utilizada para obtenção dos dados necessários para os argumentos desse trabalho. Em seguida, é proposto um entendimento das interações do ambiente tendo em vista três modos de exercer *performances* – estes baseados nos interesses dos usuários no ambiente. Tais interesses, como defendemos aqui, podem ser percebidos pelo modo como os usuários se apropriam dos recursos existentes para a interação, e no modo pelo qual, interpretam as ações dos outros na ambiência das páginas do *Flickr*.

Observando o fato de as páginas exercerem papel fundamental nas interações, a pesquisa partiu do princípio de as mesmas só fazem sentido de serem criadas se delas forem extraídas trocas de conteúdo simbólico. Por meio dessas trocas, então, é possível perceber como o site estaria se apresentando como uma ferramenta para a criação de cenários de interação, que seriam as páginas dos usuários.

Ainda, defendemos ser possível perceber como certos recursos estariam a operar com o objetivo de se construir interpretações determinantes para o modo como os usuários adotariam *performances* nas páginas. Nas seções seguintes discutiremos essas questões.

4.1. Metodologia

Como estratégia metodológica para examinar as interações ocorridas no site, decidimos categorizar usuários tendo como pressuposto a existência de interesses, como já explicado no final do capítulo anterior. Desse modo, compreendemos que os referenciais identitários dos usuários são adotados considerando a existência de interesses *afetivos*, *estéticos* e *promocionais*, no *Flickr*.

Defendemos, para a pesquisa empírica, que esses interesses podem ser detectados nos usuários através de uma análise de suas páginas. Para tanto, organizamos a pesquisa através de dois momentos.

No primeiro, fizemos uma seleção de usuários brasileiros do *Flickr*, através da página do site que lista os *uploads* recentes de usuários do país, acessada por meio da seção *Explorar*

do site, na escolha por *Lugares*⁷⁰; nessa seleção, consideramos aqueles que postaram mais de cinco vezes durante o período de 30 de outubro a 14 de novembro de 2010, o que resultou em um total de 42 usuários. A seleção, dessa forma, se baseou na atividade ocorrida entre os usuários durante um determinado período de tempo no site – durante esses 16 dias. De modo a manter um critério objetivo na coleta das páginas, optamos por fazer a seleção no mesmo horário desses dias – às 23:30.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, vale ressaltar que a análise não se dispôs a ter um recorte que priorizasse resultados com significância estatística; nem tampouco o número de usuários buscou se basear em dados proporcionais que correspondessem a uma amostra significativa, tendo em vista a quantidade de cadastrados no Brasil.

Tendo em mãos os 42 usuários selecionados do site, partimos para o segundo momento da pesquisa, o qual consistiu na análise desses usuários por meio de duas matrizes (ver tabelas 1 e 2⁷¹) cujas páginas foram submetidas; ou seja, a partir dos critérios de investigação propostos nessas matrizes, buscamos compreender como os usuários estariam gerando e compartilhando conteúdos, e como estariam ocorrendo interações na ambiência do site. Nesse sentido, consideramos critérios a serem pontuados com relação à *performance* e à construção dos *significados* por meio de recursos existentes no *Flickr*, selecionados para essa pesquisa e já tratados anteriormente – no capítulo 3.

As etapas da pesquisa são mais detalhadas após uma breve digressão sobre o aporte metodológico aqui empregado – a etnografia virtual.

4.1.1. Digressão sobre o aporte metodológico

Temos como aporte metodológico aqui empreendido a etnografia virtual, desenvolvida principalmente a partir dos trabalhos de Christine Hine. Esta é derivada da etnografia, cujo procedimento de análise empírica dos fenômenos consiste na adoção, pelo pesquisador, de uma postura de imersão no *corpus* e na consideração das relações formadas entre aqueles participantes dos processos sociais desse *corpus*, para compreender relações das pessoas com o contexto.

Ainda, Braga (2007) diz que tal proposta de etnografia, aplicada à ambiência digital, estaria representando um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em

⁷⁰ Disponível em: <<http://www.flickr.com/places/Brazil>>. Acesso em dezembro de 2010.

⁷¹ As tabelas aparecem na página 5.

campo etnográfico usando o meio eletrônico para buscar o mapeamento de padrões sócio-comportamentais dos usuários. Na etnografia virtual, o enfoque leva em conta práticas de consumo midiático, processos de sociabilidade e fenômenos comunicacionais que envolvem representações do “eu” dentro de comunidades na internet (BRAGA, 2007).

Kozinets (2002), por sua vez, enumera três formas eficazes de captura de dados. A primeira diz respeito aos dados coletados diretamente dos membros dos grupos de interesse – nos quais cabe ao pesquisador fazer uso de enquadramentos para obtenção de informações de relevância para os propósitos de sua pesquisa. A segunda consiste em informações que o pesquisador observou das práticas comunicacionais dos membros das comunidades, das interações, simbologias e de sua própria participação. A observação participante abriria espaço para o etnógrafo ter acesso a processos que dificilmente teria, assim como reduziria possíveis viesamentos que por ventura acontecessem no ambiente, caso se apresentasse como tal. Tal viesamento pode ocorrer porque, para Soriano (2007), a presença do investigador sempre incide de alguma maneira na vida cotidiana observada. Já a terceira forma refere-se aos dados levantados em entrevistas ou questionários com os indivíduos. Com relação a essa última forma, segundo Winkin (1998) poderia servir para tentar reconstituir a percepção do lugar por meio de seus diferentes usuários.

Assim, percebemos que a etnografia virtual se configura enquanto uma metodologia, com o objetivo de preservar os detalhes da observação em campo etnográfico utilizando da internet, como os SRS para a observação dos envolvidos. Tendo em vista as possibilidades exploratórias das interações nos sites, consideramos que a etnografia virtual se apresentou como uma metodologia relevante para a compreensão do fenômeno em questão. Isto porque foi capaz de se realizar uma imersão no *corpus* empírico analisado, no lugar onde ocorrem as interações entre os usuários na comunicação mediada pelo computador, de modo a coletar as informações necessárias às argumentações aqui propostas.

Por meio da observação não-participante, foi possível analisar o material empírico e discutir o modo como os usuários estariam a exercer sua *performance* por meio da construção do *significado* perante os objetos envolvidos no site. Seguindo esse método de coleta de dados, foram analisadas páginas dos usuários, adotando como pressuposto a investigação de interações e simbologias presentes nelas. Por meio dos critérios para a escolha do *corpus*, entendemos que esses usuários estavam familiarizados com as situações do site, interagindo de forma não-anônima a partir de linguagens e símbolos específicos, de modo a manter certas *performances* no contexto.

Segundo Hine (2005), tecnologias contemporâneas de comunicação necessitam de uma metodologia capaz de considerar questões como a sociabilidade e a apropriação dessas tecnologias, tendo em vista que os agentes de mudança seriam os usos e as construções de *significados* ao redor das mesmas. Desse modo, é importante compreender de que modo se percebe a apropriação dessas tecnologias nesses ambientes de interação por parte dos usuários, com o objetivo de tornarem-se objetos importantes também para compreensão dessa pesquisa.

Então, acreditamos que o uso desse aporte metodológico foi importante tendo em vista as orientações que o pesquisador deve ter com relação à coleta e análise dos dados empíricos – por meio da observação não-participante do fenômeno. Daí, considerando o *Flickr*, defendemos a adoção da etnografia virtual para a compreensão das interações na ambiência do site, levando em consideração a presença da rede social e dos recursos para a formatação dos cenários de interação.

4.1.2. Matrizes de análise

Para a pesquisa de campo, foram elaboradas matrizes, com o objetivo de analisar as páginas dos usuários selecionados. Nessa análise, buscamos detectar a presença de características peculiares, ou mesmo semelhantes, nos usuários com os três interesses aqui propostos.

Essas matrizes tiveram como objetivo estabelecer esquemas de compreensão, e partiram do pressuposto de que os usuários interagem nas páginas baseados em alguns critérios a serem discutidos, negociados, ressignificados perante as situações que se impõem aos engajados. Ainda, as matrizes buscaram auxiliar na compreensão das proposições acerca dos interesses no *Flickr*, nos municiando de argumentos que pudessem ser importantes para a categorização aqui pretendida.

Os critérios para análise dos usuários foram divididos a partir do modo em que os indivíduos estariam a exercer a *performance* (ver tabela 1) e do modo com que os *significados* estariam sendo construídos na interação (ver tabela 2), considerando alguns recursos que seriam intervenientes nesses ambientes.

Tabela 1: Critérios para análise da *performance*

1. Tipo de informações do perfil
2. Gerenciador da conta
3. Tipos de títulos e legendas
4. Contatos que interagem

Nessa primeira tabela, são considerados: (1) informações presentes no perfil; (2) por quem é gerenciada a conta – se por um indivíduo ou por um grupo, e no que essa variável poderia auxiliar na categorização; (3) o modo como descrevem os títulos e as legendas – questões referentes à como eles buscariam certas discussões em suas páginas por meio desses recursos; (4) os contatos nos quais os usuários interagem – de modo a compreender se esse público seria composto por pessoas socialmente próximas (laços fortes) ou distantes (laços fracos), e no que isso poderia ser relevante para o entendimento dos interesses.

Tabela 2: Critérios para análise da construção dos *significados*

1. Tipo de comentários
2. Presença de marcações
3. Número de <i>tags</i>
4. Tipos de <i>tags</i>
5. Número de grupos em que a foto se encontra
6. Número de álbuns em que a foto se encontra
7. Número de “favoritamentos” das fotos
8. Número de fotos participando de “expô”

Já com relação à segunda tabela, são analisados: (1) as discussões presentes nos comentários – quais questões estariam envolvendo determinados interesses, de modo a diferenciá-los um dos outros; (2) a presença de marcações – se haveria uma correlação entre o número de marcações com os interesses dos usuários; (3) a quantidade de *tags* inseridas – se houve uma correlação entre o número de *tags* com os interesses dos usuários; (4) os tipos de *tags* – quais os objetivos para inserção de algumas *tags*, em detrimento de outras, e no que isto poderia auxiliar na categorização aqui proposta; (5) o número de grupos que a foto pertence – buscando compreender a existência de uma correlação entre o número de grupos com os interesses dos usuários; (6) o número de álbuns que a foto pertence – buscando compreender a existência de uma correlação entre esse número com os interesses dos usuários; (7) o número de “favoritamentos” das fotos – se as páginas de determinados interesses teriam maior propensão às suas fotos obterem algum reconhecimento, indicado por

meio dessa ação; e (8) a presença de fotos participando de “expôs” – se haveria uma correlação entre essa constatação com os interesses dos usuários.

Partindo, então, para os resultados, consideramos importante salientar que as caracterizações apresentadas tratam-se de proposições dessa pesquisa, nas quais são discutidas nas seções seguintes desse capítulo, tendo como base para tal entendimento a metodologia aqui explicada.

Portanto, não defendemos a existência de alguém com um perfil “ideal” – ou seja, que viesse a apresentar todas as características, apresentadas nos critérios, necessárias para a categorização dele como pertencente a algum interesse. O que propomos aqui é a predominância de características que pudessem – por meio do entendimento da sua *performance* e da construção de *significados* perante alguns recursos selecionados – ser detectadas e, com isto, pudéssemos categorizar os usuários de acordo com os três interesses propostos.

4.2. Resultados

Nas próximas seções, apresentaremos casos em que destacamos dos resultados obtidos da pesquisa empírica, apontando questões referentes a cada interesse proposto com relação ao modo como exercem *performances* e como os *significados* são construídos nas páginas.

De modo a sistematizar a análise dos interesses, buscamos apresentar duas tabelas para cada um conjunto de usuários com o mesmo interesse, nas quais respondiam aos critérios apresentados na matriz de análise; em seguida pontuamos cada critério, tendo em vista o modo no qual esses usuários estavam exercendo suas *performances*, associado ao modo no qual os *significados* perante os objetos – recursos – estavam sendo construídos por eles e interpretados pelos demais.

4.2.1. Interesses *afetivos*

O primeiro caso aqui discorrido, daqueles com interesses *afetivos*, pôde ser constatado em 13 usuários na pesquisa. Por meio da análise de suas páginas, apresentamos a seguir os resultados argumentando questões acerca da *performance* e da construção do *significado*.

4.2.1.1. Performance

Com relação às suas *performances*, entendemos que esses usuários estavam concebendo o site como um mecanismo de expor questões referentes a momentos do seu dia-a-dia, de modo a se representar como alguém interessado em estreitar relações com sua rede social. Assim, tendo como base a matriz de análise proposta, chegamos ao seguinte resultado (tabela 3):

Tabela 3: Performance dos usuários com interesses afetivos

Critério	Característica
1. Tipo de informações do perfil	Informal
2. Gerenciador da conta	Pessoal
3. Tipos de títulos e legendas	Descrição aberta
4. Contatos que interagem	Laços fortes e fracos

Nesse sentido, percebemos que ocorreu uma ausência em criar um perfil que respondesse a questões objetivas de sua intenção em ingressar no site (tabela 3, critério 1). Daí, constatamos uma liberdade maior no modo como estavam construindo seus perfis. Como vemos no usuário "*Kbrall*" / *Fábio Medeiros*:

Kbrall: Torcedor da Lusa; Sócio-Diretor do Esporte Interativo; Ex craque da ESPM; Pai do Nuno, que também torce pra Lusa; Vive na ponte aérea.

(Usuário "*Kbrall*" / *Fábio Medeiros*)

Fonte: pesquisa de campo

Percebemos que em nenhum momento ele buscou exercer uma *performance* que auxiliasse os demais usuários a compreender propósitos objetivos de sua participação no site – ele fala apenas de futebol e do seu trabalho –, facilitando com isto um relacionamento com outros usuários menos ligados a questões referentes a um apuro *estético* do qual suas fotos possam não só suscitar, mas também na forma como é possível tal discussão em suas páginas.

Outra questão que pontuamos diz respeito à conta ser gerenciada por apenas um usuário (tabela 3, critério 2), no qual teve a possibilidade de levantar, em sua *performance*, questões mais pessoais, referentes à sua vivência cotidiana, perante momentos que julgaram ser importantes de compartilhar com os demais usuários no *Flickr*.

Com relação às descrições (tabela 3, critério 3), suas *performances* pretenderam expor detalhes de suas vivências, buscando compartilhar esses momentos. Como temos no exemplo abaixo, em uma das páginas da usuária *Camila - Coleção* (figura 17).



Figura 17: Página da usuária *Camila*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/47651948@N03/5134227820>>

Como vemos na legenda da figura acima, a usuária intitulou a foto com o dia do ano⁷² e, na legenda, escreveu sobre o dia em que trabalhou como mesária nas eleições desse ano, explicando que gosta do trabalho e inserindo ao final um *emoticon*⁷³ “^^” – indicando alegria. Nos comentários dos demais usuários, a sua *performance* direcionou as discussões dos mesmos, que comentaram:

Eu tb sou mesária, e detesto! As folgas não fazem diferença pra mim pq no momento não estou trabalhando. Só o ticket que vale a pena. Esse ano eu fiz um requerimento pedindo a dispensa para as próximas eleições e espero que dê certo.
Eu não sou voluntária, certo dia, chegou uma carta do tre, e se não comparecer, tem processo, multa e sei lá mais oq... Essa foi minha terceira eleição.

(Usuária ♥*cpalσμα*♥)

Fonte: pesquisa de campo

⁷² *Camila - Coleção* pretendeu em sua página criar um “projeto” (Projeto 365), no qual buscou postar uma foto por dia, durante um ano

⁷³ Forma de comunicação paralinguística. O nome é derivado da junção (em inglês) de *emotion* (emoção) e *icon* (ícone). Assim, compõe uma seqüência de caracteres tipográficos, com o objetivo de expressar algum estado emocional.

Mais uma eleição vc ja naum e' + chamada. Se vc faltar naum da' tanto problema como o povo fala, um mesário da minha sessão faltou, justificou e pagou uma multa. So' naum faca isso se vc pretende prestar concurso publico, q mela. Parece q nem da' problema p/ tirar passaporte, so' confirma isso. Beijoss

(Usuária *Sar!ta no Flickr*)

Fonte: pesquisa de campo

Como percebemos, o fato da usuária *Camila – Coleção* direcionar em sua página as discussões com relação às eleições resultou em comentários de usuários que discordavam em estar participando também como mesários no processo eleitoral. Houve, nesse sentido, um compartilhamento de questões voltadas ao que *Camila - Coleção* buscou trazer, por meio da descrição.

A descrição foi então caracterizada por aberta devido ao fato desses usuários não seguirem, usualmente, um “padrão” por meio do qual buscassem seguir durante suas páginas, podendo em muitos casos tratar de alguma questão que envolvesse a foto, porém em outros casos fazer citações de poemas, ou ensinamentos. Como no caso da usuária *Sil Artesanato*, que em uma página sua⁷⁴ escreveu no título, seguido da legenda:

TECIDINHOS

Pra minha mana Débora, de Portugal.

(Usuária *Sil Artesanato*)

Fonte: pesquisa de campo

Em outra página sua⁷⁵, o título e a legenda foram:

NA VIDA TUDO TEM O SEU COMEÇO...

E o momento exato para acontecer!!!

Eu REcomeço todos os dias quando acordo..

Na foto "o começo" da REutilização de mais um CD zinho :)

Fiquem com DEUS e keep the faith, linda sexta.

(Usuária *Sil Artesanato*)

Fonte: pesquisa de campo

Como percebemos nesses exemplos, a usuária na primeira página buscou apenas ressaltar o que se tratava a foto – com o título “Tecidinhos” – e em seguida dedicou esses tecidos a alguém. Já na segunda descrição, percebemos que a usuária buscou tratar de uma

⁷⁴ <<http://www.flickr.com/photos/silartesanato/5170900787/>>.

⁷⁵ <<http://www.flickr.com/photos/silartesanato/5168801412/>>.

capa de CD que esteve trabalhando por meio de uma linguagem poética, diferente da objetividade constatada por nós na página citada anteriormente.

Nesses casos acima mencionados, buscamos mostrar como a *performance* em usuários desse interesse estava sendo exercida de modo a ocorrer a manutenção de relações; ou seja, como percebemos, nesses usuários houve uma preocupação pela resposta acerca do compartilhamento de sua vida pessoal, principalmente entre aqueles que o conhecem. Isto porque, podemos detectar uma maior cumplicidade nas interações, voltada a laços sociais – quer sejam fortes ou fracos.

Entendemos os usuários dessa maneira, pois observamos, nas suas *performances*, que eles não buscaram exaltar qualidades quanto a aspectos ligados a fotografia postada. Ou seja, mesmo que eles julgassem a existência de qualidades inerentes à mesma – pontuando questões como enquadramento, enfoque, luz e sombra, dentre outras – essa amostra de usuários não se voltou a interagir por meio de discussões acerca dessas questões, como também não se voltou a uma rede social que se interessasse por isto.

Então, no que diz respeito à sua rede de contatos (tabela 3, critério 4), a possibilidade de entendimento dos mesmos como indivíduos socialmente mais próximos a ele o levou a interpretações de como estes podem compreender as discussões geradas em suas páginas. Por meio destas, citamos o usuário *tioricocampos*, no qual percebemos o modo em que ele estava se destinando a uma rede de contatos que possuía algum conhecimento dele (figura 18).

Por tioricocampos
Ricardo Campos

Esta foto foi tirada em 30 de outubro de 2010 in Praia De Belas, Porto Alegre, RS, Brasil.

CHILE South Atlantic Ocean
©Yahoo!2010, ©NAVTEQ, ©InfoSystems20

45 visualizações

Esta foto pertence a

Galeria de tioricocampos (1044)

Esta foto também aparece em

antigas (álbum)

Tags

Porto Alegre • RS • Brasil • Brazil • Febem • Fase • alunos • students • informática • computer

alunos-informatica-febem-2001-02

Fotos antigas.
Meus alunos de informática da antiga Febem, hoje Fase, de Porto Alegre.

Comentários e favoritas

Figura 18: página do usuário *tioricocampos*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/35582541@N00/5129859331/>>

Na figura acima, percebemos que o usuário criou sua página destinada a uma rede que o conhece tendo em vista que, tanto nas suas *tags* quanto na sua descrição, *tioricocampos* relata um momento de sua vida no qual – tendo conhecimento dessa rede que se relaciona – possibilita-o não precisar explicar que foi professor, de algum local e de alguma disciplina – difícil de precisar exatamente para aqueles que não o conhece. Assim a interpretação da rede, e de como a informação pode ser transmitida a esta – como levantaram Richter e Shadler (2010) – se mostrou uma variável importante para as interações.

Em um exemplo do usuário *Cogitação - ☼•cogito ergo sum•☼*, sua página buscou apresentar uma foto do seu trisavô, que estava inserida em um álbum de fotos de sua família (figura 19).



Figura 19: página do usuário *Cogitação - ☼•cogito ergo sum•☼*.
Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/46170325@N06/5133717829>>.

Em outros casos desse usuário, como em páginas dos demais com esse interesse, percebemos essa relação com pessoas próximas, que por ventura se interessem por saber questões sobre a vida pessoal de sua rede. A exemplo de álbuns de família, no qual *Cogitação - ☼•cogito ergo sum•☼* também se utilizou para organizar essa mostra de seus parentes.

Daí, notamos que o estabelecimento de laços foi importante para esses usuários, visto que eles não fizeram uso do Flickr para divulgar algum produto ou marca, ou mesmo como forma de obtenção de respostas acerca do seu trabalho fotográfico.

4.2.1.2. *Significado*

Com relação à construção dos *significados*, por meio de alguns critérios presentes na análise tendo em vista a segunda matriz, temos o seguinte resultado (tabela 4):

Tabela 4: *Significado dos objetos dos usuários com interesses afetivos*

Critério	Característica
1. Tipos de comentários	Comentários em torno dos registros históricos das fotos
2. Presença de marcações	Poucas marcações
3. Número de <i>tags</i>	Poucas <i>tags</i>
4. Tipos de <i>tags</i>	<i>Tags</i> “íntimas”
5. Número de grupos em que a foto se encontra	Poucas fotos em grupos
6. Número de álbuns em que a foto se encontra	Poucos álbuns
7. Número de “favoritamentos” das fotos	“Favoritam” fotos de contatos
8. Número de fotos em “expôs”	Poucas

Analisando cada critério individualmente, temos que o *significado* perante os comentários percebidos nas páginas desses usuários (tabela 4, critério 1) foi construído principalmente perante um modo de discutir acerca dos acontecimentos presentes na foto postada, ressaltando o compartilhamento de experiências entre pessoas que estiveram presentes (ou não) na situação ambientada na foto, dentre outras questões afins. Exemplos que podem sustentar esse argumento podem ser encontrados nas páginas da usuária *Lilian Melim*, que buscaram retratar momentos presenciados com amigos no evento “Zombie Walk 2010”, em São Paulo. O exemplo abaixo (figura 20) mostra um dos registros desse acontecimento:



Figura 20: página da usuária *Lilian Melim*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/lmelim/5147138290/>>.

Os comentários que seguiram buscaram tratar desse evento, ressaltando a maquiagem feita pelos participantes acima retratados:

Muito família Adams!!

(Usuário *ch.jacob*)

Fonte: pesquisa de campo

Horripilante e bela família!!

(Usuário *Americo Rodrigues*)

Fonte: pesquisa de campo

A usuária buscou responder, comentando sobre outros participantes que viu do evento:

hehehe parece mesmo! Mas esses zumbis até que estavam bonitinhos perto dos outros.

(Usuária *Lilian Melim*)

Fonte: pesquisa de campo

Em outra página acerca do mesmo evento⁷⁶, os comentários também buscaram compartilhar as vivências presenciadas pela usuária *Lilian Melim*, como abaixo:

Que medo!! Por que tinha essa galera vestida assim?

(Usuária *Emy Ishizawa*)

Fonte: pesquisa de campo

⁷⁶ <<http://www.flickr.com/photos/lmelim/5147155366/>>.

Analisando esse caso, *Emy Ishizawa* buscou saber de mais informações sobre o que se trata esse momento que *Lilian Melim* esteve compartilhando – apresentando com isto curiosidade por esse evento. Comentários como estes demonstraram como ocorriam as discussões acerca dessas vivências cotidianas dos usuários.

Em outro caso, a usuária *Iris Florarte* buscou tratar sobre um trabalho de bordado que vem fazendo, no qual disse ter se “viciado” pelo mesmo (figura 21):



Figura 21: página da usuária Isis Florarte.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/44628650@N08/5159842187>>.

Tendo em vista o fato de ela tratar em sua página sobre o bordado, as interações serviram como uma resposta ao seu trabalho. Usuários comentaram em sua página ressaltando a qualidade do trabalho de *Isis Florarte*, ou sobre o fato do bordado ser um “vício” para quem o faz. Como temos:

E lindos...
Ótimo trabalho...
Uma boa terça!!!!
(Usuária *Márcia Werlang*)

Fonte: pesquisa de campo

Isso é verdade,vicia mesmo! Vc viu que estou costurando agora tbm? Não sabia nem pregar um botão!rsrsrsr!Bjs

(Usuária *patybijoux*)

Fonte: pesquisa de campo

Ainda, percebemos que, de modo a retribuir os comentários, *Isis Florarte* foi respondendo a cada um. A esse último comentário acima mencionado, ela escreveu:

quer dizer que somos todas viciadas!! rs rs RS
ô vicio bom sô!

(Usuária *Iris Florarte*)

Fonte: pesquisa de campo

Assim, entendemos que, além do fato dessa usuária compartilhar o seu trabalho, percebemos que isto a revela como alguém interessado em obter respostas dos seus usuários com relação ao seu trabalho manual; ao mesmo tempo em que buscou obter respostas a partir de uma discussão que não fosse necessariamente enquadrada em detalhes técnicos do trabalho de bordado.

Nas marcações (tabela 4, critério 2), foram percebidas poucas nas páginas desses usuários – a média foi de 0,15 por página. Esse recurso foi complementar ao comentário, tendo seu *significado* construído de modo a evidenciar questões presentes na imagem. Como na página acima citada (ver figura 20), em que a usuária *Coisando as Coisas por Clau Moura*.♥ destacou uma flor da esquerda de sua foto e escreveu:

amei essa!!

(Usuária *Coisando as Coisas por Clau Moura*.♥)

Fonte: pesquisa de campo

No que diz respeito ao conteúdo gerado pelo usuário, houve um menor uso de *tags* (tabela 4, critério 3) – a média ficou em 5,03, na soma de todas as páginas. Percebemos que, nesses usuários, a preocupação em construir *significados* por meio do etiquetamento das fotos está muito mais voltada a um direcionamento da discussão para aqueles que por ventura já saibam do que se trata a foto da página – daí classificamos como *tags* “íntimas” (tabela 4, critério 4) – em detrimento a uma busca por uma folcsonomia. Como vemos em uma página do usuário *diego.pacheco*⁷⁷, no qual ele inseriu as *tags*:

⁷⁷ <<http://www.flickr.com/photos/35305370@N06/5149550995>>.

2010, RIO

(Usuário <i>diego.pacheco</i>)

Fonte: pesquisa de campo

Nesse caso, entendemos que a busca por uma classificação esteve muito mais voltada ao entendimento do que ele gostou de mencionar sobre questões referentes a uma viagem realizada por ele no ano de 2010, ao Rio de Janeiro, sem necessariamente buscar etiquetar sua foto tendo em vista um *significado* que pudesse auxiliar em buscas por fotos no site. Isto ocorreu porque a forma como esses usuários, de maneira geral, inseriu *tags*, se comparado ao interesse *estético*, foi pouco clara e não interessada em classificá-las, ou organizá-las.

No que tange a participação em grupos (tabela 4, critério 5), esses usuários participaram de poucos – com uma média de 4,41. Entendemos que a inserção em grupos não foi um recurso por meio do qual os usuários perceberam que o *significado* em suas páginas pôde ser construído também perante informações sobre o que esses grupos podem representar na interpretação de suas fotos; como foi discutido na pesquisa de Negoescu e Perez (2008), a inserção das fotos em grupos pode ser interpretada como uma categorização – o que aqui não ocorreu com tanta frequência.

Da mesma forma a pequena inserção em álbuns (tabela 4, critério 6) pôde demonstrar uma menor preocupação acerca de como estes possuem um *significado* atrelado a uma interpretação da foto: como ela estava sendo categorizada por esses usuários que criam as páginas. Dessa forma, o *significado* dos mesmos como conhecimento adicional (Kennedy *et. al.*, 2007) esteve menos vinculado a esses usuários. A média de inserção ficou em 0,92 por página.

Por fim, usuários com esses interesses mostraram uma tendência a utilizar menos o recursos “favoritar” (tabela 4, critério 7) – a média foi de 1,63 por página – e não foi constatado a presença de fotos em “expôs” (tabela 4, critério 8). Baseados em pesquisas anteriores, que discutiram como estes podem significar afinidade pela foto (CHA *et. al.*, 2008 e 2009; VALAFAR *et. al.*, 2009), percebemos que esse recurso é pouco interpretado como algo que marque um apreço pela foto do usuário com esses interesses – sendo assim mais presente nas páginas daqueles com interesses *estéticos*, a próxima caracterização aqui tratada.

4.2.2. Interesses *estéticos*

Em seguida, o perfil de usuários com interesses *estéticos* foi percebido em 23 dos sujeitos selecionados. Na análise de suas páginas, constatamos a predominância das interações que envolvessem questões vinculadas a qualidades estéticas presentes nas fotografias desses usuários. Percebemos, nessa amostra de usuários que consideramos com tal interesse, uma predominância em utilizar o site como uma forma de divulgação do seu trabalho fotográfico.

Seguimos a discussão, assim, pontuando questões referentes à *performance* e a construção do *significado*.

4.2.2.1. *Performance*

Por meio da matriz de análise, compreendemos que os critérios referentes à *performance* foram preenchidos da seguinte forma (ver tabela 5):

Tabela 5: *Performance* dos usuários com interesses *estéticos*

Critério	Característica
1. Tipo de informações do perfil	Formal ou poético
2. Gerenciador da conta	Pessoal
3. Tipos de títulos e legendas	Descrição objetiva ou poética
4. Contatos que interagem	Laços fortes e fracos

Nos perfis (tabela 5, critério 1), percebemos principalmente dois modos de construção: os usuários o fizeram de modo a seguir uma formalidade, falando de sua formação profissional e detalhes referentes ao seu trabalho, ou buscaram adotar uma linguagem poética. Como exemplo do primeiro modo, temos o caso de *Zé Eduardo Andrada*:

ZÉ EDUARDO ANDRADA (*JOSÉ EDUARDO DE ANDRADA E SILVA*)
 PHOTOGRAPHER & ARCHITECT
 GRADUATED BY NIKON INTERNATIONAL SCHOOL OF BRAZIL
 AWARDED BY NIKON INTERNATIONAL PHOTO CONTEST
 (Usuário *Zé Eduardo Andrada*)

Fonte: pesquisa de campo

Com o perfil construído dessa maneira, percebemos que não está contido só o fato de ser objetivo em sua apresentação, mas também de adotar uma atitude performática que estava evidenciando uma reputação ao seu trabalho fotográfico, anterior ao seu engajamento no

Flickr. Ainda, a *performance* exercida dessa forma estava a ressaltar um interesse por interações centradas em uma discussão do seu trabalho enquanto fotógrafo profissional.

Já no segundo modo de se apresentar, temos o caso da usuária *Cecília Murgel*:

aconteceu de eu ser gente...
 como se fosse coisa simples essa coisa de ser gente,
 diferente de estrela
 igual à lua na iluminada falta de brilho.
 apagando e acendendo.
 lâmpada incandescente em tempo de neon.
 satélite do espaço vazio, orbitando em torno ao invisível sol do fogo infinito.
 vidro fingindo de cristal,
 areia querendo gota d'água
 no desassossego do deserto

(Usuária *Cecília Murgel*)

Fonte: pesquisa de campo

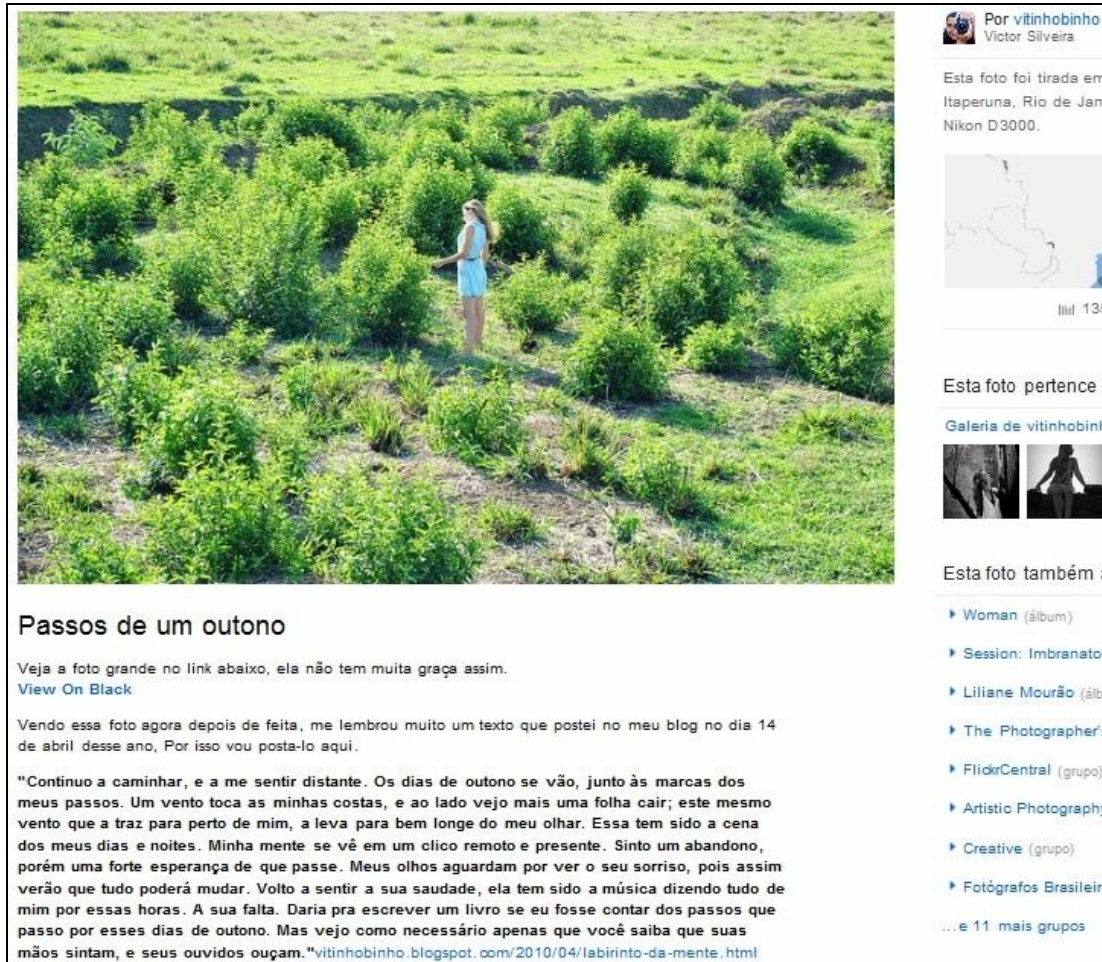
Entendemos que a linguagem poética foi utilizada de modo a esses usuários adotarem uma *performance* que ressalte a sua sensibilidade para o campo das artes – assim como o seu apuro *estético* pela fotografia.

Ainda, percebemos que a conta desses usuários é gerenciada por apenas uma pessoa (tabela 5, critério 2). Desse modo, facilita para o público a compreensão de quem é o autor da foto, e a quem deve se direcionar a interação.

Nesse sentido, as *performances* deles foram exercidas, em suas páginas, com o intuito de evidenciar questões relativas ao fazer fotográfico, e não apenas tratando as fotografias postadas como um mero registro de acontecimentos.

Nessa descrição (tabela 5, critério 3), percebemos em muitos casos uma objetividade no modo em que foram escritos os títulos e legendas em suas páginas, buscando salientar questões acerca de especificações do equipamento fotográfico e como dispuseram de alguns recursos do mesmo; dados referentes ao local e horário onde foi realizada a fotografia; e detalhes sobre a presença da foto em outras páginas da internet, campanhas publicitárias e veículos de comunicação impressos.

Ainda, em alguns casos de usuários com esse interesse, percebemos uma licença poética no modo de tentar complementar as informações referentes à fotografia. Como vemos no caso abaixo (figura 22):



Passos de um outono

Veja a foto grande no link abaixo, ela não tem muita graça assim.
[View On Black](#)

Vendo essa foto agora depois de feita, me lembrou muito um texto que postei no meu blog no dia 14 de abril desse ano, Por isso vou posta-lo aqui.

"Continuo a caminhar, e a me sentir distante. Os dias de outono se vão, junto às marcas dos meus passos. Um vento toca as minhas costas, e ao lado vejo mais uma folha cair; este mesmo vento que a traz para perto de mim, a leva para bem longe do meu olhar. Essa tem sido a cena dos meus dias e noites. Minha mente se vê em um clique remoto e presente. Sinto um abandono, porém uma forte esperança de que passe. Meus olhos aguardam por ver o seu sorriso, pois assim verão que tudo poderá mudar. Volto a sentir a sua saudade, ela tem sido a música dizendo tudo de mim por essas horas. A sua falta. Daria pra escrever um livro se eu fosse contar dos passos que passo por esses dias de outono. Mas vejo como necessário apenas que você saiba que suas mãos sintam, e seus ouvidos ouçam."vithobinho.blogspot.com/2010/04/labirinto-da-mente.html

Esta foto foi tirada em Itaperuna, Rio de Janeiro, Nikon D 3000.

Esta foto pertence a Galeria de vithobinho

Esta foto também está em:

- Woman (álbum)
- Session: Imbrantato
- Liliane Mourão (álbum)
- The Photographer
- FlickrCentral (grupo)
- Artistic Photographers
- Creative (grupo)
- Fotógrafos Brasileiros
- ... e 11 mais grupos

Figura 22: página do usuário *vithobinho*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/19361930@N02/5160393600>>.

Na descrição acerca de como a estação do ano outono traz lembranças acerca de uma pessoa que, de certa forma, foi importante em sua vida, percebemos que a *performance* – para esses usuários – visa, além de adicionar informações relevantes à fotografia, mostrar também como a interpretação da foto pelo usuário evocou sentimentos, transmitidos através de uma linguagem com elementos poéticos, contrária a uma objetividade perceptível nos outros casos dos usuários com os mesmos interesses.

No que tange à sua rede de contatos (tabela 5, critério 4), a possibilidade de entendimento desta como composta de indivíduos próximos ou desconhecidos levaram usuários com esse interesse a interpretações de como estes podem compreender as discussões geradas em suas páginas – direcionando assim geralmente o modo como concebem sua página por meio de informações facilmente compreensíveis para aqueles com o mesmo interesse. Por isto, foi mais comum a discussão com aqueles que possuíram os mesmos propósitos na ambiência do site; nesse sentido, o entendimento dos contatos se diferencia do primeiro perfil, supracitado, pelo fato de que este não toma como base para o estabelecimento de laços apenas

aqueles que procuram se aproximar dos usuários, mas também como estes podem atuar no compartilhamento de trabalhos fotográficos.

4.2.2.2. *Significado*

Com relação à análise do *significado* dos objetos, apresentamos o resultado da seguinte forma (ver tabela 6):

Tabela 6: *Significado dos objetos dos usuários com interesses estéticos*

Critério	Característica
1. Tipos de comentários	Comentários que ressaltam qualidades estéticas das fotos
2. Presença de marcações	Poucas marcações
3. Número de <i>tags</i>	Muitas <i>tags</i>
4. Tipos de <i>tags</i>	<i>Tags</i> “íntimas”
5. Número de grupos em que a foto se encontra	Muitas fotos em grupos
6. Número de álbuns em que a foto se encontra	Muitos álbuns
7. Número de “favoritamentos” das fotos	Muitos “favoritamentos”
8. Número de fotos em “expôs”	Mais fotos em “expôs”

Pontuamos, primeiramente, que o *significado* perante os comentários foi percebido (tabela 6, critério 1), em alguns casos, como um modo de parabenizar o trabalho do usuário, tanto no conjunto de suas fotos no *Flickr* como na foto presente em uma página.

Como pudemos perceber na página do usuário *Marcelo Nacinovic*, ao postar uma foto referente à praia de Trancoso, localizada no estado da Bahia (figura 23):

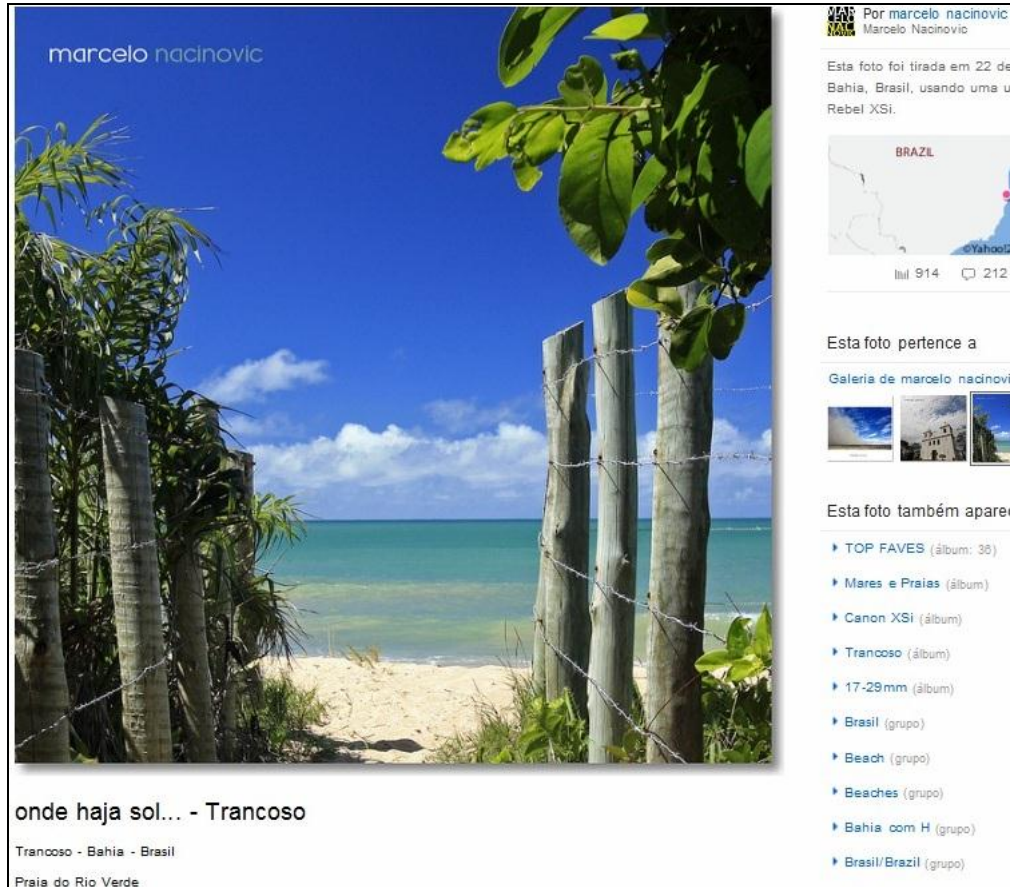


Figura 23: página do usuário *Marcelo Nacinovic*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/35581435@N07/5112430238/>>.

Sua descrição se ateu a detalhes do lugar, enquanto as *tags* transmitiram informações adicionais desse lugar, detalhes dessa câmera e algumas outras palavras-chave que pudessem facilitar a busca pela foto. Então, notamos que as discussões geradas foram voltadas principalmente ressaltando a qualidade da foto, a beleza do lugar e a questões referentes a detalhes técnicos que envolvem o fazer fotográfico – algo só encontrado em usuários desse interesse. Como observamos abaixo:

wow .que imagem MARAVILHOSAAAAA!!!
Arrasou na composição.. que cores de tirar o fôlego.
;-))

(Usuária *Dircinha*)

Fonte: pesquisa de campo

ótima composicao, cores e luz!

(Usuário *Felipe M. Borghi*)

Fonte: pesquisa de campo

Ficou demais, Marcelo! Que qualidade de imagem. Belas cores.

(Usuário *Rafael SG*)

Fonte: pesquisa de campo

Nessa amostra de comentários, o que podemos enfatizar é que houve uma possibilidade de discussões, em usuários desse interesse, acerca de questões direcionadas a um possível apuro *estético* percebido pelos demais usuários com relação à foto.

Outro exemplo que aqui tratamos diz respeito ao usuário *Lourenço_BR*, no qual fez o *upload* de uma foto da Secretaria Estadual de Educação de São Paulo (figura 24):

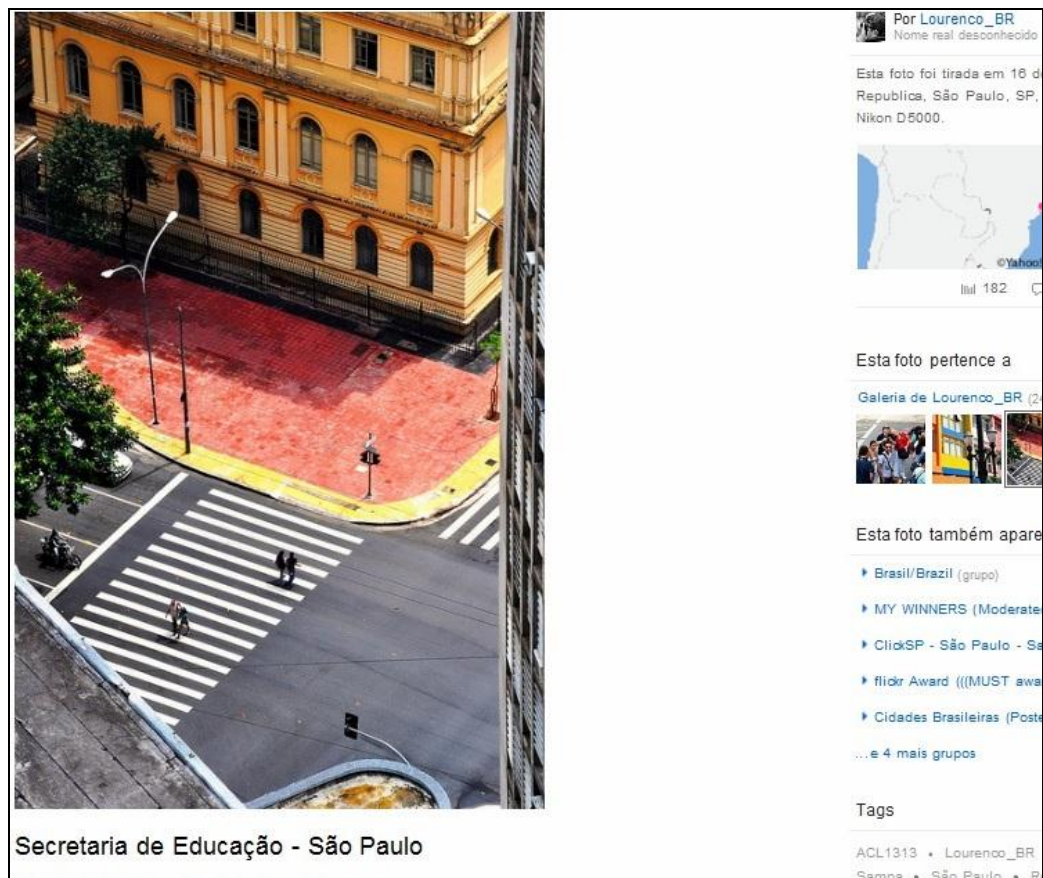


Figura 24: página do usuário *Lourenço_BR*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/40503359@N04/5210010403>>.

Dentre os comentários existentes, salientamos:

Excelente! Ótimo ângulo. Parabéns!

(Usuário *Marcelo Fioravanti*)

Fonte: pesquisa de campo

Bela fotografia. Continue sempre assim, capturando coisas fantásticas!

-

Coloquei fotografias novas em meu espaço, aguardo você para conferir.

(Usuário *Nay Hoffmann*)

Fonte: pesquisa de campo

Como percebemos nesses exemplos, além da exaltação de qualidades presentes na foto, usuários como *Nay Hoffman* parabenizam o trabalho de *Lourenço_BR*, sugerindo que tem conhecimento do trabalho dele e se mostram satisfeitos pelo resultado, no conjunto da obra dele.

Na utilização de marcações (tabela 6, critério 2), percebemos, nos poucos casos aqui constatados, o *significado* desse recurso como um modo de lançar comentários diretamente sobre a foto, salientando discussões com relação a detalhes percebidos na imagem. Como podem ser vistas no usuário *Fred Matos* (figura 25):

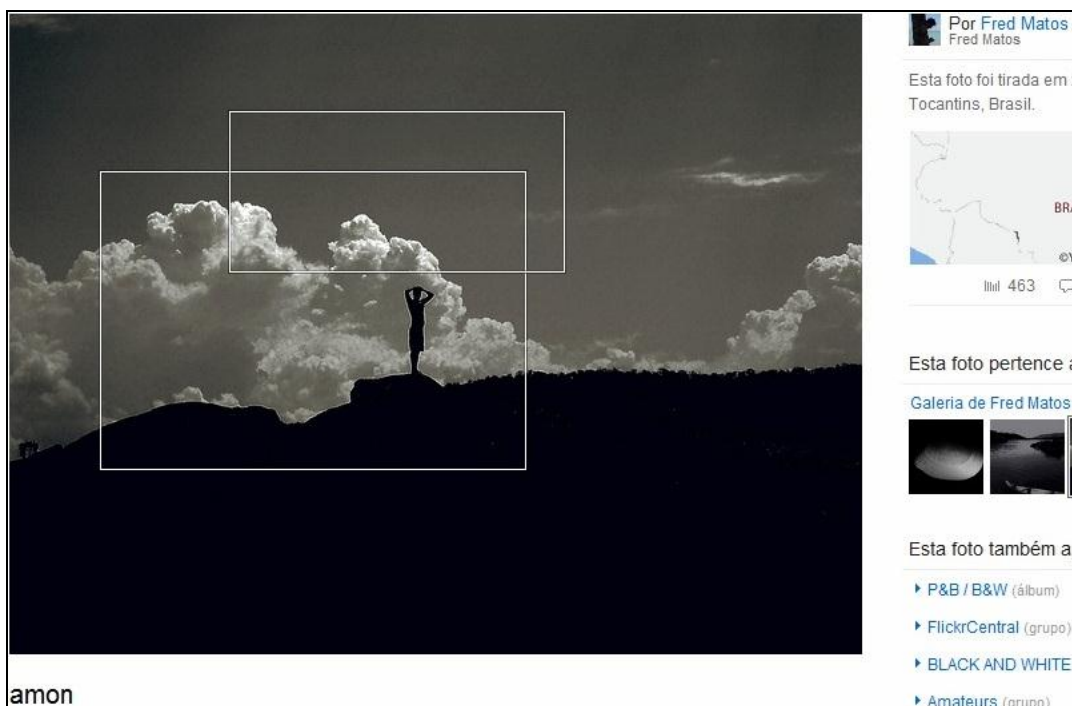


Figura 25: página do usuário *Fred Matos*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/89017202@N00/5160320726>>.

Nos retângulos que aparecem em destaque mais ao centro da foto estão essas duas marcações:

Eu daria este corte, mas a foto é muito boa também com o entorno

(Usuário *Atenshu*)

Fonte: pesquisa de campo

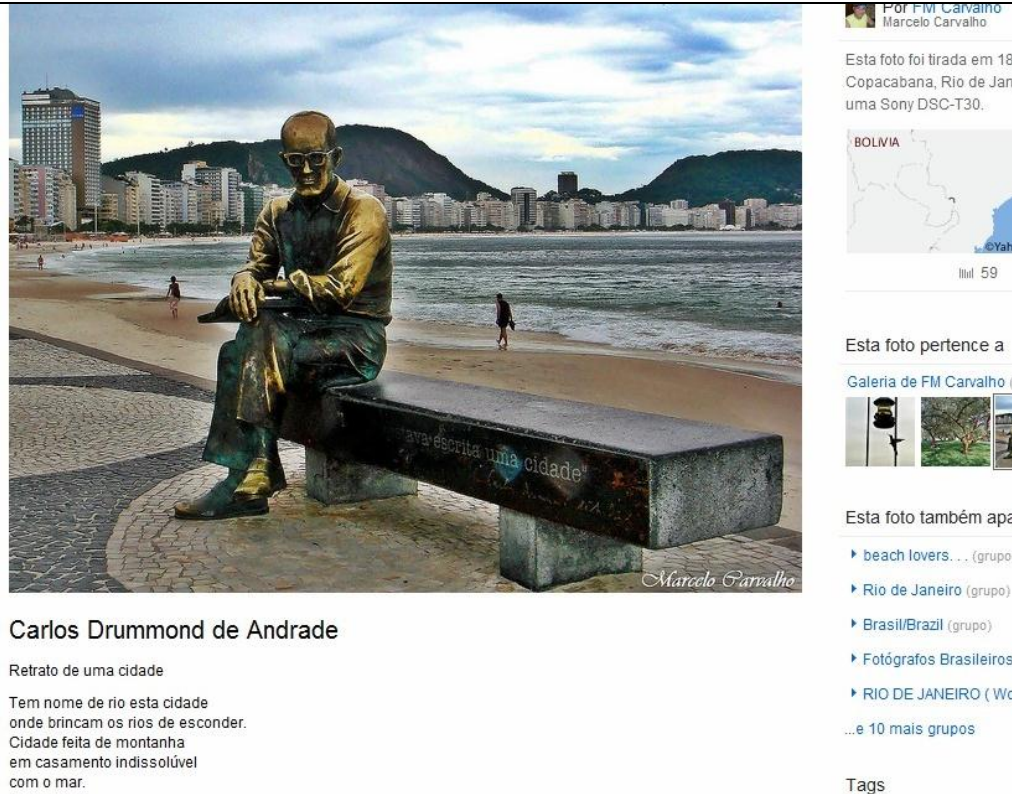
Os raios nas nuvens estao lindos!

(Usuário *victorphotos*)

Fonte: pesquisa de campo

Já no conteúdo gerado pelo usuário, notamos um maior uso de *tags* (tabela 6, critério 3) – a média ficou em 9,07 por página. Constatamos, assim, uma atenção nesse tipo de perfil por esse recurso. Percebemos também que, em usuários com esse interesse, a preocupação em construir *significados* por meio do etiquetamento das fotos se dá por meio de uma ampla utilização, como também pela variedade de *tags* utilizadas (tabela 6, critério 4). Tal preocupação facilita inclusive a procura por fotos à parte do ambiente do *Flickr*, devido ao site permitir que estas possam ser achadas em motores de busca, como tratamos no capítulo 3.

De modo a esclarecer essa discussão apresentamos alguns casos do usuário *FM Carvalho*, cujas seis páginas selecionadas para essa análise tiveram em média 37 *tags* em cada um, que consideravam tanto aspectos referentes ao local da foto, ao que foi retratado, aos detalhes da câmera e aos elementos que podem ser percebidos na imagem, ainda que não tenham destaque. Acrescentado a esse etiquetamento variado, esse usuário ainda inseriu algumas *tags* em outros idiomas – possibilitando com isto o acesso por pessoas de outros países, por meio de mecanismos de busca. Como na página abaixo (figura 26):



Por FM Carvalho
Marcelo Carvalho

Esta foto foi tirada em 18 Copacabana, Rio de Janeiro, uma Sony DSC-T30.

BOLIVIA

59

Esta foto pertence a

Galeria de FM Carvalho

Esta foto também aparece em

- beach lovers... (grupo)
- Rio de Janeiro (grupo)
- Brasil/Brazil (grupo)
- Fotógrafos Brasileiros
- RIO DE JANEIRO (We
- ...e 10 mais grupos

Tags

Carlos Drummond de Andrade

Retrato de uma cidade

Tem nome de rio esta cidade
onde brincam os rios de esconder.
Cidade feita de montanha
em casamento indissolúvel
com o mar.

Figura 26: página do usuário *FM Carvalho*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/49034952@N05/5176752213>>.

As 39 *tags* utilizadas por ele – separadas aqui por vírgulas – para essa página foram:

rio, de, janeiro, rio de janeiro, brasil, brazil, brésil, poeta, carlos, drummond, andrade, carlos drummond de andrade, estátua, estátua de carlos drummond de andrade, sony, cybershot, t30, sony cybershot, sony t30, praia, copacabana, praia de copacabana, copacabana beach, beach, mar, sea, mer, plage, prédios, prédio, apartamento, apartamentos, edifício, building, apartment, house, apartment house, estátua de drummond, statue

(Usuário *FM Carvalho*)

Fonte: pesquisa de campo

Por esse maior uso de *tags*, é possível compreendermos que, para esses usuários, seja importante o etiquetamento de suas páginas no sentido de ser possível obter reputação inclusive fora da ambiência do *Flickr* – visto que há um interesse nesse usuário pelo reconhecimento do seu trabalho, o que pode ajudá-lo profissionalmente, caso este já atue na área.

Selecionando outro caso, percebemos como o usuário *Fernando Delfini* possibilitou discussões referentes ao seu fazer fotográfico por meio das suas *tags* (figura 27):



carga e descarga.

Por Fernando Delfini
Fernando Delfini

Esta foto foi tirada em 28 de outubro de 2010 em Se, São Paulo, SP, Brasil, usando uma uma Canon EOS 5D Mark II.

110 10 7

Esta foto pertence a

Galeria de Fernando Delfini (789)

Tags

mercadão • municipal • mercado • são paulo • sampa • são paulo • urban • worker • night • kombi • vw • wood • market • verduras • legumes • hortifruti • abstract • 50mm • 50tinha • nifty • fifty • 1.4 • Canon • 5D Mark II

Licença

© Todos os direitos reservados
Solicitação de licença das fotos de Fernando Delfini via Getty Images

Figura 27: página do usuário *Fernando Delfini*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/63185144@N00/5134254072>>.

Observando as *tags*, ele buscou salientar, dentre outras informações, detalhes com relação à câmera utilizada, como também à abertura do diafragma⁷⁸ – no caso, a *tag* “1.4”. Com isto, a preocupação por essas questões pôde ser entendida como interpretações de alguém que se mostrou preocupado com detalhes referentes a esse fazer fotográfico, de modo a sua audiência ter percebido-o com essa preocupação, e ter suscitado interações como o comentário do usuário *baketa*:

Que pb, hein? f1.4? Precisa humilhar? Ahahha
--

(Usuário <i>baketa</i>)

Fonte: pesquisa de campo

Buscando compreender essa discussão, esse usuário tratou – além de elogiar a qualidade da foto em preto-e-branco (“que PB, hein?”) – de ressaltar a qualidade do fotógrafo, tendo em vista a dificuldade de fazer fotos com essa abertura de diafragma – exaltando com isto um modelo de lente que muitos usuários com interesses *estéticos* têm vontade de saber usar também. Desse modo, discussões como estas são feitas pois o *significado* desse recurso (*tag*) para esses usuários se voltou para questões estéticas: voltadas principalmente a discussões em torno de enquadramento, enfoque, luz e sombra, e qualquer outra questão que possa remeter a um apuro *estético* de quem observa a foto e interage.

Da mesma forma que esses usuários interpretam o *significado* desse recurso como um modo de categorização, pudemos também constatar na inserção das fotos em grupos (tabela 6, critério 5). Usuários com esse interesse, no geral, inserem mais fotos em grupos – numa média de 6,77 por página.

Entendemos, considerando as pesquisas anteriores acerca dos grupos do *Flickr*, como a inserção em grupos pode servir como uma forma deles se aproximarem do trabalho de outros usuários – funcionando assim o *Flickr* como uma rede de contatos entre pessoas com interesses fotográficos semelhantes. No caso abaixo, da usuária ♥ *Sweet Tricot* ♥ - *Renata S.P.*, a sua foto esteve inserida em 45 grupos (figura 28).

⁷⁸ Diz respeito ao modo como se ajusta a claridade de uma foto. É medida em um valor “f”, e quanto menor esse valor mais aberto está o diafragma.

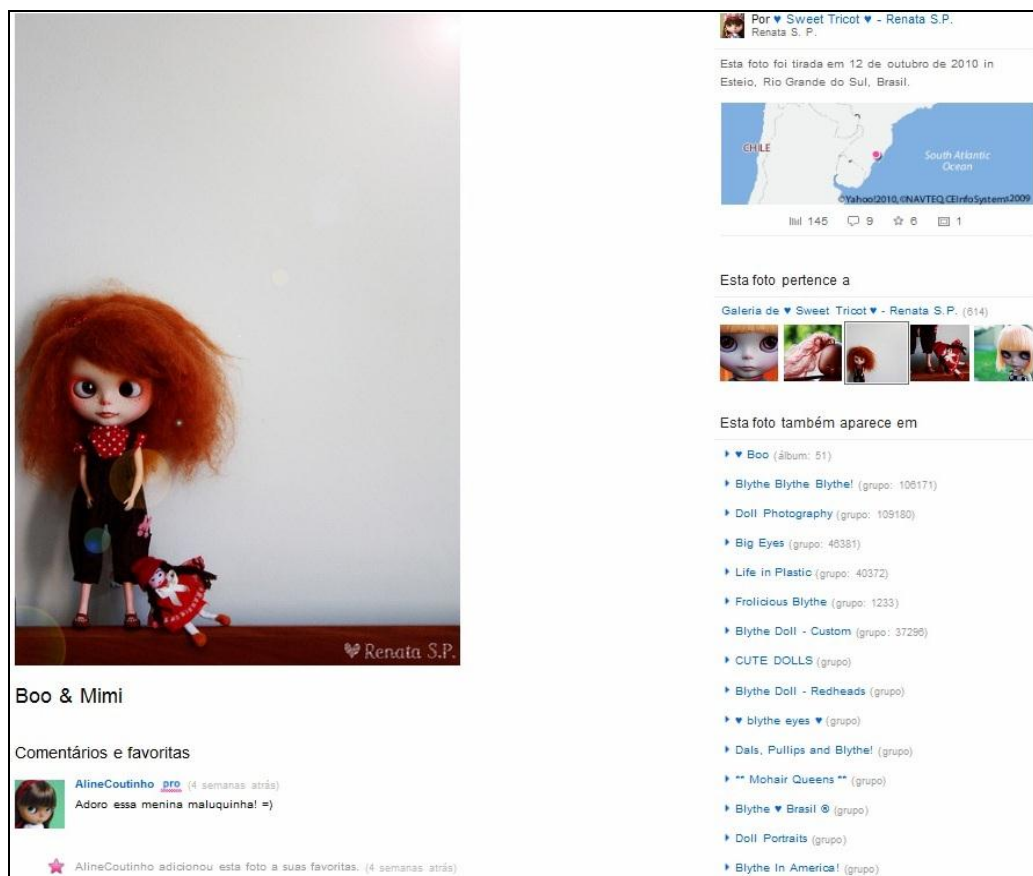


Figura 28: página da usuária ♥ *Sweet Tricot* ♥ - *Renata S.P.*
Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/50104688@N05/5162330161/>>.

Dentre os grupos nos quais a foto foi inserida, percebemos que variam desde questões referentes ao conteúdo existente na foto (uma boneca) – como “Doll Photography”, “CUTE DOLLS” e “We Play With Dolls” –, ao equipamento fotográfico utilizado para a captura da imagem – “Canon 450D / Rebel XSi Users”, “Canon XSi / 450D no Brasil” e “Canon EOS Digital Rebel XSi - 450D Photographers” –, dentre outros.

Considerando essa ampla utilização dos grupos, é possível propormos aqui que as fotografias postadas por eles estão conectadas em diversos grupos, ampliando assim a possibilidade do estabelecimento de interações, assim como abordou em sua pesquisa Negoescu e Perez (2008).

Assim como nos grupos, percebemos uma preocupação também na categorização das fotos através de álbuns (tabela 6, critério 6) – sendo nesses usuários a maior média: 0,97 por página. Dessa forma, o *significado* perante esse recurso esteve, considerando as pesquisas anteriores acerca do mesmo no *Flickr* (MACHADO, 2009; AQUINO, 2008), derivando do fato de ser mais um mecanismo para a categorização de suas fotos.

Por fim, usuários com esses interesses tendem a utilizar os recursos “favoritar” (tabela 6, critério 7) e inserir em uma “expô” (tabela 6, critério 8). Percebemos que esses recursos foram interpretados pela rede que interage com esses usuários como algo que demonstrasse uma admiração pela foto do usuário com esses interesses. A média de uso desses dois recursos foi de 4,81 para os “favoritamentos”, e 0,33 para a inserção em “expôs”⁷⁹. O recurso “expô”, enfim, foi mais propenso a ser utilizado nas páginas desses usuários, tendo em vista a possibilidade das fotos pertencerem a exposições em páginas de pessoas que se interessaram pelo trabalho de um usuário, ou serem organizadas por eles mesmos.

4.2.3. Interesses *promocionais*

Nesse último perfil aqui problematizado, referente àqueles caracterizados com interesses *promocionais*, encontramos a ocorrência em 6 usuários. Pontuamos a seguir questões referentes à *performance* e à construção do *significado*, por meio do qual foi possível caracterizarmos como tal.

4.2.3.1. *Performance*

Voltando-se para a questão da *performance*, temos nesses usuários uma ênfase em promover os produtos evidenciados nas páginas. Por meio da matriz de análise referente, temos (tabela 7):

Tabela 7: *Performance* dos usuários com interesses *promocionais*

Critério	Característica
1. Tipo de informações do perfil	Formal
2. Gerenciador da conta	Pessoal ou impessoal
3. Tipos de títulos e legendas	Descrição objetiva
4. Contatos que interagem	Laços fracos

Percebemos na *performance* desses usuários uma formalidade não detectada nos outros dois interesses. Ou seja, esses usuários estavam se representando (tabela 7, critério 1) por meio de um viés predominantemente institucional. A exemplo da descrição da página do usuário *expedicaoaircross*:

⁷⁹ Ainda assim, é importante salientar que esse recurso foi muito pouco utilizado nessa amostra de páginas do site.

Expedição Citroën AIRCROSS - A maior expedição de aventura feita no Brasil

(Usuário *expedicaoaircross*)

Fonte: pesquisa de campo

Nesse perfil, é possível perceber que o usuário se apresentou apenas por meio de uma descrição do que se trata a sua página no *Flickr*, seguido de um *slogan*; entendemos que, dessa forma, o texto não escapa de um viés institucional, o que de certa forma não aproxima os usuários para a interação nas suas páginas. Isto porque, um dos motivos que acreditamos ser responsável pelo menor interesse percebido das pessoas em interagir com eles deve-se ao fato de serem gerenciados por uma rede de atores, impossibilitando muitas vezes uma aproximação entre esses perfis com os demais usuários. Ainda, além da possibilidade de se tratar de pessoas ou grupos, existe uma categoria restrita a apenas esse perfil que é o fato dele poder ser *impessoal* (tabela 7, critério 2).

Nas descrições (tabela 7, critério 3), percebemos uma intenção de utilizar o *Flickr* como uma forma publicizar o produto, apresentando por meio das páginas detalhes referentes ao dia-a-dia das pessoas engajadas no processo de construção da imagem da empresa ou instituição. Como no caso do usuário *IASD Central Porto Alegre*, referente à Igreja Adventista Central de Porto Alegre, por meio do qual suas páginas tratam das ações da igreja. Consideramos o exemplo abaixo (figura 29):



Por IASD Central Porto Alegre
Igreja Adventista Central de Porto Alegre

Esta foto foi tirada em 30 de outubro de 2010 em Cavanhada, Porto Alegre, RS, Brasil, usando uma câmera Canon EOS 7D.

36 visualizações 1 comentário

Esta foto pertence a

Galeria de IASD Central Porto Alegre (200)

Esta foto também aparece em

- Happy People (álbum)
- Música (álbum)
- Fotógrafos Adventistas (Adve... (grupo))
- Jovens Adventistas Alrededor... (grupo)

Coral Jovem na IASD Vila Nova

Coral Jovem da Central apresentando-se no primeiro festival musical da Igreja Adventista do Sétimo Dia da Vila Nova.

Porto Alegre, primavera de 2010

Figura 29: página do usuário *IASD Central Porto Alegre*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/30556826@N04/5150293702>>.

Nesse caso, percebemos na descrição o registro da ação, contando detalhes do evento, local e data na legenda, assim como a inserção em grupos – em sua maioria – referentes à religião adventista: “Fotógrafos Adventistas (Adventist Photographers)”, “Jovenes Adventistas Alrededor del Mundo”, “Adventist Youth”, “Seventh-Day Adventist Photographer’s Gallery”, “Fotógrafos Adventistas do Brasil”, “Sabah Adventist Photographers” e “IASD Central POA-RS”.

A descrição foi, então, caracterizada por objetiva, de forma análoga à aqueles usuários com interesses *estéticos*. Contudo, em todos os casos daqueles com interesses *promocionais*, a utilização de títulos e legendas buscou informar ao público questões referentes ao evento retratado, ao local e ao período do ano em que foi feito – sem a ocorrência de questões referentes ao fazer fotográfico. Como percebemos nas páginas do usuário *Robert & Alex* cuja utilização do *Flickr* estava baseada em uma necessidade por divulgar fotos *promocionais* dessa dupla de músicos (figura 30).



Figura 30: página do usuário *Robert & Alex*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/52755403@N03/5210700970/>>.

A descrição, como vemos, diz respeito ao nome da dupla apenas, no título. Em outras páginas desse usuário⁸⁰, a descrição (título) seguiu o mesmo padrão, com o nome da dupla apenas, ressaltando fazerem parte do mesmo ensaio de fotos *promocionais* desses artistas.

⁸⁰ <<http://www.flickr.com/photos/robertealex/5165311623/>> e <<http://www.flickr.com/photos/robertealex/5165913526/>>.

Por meio de características presentes nessa *performance*, usuários com esses interesses se voltam principalmente a um público direcionado (tabela 7, critério 4), o que implicou uma interação predominantemente com pessoas que, de alguma forma, possuísem alguma afinidade com o produto evidenciado, em detrimento de discussões acerca de qualidades estéticas. Como exemplo, temos um comentário em uma das páginas do usuário *IASD Central Porto Alegre*⁸¹, feito por *JOSELITO MIRANDA*:

Gente bonita (Usuário <i>JOSELITO MIRANDA</i>)
--

Fonte: pesquisa de campo

É possível entendermos que o texto faz referência às pessoas presentes no coral, indicando algum envolvimento desse usuário com aquele momento retratado na página. Então, sua rede social esteve direcionada para aqueles que se identificam com o produto.

Ainda, foi possível perceber poucas interações aqui, pois esse perfil, de certo modo, não criou “incentivos” para isto. Pois, como vimos na análise, as páginas desses usuários pareceram servir como um banco de imagens para uma determinada empresa ou político. Dessa forma, tanto o estabelecimento como a manutenção de laços estiveram limitadas; pois uma das características da natureza do estabelecimento de relações no *Flickr*, já levantadas em pesquisas anteriores (CHA *et. al.*, 2009; COX & MARLOW, 2008; MILLER & EDWARDS, 2007), é o papel do usuário frente ao crescimento de sua rede de contatos e da manutenção desses laços.

Um exemplo que pode ser relevante para o que argumentamos nesse momento diz respeito à inexistência de interações – como comentários e marcações – nos usuários *Marta Senadora 133* – página da então candidata à senadora, por São Paulo, Marta Suplicy⁸² – e *expedicaoaircross* – página da empresa do ramo automotivo Citroën que apresenta fotos de um projeto denominado Expedição AIRCROSS.

4.2.3.2. *Significado*

Em referência, enfim, à construção dos *significados*, por meio dos critérios presentes na matriz abaixo obtivemos o resultado:

⁸¹ <<http://www.flickr.com/photos/30556826@N04/5150293702>>.

⁸² Esse usuário, após a eleição, deixou de postar no *Flickr*, o que pode indicar o pequeno envolvimento deste com as interações que o ambiente pode proporcionar – pois o perfil, com isto, “serviu” apenas durante um determinado período, que seriam os meses da campanha eleitoral.

Tabela 8: Significado dos objetos dos usuários com interesses *promocionais*

Critério	Característica
1. Tipos de comentários	Comentários em torno do produto evidenciado
2. Presença de marcações	Sem marcações
3. Número de <i>tags</i>	Poucas <i>tags</i>
4. Tipos de <i>tags</i>	<i>Tags</i> direcionadas
5. Número de grupos em que a foto se encontra	Poucas fotos em grupos
6. Número de álbuns em que a foto se encontra	Muitos álbuns
6. Número de “favoritamentos” das fotos	Sem “favoritamentos”
8. Número de fotos participando de “expô”	Sem fotos em “expô”

Com relação aos comentários (tabela 8, critério 1), foram poucos coletados. Nos poucos casos ocorridos, estes centraram a discussão em torno do produto a ser evidenciado por esse usuário. Não se relacionaram necessariamente a qualidades estéticas da foto, mas sim quanto ao modo no qual o produto se posiciona perante uma rede de contatos no *Flickr* – por meio do qual se relaciona. Já no tocante às marcações (tabela 8, critério 2), não foram percebidas nenhuma nas páginas desse usuário.

Pontuamos também um menor uso de *tags* (tabela 8, critério 3) – a média ficou em torno de 2,65 por páginas. Porém, houve uma preocupação por estas (tabela 8, critério 4); acreditamos que isto pode se dever ao fato do etiquetamento das fotos possibilitar um direcionamento do produto, tendo o seu *significado* restrito apenas a alguma interpretações que, de forma seletiva, aqueles que gerenciam esses perfis desejam. Houve, então, uma pequena variedade de *tags*, pois entendemos não haver interesse desses usuários por estarem presentes em resultados de buscas que viessem a comprometer a imagem do produto em questão.

Como vemos na página do usuário *crvascodagama* (figura 31):



Figura 31: página do usuário *crvascodagama*.

Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/45614746@N05/5156735586>>.

Nas *tags* acima vistas (no canto esquerdo, inferior), percebemos poucas informações e direcionadas a apenas ao fato retratado, sem um interesse em criar uma rede de *significados* a serem interpretados perante uma ampla utilização de *tags*.

No que diz respeito à inserção das fotos em grupos (tabela 8, critério 5), foi constatado apenas no do usuário *IASD Central Porto Alegre* – como já tratado anteriormente. Assim, a divulgação do produto no *Flickr*, de maneira geral, esteve restrita apenas na própria página – a média de grupos por página ficou em 1,00 por página.

De forma semelhante, ocorreu uma maior inserção em álbuns (tabela 8, critério 6) – média de 1,12 por página; isto porque percebemos que todas as fotos tiveram ao menos um álbum na qual fizessem parte. Assim, tal fato pôde demonstrar uma preocupação acerca de como as páginas podem ser passíveis a interpretações do seu *significado* perante categorizações da foto: como ela está sendo inserida em álbuns, de modo a poder guiar a outras leituras, outros *significados* que dessas leituras pudessem ser construídos.

Enfim, nas páginas dos usuários com esses interesses não foi possível perceber a existência dos recursos “favoritar” (tabela 8, critério 7) e inserir em uma “expô” (tabela 8, critério 9). Dessa forma, não foi possível compreender como foram interpretados esses recursos – ainda que possamos, por analogia, entender essa ausência como algo que represente um apreço inexistente pela foto do usuário com esses interesses; estas não

exaltaram qualidades que mereçam a devida atenção àquele que interage, de modo a poder fomentá-la através desses recursos.

Encerradas as pontuações sobre as interações na ambiência do *Flickr*, adentramos na etapa conclusiva dessa dissertação, por meio da qual refletimos acerca dos resultados da pesquisa empírica, tendo em vista as perspectivas dramatúrgica e interacionista – nas questões com relação à *performance* e à construção dos *significados* dos objetos. Ainda, traçamos panoramas e fazemos mais algumas considerações relativas ao estudo aqui empreendido.

Conclusão

Para a pesquisa aqui empreendida, partimos do princípio de que os sites de redes sociais seriam ambientes por meio dos quais os usuários cadastrados, em suas práticas sociais, se apresentariam de modo a manter um referencial identitário, formatado mediante a interlocução com os demais atores.

Nesse sentido, defendemos, no decorrer deste trabalho, que em sites de redes de compartilhamento de fotografias, tendo em vista as articulações sociais em torno de conteúdo passível de contemplação – a fotografia – os usuários estariam a adotar um referencial identitário considerando o modo pelo qual as fotografias seriam concebidas por eles na interlocução com a sua rede social. Defendemos, portanto, que os significados carregados pelas fotografias para estes definiriam a forma pela qual o processo de engajamento desses sites se daria. Tais significados poderiam ser percebidos no site de compartilhamento *Flickr*, objeto de análise dessa pesquisa.

Por meio de nossa observação inicial perante o fenômeno, propusemos a existência de três formas de concepção das fotografias contidas no site aqui estudado. Estas formas seriam: (1) como um conteúdo para o compartilhamento de vivências cotidianas dos usuários; (2) como um conteúdo passível de contemplação estética; e (3) como um conteúdo que poderia servir enquanto instrumento para a publicização de um determinado produto. Daí, pontuamos o que seriam três interesses dos usuários na interação por meio do site, tendo em vista essas formas de conceber as fotografias. Seriam estes: os interesses afetivos, estéticos e promocionais – referentes à primeira, segunda e terceira forma, respectivamente.

Definidos esses interesses, buscamos referenciais teóricos proveniente das ciências sociais para o embasamento desse trabalho. Buscamos, então, no Interacionismo Simbólico (IS) e na Teoria Dramatúrgica – ambos provenientes do mesmo programa de pesquisa – os referenciais responsáveis pela compreensão de como estariam sendo formatados esses interesses nos usuários do site.

Enquanto o IS pôde nos municiar de argumentos acerca de como o *significado* dos objetos seriam construídos na interação, através de um processo interpretativo adotado por cada indivíduo (BLUMER, 1969) – sem necessariamente desconsiderar a rede de atores que o envolve – a Teoria Dramatúrgica nos foi importante para que pudéssemos entender a

existência de referenciais identitários através do conceito de *performance* (GOFFMAN, 1986; 1999).

Considerando esse referencial teórico, elaboramos duas matrizes de análise, com o intuito de compreender a existência dos três interesses no *Flickr*, acima propostos, baseando-nos em como seriam exercidas *performances*, e como alguns recursos existentes nas páginas dos usuários poderiam ser compreendidos como objetos intervenientes na formatação desses interesses.

As matrizes de análise, a partir daí, foram constituídas de critérios a serem verificados na amostra de usuários do site. Com relação à *performance*, foram quatro critérios: (i) as informações do perfil do usuário, (ii) quem estaria gerenciando a conta, (iii) a forma na qual escreviam os títulos e legendas (descrições) das fotos e (iv) a rede de contatos na qual ele interage. Com relação à construção dos significados perante os objetos selecionados para a análise das páginas dos usuários, foram definidos oito critérios: (a) os comentários, (b) as marcações, (c) a quantidade de *tags*, (d) os tipos de *tags*, (e) o número de grupos, (f) o número de álbuns, (g) os “favoritamentos” e (h) as “expôs” das quais a foto faz parte.

Como pôde ser observado, tais critérios precisaram ser definidos considerando a ambiência do site que poderia nos auxiliar na pesquisa empírica; foram assim escolhidas as páginas dos usuários, pois a partir delas é que seria possível a constatação desta miríade de interesses.

Definidos os critérios, selecionamos uma amostra de usuários para essa pesquisa nos meses de outubro e novembro de 2010. Após a seleção do *corpus* empírico e a elaboração das matrizes de análise, partimos para a pesquisa de campo. Nesta, buscamos analisar as páginas por meio de uma observação não-participante, e embasamo-nos na proposta metodológica da etnografia virtual.

Por meio dessa amostra não-probabilística, pudemos constatar a existência de 13 usuários com interesses afetivos, 23 com interesses estéticos e 6 com interesses promocionais. Desse modo, houve uma predominância, em nossa amostra, de usuários que buscavam discussão sobre as qualidades estéticas que pudessem ser percebidas em suas fotos. As páginas dos usuários submetidas às matrizes de análise podem ser vistas, de maneira mais detalhada, no anexo 1 desse trabalho.

Acrescentamos a essa análise empreendida o fato de percebermos como foi possível que os interesses dos usuários definissem os cenários de interações: como, por meio da

formatação dos ambientes, cada um pôde definir uma situação, na qual aqueles que estivessem visitando suas páginas, de maneira geral, compreendessem a mesma e buscassem se adequar a esse cenário.

Assim, pudemos perceber como esses interesses estariam sendo formatados nas páginas e como, em virtude disto, se criam padrões sócio-comportamentais reconhecidos e adotados pela rede social interagente. Tais padrões, como pudemos ver, não se baseavam em acordos prévios entre os usuários, ou mesmo impostos pelo site, mas partiam de acordos processados de forma dinâmica na interlocução dos usuários.

Esses acordos, ainda, ocorrem através da interpretação do *significado* de determinados recursos para uma dada rede de usuários com interesses contextualizados; assim como esses acordos proporcionam elementos para os usuários engendrarem seu processo de compreensão e a adotarem *performances* baseadas em seus interesses.

Direcionando a discussão, tendo como base a lente interpretativa da perspectiva dramatúrgica, entendemos a interação entre os usuários como uma *performance*, exercida de modo a causar uma impressão e, por isto, influenciada pelo ambiente e pela audiência. O conteúdo gerado pelos usuários nas páginas do *Flickr* foi percebido como uma forma de exercício da sua *performance*.

Nessas páginas, buscamos compreender de que forma a personalização ocorreu através das informações geradas pelo usuário: a partir da forma como este transmite sentido e como outros usuários percebem isto. Através desta transmissão, recursos passam a auxiliar a *performance*, a exemplo daquilo que o usuário escreve abaixo da foto, objetivando servir como legenda desta ou querendo passar informações do seu cotidiano – revelações de sua personalidade ou o que aconteceu em sua rotina diária: locais que freqüentou e pessoas que encontrou.

A cada nova página, o usuário formata o modo como a percepção do todo opera na *performance*, ou seja, cada nova página tem a potência de uma nova informação acerca do usuário. Portanto, novas possibilidades de compreensão da sua representação podem ser construídas de acordo com a recepção que um dado conteúdo inserido tiver sobre aqueles que interagem com esse usuário.

Com base nessa compreensão, no *corpus* empírico tomado para a análise nesse trabalho percebemos a existência de uma atitude reflexiva, que parte tanto de quem emite a mensagem – configurada através de estratégias de exercício da *performance* – quanto por

quem a recebe – aqueles que recombinaaram o discurso inicial, promovido por aquele que fez o *upload*, centrando numa discussão acerca de outras questões referentes à foto – alterando por conseguinte as discussões surgidas nas páginas.

Acrescentamos a isto outra questão perceptível em nossa análise, e que diz respeito ao modo como os usuários buscam incorporar valores reconhecidos. Assim como entende Goffman (1999), na presença de outros, um indivíduo inclui sinais que acentuam e configuram fatos confirmatórios. Buscamos entender, nesse trabalho, como essas ações foram realizadas de modo ao público que com o usuário interage reconhecesse a definição da situação – como a página desse usuário esteve enquadrando as interações.

Nesse sentido, é importante perceber como a *performance* do usuário, que cria esses cenários, formatou um enquadramento primário da situação: com base nas idéias de Goffman (1986), postulamos que ao exercerem a *performance* alicerçada sobre sua matriz de interesses no site, os usuários também indicariam *performances* a serem exercidas em suas páginas – ainda que estas não se insinuem de forma determinista – de maneira obrigatória.

Além de o enquadramento primário operar nos cenários de interação, outro aspecto percebido foi que, mesmo não havendo regras pré-estabelecidas⁸³, os usuários costumam interagir por meio de *performances* que não perturbem a ordem em ambientes específicos – atuando geralmente através de comentários não ofensivos, buscando “favoritar” ou inserir *tags* que possam facilitar a criação de uma memória coletiva (AQUINO, 2008), dentre outras ações construtivas observadas neste processo.

Em adição a essa busca pela manutenção da ordem, resgatamos aqui o pensamento de Goffman (1999) a respeito do modo como, na ação, os indivíduos tentam ressaltar aspectos que julgam serem importantes para sua personalização. Dessa forma, sabendo que os usuários no *Flickr* buscam se apresentar a partir de um modo que lhes convenha, outros podem perceber essa apresentação como manipulável, através de informações inseridas por ele nas páginas.

Nessa apresentação, o estabelecimento da própria identidade para si mesmo é tão importante na interação quanto estabelecê-la para o outro. A sua própria identidade, diz Strauss (1999), numa situação não é dada de forma absoluta; porém, é mais ou menos problemática. Compreendendo, assim, a questão a respeito da construção e demonstração da

⁸³ Vale ressaltar que o *Flickr*, no mesmo sentido de manter a boa convivência, também possui regras de uso (ver: <<http://www.flickr.com/guidelines.gne>>).

identidade dos usuários no *Flickr*, a situação se torna importante à medida que considerarmos os interesses de cada usuário. Tendo em vista essa busca por uma identidade é que acreditamos na existência de interesses, constituintes para as *performances* no site. Assim como percebemos, em cada usuário, uma busca pela manutenção dessa situação, por meio do conjunto das suas páginas.

Nessas *performances*, os usuários se baseiam, geralmente, em seus interesses pessoais concernentes à interação, buscando sugerir uma definição da situação, na qual esta é direcionada principalmente àqueles com interesses semelhantes. Por outro lado, os interesses são reconhecidos pelos usuários de modo que estes possam julgar de que forma devem exercer uma *performance* em cada situação.

Ainda pontuamos a respeito do modo pelo qual os usuários atuam na ambiência do *Flickr*, por meio de uma interação assíncrona na qual formas de controle da situação diferentes ocorrem, se comparadas aos ambientes de interações síncronas. Salientamos esse aspecto com o intuito de refletir como interações são alteradas, considerando mudanças nas articulações sociais causadas pela CMC.

Como percebemos nessa pesquisa, as páginas possuem menos elementos de emissão de expressões, pois estes são restritos aos veiculáveis por forma textual e visual, havendo uma preponderância da informação *transmitida*, em detrimento daquela *emitida* (GOFFMAN, 1999). Tal fato acarreta consequências à forma de interação que se estabelece. Conforme a argumentação de Adriana Braga (2010), os sujeitos encontram outros obstáculos ao tentar manejar a impressão causada através de tentativas de controle da informação fornecida.

Evidenciamos, destarte, as particularidades da mediação do *Flickr* na interação entre indivíduos, e a importância de sua compreensão tendo em vista as articulações sociais baseadas no compartilhamento de fotografias. Isto porque, como preceitua a perspectiva dramatúrgica, os ambientes nos quais são formatados os contextos sociais são sempre variáveis importantes para qualquer análise das interações.

Considerando essa interveniência da mediação, ressaltamos que a compreensão da *performance* dos indivíduos, nessa perspectiva, deve ocorrer a partir de um olhar relacional. Olhar este que busca dar conta das interações – por meio das quais se coloca em jogo indivíduos, *significados* e contextos.

Por meio desse olhar, percebemos que a identidade representada pelos usuários se faz ver a partir de estratégias de negociação de sua aparência, na qual em certos momentos estes revelam traços de si com finalidades diversas. Com efeito, usuários interessados em interagir com uma determinada audiência adotam tal postura; então, como já dito anteriormente, estes geralmente buscam interagir a partir de ações que, esperam, serão bem interpretadas pelo outro.

No que se refere à construção do *significado*, percebemos em nossa pesquisa como os recursos aqui tratados operam intermediando as relações entre usuários no *Flickr*. São estes recursos que, através de um processo interpretativo, têm seu *significado* em negociação perante os cenários de interação – as páginas dos usuários. Processo este feito por cada envolvido na ação.

Nesse sentido, considerando a perspectiva interacionista e a análise aqui empreendida, devemos salientar que os recursos se apresentaram como os objetos intervenientes nas interações. Partindo desse pressuposto, esses recursos podem ser compreendidos também como os objetos necessários para a formatação dos cenários de interação. Entendemos dessa forma porque, assim como disse Mead (1934), a designação “objeto” engloba o que é considerado como tal, pelos indivíduos, na dinâmica geradora das trocas sociais.

Tomando como observação o fato desses recursos serem importantes nas interações – e adotando como lente interpretativa o IS – entendemos que estes só são selecionados pelos usuários se deles forem extraídas trocas de conteúdo simbólico. Os recursos são, assim, produtos sociais compartilhados, formadores e transformadores dos processos interacionais, uma vez que, por intermédio deles, os usuários tomam consciência do ambiente e da situação em que se encontram e programam suas ações baseadas em suas interpretações dos mesmos. A perspectiva interacionista, então, contempla a existência de um processo de interpretação pelo qual se formata o sentido de maneira dinâmica.

Trazendo a questão dos recursos para a investigação acerca da existência de interesses dos usuários, percebemos que as discussões com aqueles interessados na mesma temática se constituíram como uma finalidade para o hábito de se criar contas e postar fotos, bem como de ingressar nas redes daqueles possuidores dos mesmos interesses.

Ainda, como preceitua o IS, a natureza dos objetos é constituída pelo *significado* que estes possuem para cada indivíduo ou grupo; tal *significado* não é intrínseco ao mesmo, mas decorre da forma como cada um se mostra preparado para agir em relação ao objeto, e

consequentemente de redimensioná-lo. Voltando essa discussão para os recursos do *Flickr*, percebemos, através da análise das páginas, como o *significado* construído perante esses objetos depende – também – dos interesses aqui propostos.

Com relação às três premissas levantadas por Blumer (1969), e que constituem a base para interpretação da construção *significado* como um produto social, podemos aplicá-las na compreensão das dinâmicas sociais desenvolvidas no ambiente do *Flickr*, ao propormos que as páginas produzem sentidos que sustentam discussões passíveis de serem efetivadas entre os usuários.

O sentido, portanto, é introduzido de modo que a resposta às ações de cada um ocorrem em termos de como essas ações podem ter um *significado* – o que a ênfase pela utilização de determinados recursos pode suscitar na interação simbólica. Tal entendimento do que a ação significa tem de ser formado, e não está contido nas ações percebidas como pré-concebidas. Nesse sentido, nas páginas dos usuários, os *significados* estão sendo construídos sempre coletivamente, mas através da interpretação de cada um.

Na perspectiva interacionista, a interpretação ocorre a partir de dois momentos: no primeiro o ator indica para si mesmo as coisas com as quais ele deseja interagir e no segundo momento ocorre a interpretação, como um processo formador de *significados*. Dessa forma, ressaltamos mais uma vez que as páginas têm maior ou menor relevância de acordo com o processo interpretativo de cada um: há de se levar em conta os interesses nos quais os usuários se apresentaram engajados no site, a fim de manejar e modificar os *significados*.

Tal constatação nos pareceu evidenciar a busca por um compartilhamento de interesses em comum, construída a partir das leituras das linhas de ação efetivadas – por exemplo, nos procedimentos de postagem de comentários ou de inserção de algumas *tags*.

Assim, podemos considerar aqui a proposição de que, seja pelas linhas de ação interpretadas e adotadas ou pelos procedimentos de construção de referenciais identitários, ocorre, no site, um processo de negociação social, dinamizado e complexificado a partir dos *significados* construídos em torno dos objetos circulados no ambiente.

Pontuamos, ainda, o fato de que a idéia do engajamento dos usuários com interesses afins nos cenários de interação foi um fator que impeliu ou condicionou o modo pelo qual as ações ocorreram. Com isto, percebemos uma das peculiaridades desse site de redes sociais de compartilhamento de fotografias: a possibilidade de interagir através de trocas simbólicas

formatadas a partir da visualização e circulação das imagens fotográficas disponibilizadas por cada um.

Esses interesses, portanto, se revelaram como referenciais identitários, servindo de base para expressões e comportamentos sociais observados no site. Como vimos no capítulo 2, as identidades sociais dos usuários são formatadas e construídas através das experiências vivenciadas nas diversas situações promovidas pelas interações sociais. Tal argumentação se assemelha ao modo pelo qual as identidades são construídas no *Flickr*, através do relacionamento nas redes sociais de cada um.

Refletindo acerca das considerações expostas, constatamos como redes de compartilhamento de fotografias estão potencializando as possibilidades de expressão, desempenho e controle por parte dos usuários através de suas páginas e mediante o contato direto com as redes sociais nas quais eles estão inseridos.

No caso das interações em ambientes do *Flickr*, o compartilhamento de interesses permitiu que os usuários auxiliassem na discussão de questões que por ventura viessem a motivá-los nas páginas. Há, dessa forma, um reconhecimento da situação, direcionando as interações em torno de propósitos em comum, ao mesmo tempo em que percebemos que quanto maior a distância entre esses interesses nos ambientes, mais difícil o compartilhamento entre determinados usuários no *Flickr*.

Considerando questões referentes a essa amostra, salientamos a necessidade de compreender estas através dos modos pelos quais os usuários adotam certas práticas sociais e buscam mantê-las nos cenários de interação: nas suas páginas analisadas. Com efeito, uma compreensão aqui levantada com relação às práticas sociais adotadas é a de que a identidade criada pelos usuários é um reflexo das expectativas geradas a respeito desta.

Assim como foi pontuado por Sibilía (2005) a respeito de sites de compartilhamento, no momento em que a reflexão levou a autora a afirmar que usuários destas ferramentas estão construindo narrativas de si, visando sempre a compreensão de (i) qual a sua rede social, (ii) quais os seus gostos e as (iii) suas afinidades, podemos estender o mesmo argumento com relação aos usuários do *Flickr*. Essa rede auxilia na construção das páginas que os indivíduos gerenciam, ao permitir a eles a definição do seu público, como também indicar sua rede aos demais.

Nesse ponto, ressaltamos o componente da interação, importante para o processo de definição das *performances*. Os sites de compartilhamento de fotografias foram, nessa

pesquisa, compreendidos como espaços onde usuários encontram-se para interagir. Portanto, consideramos que as interações ocorridas nas páginas dos usuários são capazes de produzir sentido, por meio do qual é possível a compreensão da existência de interesses no *Flickr*. Nessa perspectiva, as articulações sociais ocorridas nesses ambientes foram, para nós, necessárias para a análise que efetivamos no site.

Então, com o resultado da pesquisa, concluímos que o compartilhamento de fotografias por meio de SRS promove articulações sociais tendo em vista a existência de interesses centrados nos conteúdos imagéticos que, por conseguinte, definem o modo como os envolvidos interagem no ambiente. Nesse sentido, mais do que um julgamento de qualidades estéticas que porventura sejam percebidas em uma fotografia, o modo como o indivíduo dá sentido aos mecanismos promotores de interação no *Flickr* é determinante para o entendimento do interesse de cada um.

Finalizada a explanação acerca dessa dissertação, pontuamos que esse trabalho pretende contribuir no aprofundamento de pesquisas acerca das interações em SRS, auxiliando também na reflexão de como é possível a construção de referenciais identitários – mais especificamente, através dos sites de compartilhamento de conteúdos fotográficos. Com isto, buscamos compreender de que forma o conteúdo – a fotografia – pode ser compreendido como uma forma de diferenciação dos propósitos daqueles que se engajam nos sites de compartilhamento, a exemplo do *Flickr*.

Desse modo, futuras pesquisas podem se debruçar no entendimento de como esses referenciais podem ocorrer em outros sites de compartilhamento de fotografias, considerando a existência de outros interesses, como também a existência de outros mecanismos que, de forma seletiva, os usuários estariam priorizando para o exercício de suas *performances*, aliado a uma interpretação acerca dos *significados* que esses recursos teriam para cada grupo social.

Pontuamos ainda que a nossa pesquisa de campo se ateu às interações em ambientes do *Flickr* gerenciados exclusivamente pelos usuários – nesse caso, as páginas. Pesquisas futuras podem também dar conta da compreensão de interações mediadas em outros ambientes dentro do próprio site – a exemplo das páginas dos grupos, que são criadas pelos usuários mas gerenciadas pela rede social que compõe os mesmos.

Em tempo, tendo em vista o desenvolvimento contínuo de mecanismos para a interação nesses sites de redes sociais, é possível suscitar que a exploração do *Flickr* pode

revelar novos recursos – ou mesmo lidar com a alteração dos já existentes – que venham a ser compreendidos como intervenientes na constituição dos cenários de interação.

Por fim, defendemos que a ênfase dada nessa pesquisa à ação ocorreu porque entendemos – com base nos referenciais teóricos escolhidos – que os indivíduos em interação nunca são apenas eles mesmos, mas também representações de grupos: a adoção de referenciais identitários ocorre tanto no sentido de pertencimento a determinados interesses coletivos, quanto no sentido de auxiliar os demais envolvidos na compreensão das linhas de ação a serem adotadas nos ambientes.

É baseado nesse pressuposto que empreendemos o aprofundamento do estudo do fenômeno do compartilhamento de fotografias na *web*, ao refletirmos sobre a existência de referenciais a serem adotados nas interações, dando prioridade aos desdobramentos das situações em que se encontram os indivíduos engajados nesse compartilhamento.

Referências

- AGYLE, Michael; KENDON, Adam. The experimental analysis of social performance. In: LAVER, John; HUTCHESON, Sandy. **Communication in face to face interaction**. Harmondsworth: Penguin Books, 1972.
- ALBERT, R.; JEONG, H.; BARABASI, Albert-László. The diameter of the world wide web. In: **Nature**, V. 401, p.130–131. Nova York: McMillan Publishers, 1999.
- ADAMIC, Lada; LUKOSE, Rajan; PUNIYANI, Amit; HUBERMAN, Bernardo. Search in power-law networks. In: **Physical Review E**, V. 64, p. 1-8. New York: The American Physical Society, 2001.
- AMARAL, Adriana. Categorização dos gêneros musicais na Internet: Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm. In: FREIRE FILHO, João, HERSCHMANN, Micael (orgs.) **Novos rumos da cultura da mídia: Indústrias, produtos e audiências**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Luciana. Netnografia como Aporte Metodológico da Pesquisa em Comunicação Digital. In: **Famecos**, 20(1), pp. 1-7. Porto Alegre, Editora da UFRGS, dezembro de 2008.
- AMARAL, Adriana. Plataformas de música online. Práticas de comunicação e consumo através dos perfis. In: **Contracampo**, Niterói, n. 20, novembro de 2009. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/6/21>>. Acesso em dezembro de 2010.
- AMSTEL, Folcsonomia e Identidade Cultural. In: Anais do **CHI**, p. 1-4. Itália: ACM, 2008.
- ANDREAS, Kaplan; MICHAEL, Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. In: **Business Horizons**, V. 53 (1), p. 59-68. Indiana: Elsevier, 2010.
- AQUINO, Maria Clara. A folksonomia como hipertexto potencializador de memória coletiva: um estudo dos links e das tags no de.licio.us e no Flickr. In: **Liinc em Revista**, v.4, n.2, p. 303-320, 2008.
- ARAÚJO, Carlos. Correntes teóricas de estudo da comunicação. In: **Verso e Reverso: Revista da Comunicação**, ano 21, número 46. Unisinos: 2007.
- ASCHER, Daphna; AHITUV, Niv; ETZION, Dalia. Computer-mediated Group Interaction Processes. In: International Conference on Complex Intelligent and Software Intensive Systems, p. 255-262. Fukuoka (Japão): março de 2009. Disponível em <<http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=05066795>>. Acesso em dezembro de 2010.
- ATKINSON, Paul; HOUSLEY, William. **Interactionism: An essay in sociological amnesia**. Londres e Thousand Oaks: Sage, 2003.

BARABÁSI, Albert-László et al. Evolution of the Social Network of Scientific Collaborations. In: **Physica A**, V. 311., p. 590-614. 2002.

BARABÁSI, Albert-László. **Linked: How Everything is Connected to Everything else and What it means for Business, Science and Everyday Life**. Cambridge: Plume, 2003.

BEAUDOIN, Joan. Flickr Image Tagging: Patterns Made Visible. In: **Bulletin of the American Society for Information Science and Technology**, p. 26-29. Maryland: ASIS, outubro/novembro de 2007.

BEER, David. Social networking(ing) sites - revisiting the story so far - a response to Danah Boyd and Nicole Ellison. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, V. 13, p. 516–529. Nova Dehli: Sage, 2008.

BLASIO, Birgitte Freiesleben de; SVENSSON, Åke ; LILJEROS, Fredrik. Preferential attachment in sexual networks. In: **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, V. 104(26). California: National Academy of Sciences, 2007.

BLUMER, Herbert. **George Herbert Mead and the Human Conduct**. Walnut Creek: Altamira Press, 2004.

BLUMER, Herbert. **Symbolic interactionism: Perspective and method**. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1969.

BOYD, Danah. Faceted Id, Entity: Managing representation in a digital world. **Tese de doutorado**. Programa de Media Arts and Sciences do Massachusetts Institute of Technology MIT, 2002.

BOYD, Danah. Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social networksites. In: **First Monday**, 11 (12), julho de 2007. Disponível em: <http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/>. Acesso em dezembro de 2010.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicolle. Social network sites: definition, history, and scholarship. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em dezembro de 2010.

BOYD, Danah. None of this is Real: Identity and Participation in Friendster. In: KARAGANIS, Joe. (org.) **Structures of Participation in digital culture**. Nova York: Social science research council, 2007.

BRAGA, Adriana. Microcelebridades: entre meios digitais e massivos. In: **Anais do XIX Encontro da Compós**. Rio de Janeiro, junho de 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_adriana_braga.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

BRAGA, Adriana. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: **Anais do XVI Encontro da Compós**, na UTP. Curitiba, junho de 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

BRAGA, Vitor. Compartilhamento de Fotografias na Web e Pós-feminismo: Estudo de Caso da *Fotologger* MariMoon. In: **Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, v. 1. p. 1-15. Campina Grande, julho de 2010.

BRANAMAM, Ann. Goffman's Social Theory. In: LEMERT, Charles; BRANAMAN, Ann. (orgs.). **The Goffman Reader**. Londres: Blackwell, 1997.

BRITO, Ruan Carlos. Interacionismo Simbólico e Comunidades Virtuais: Uma Alternativa Metodológica à "Comunidade Diluída". In: **Anais do III Simpósio Nacional da ABCiber**, v. 1. p. 1-16. São Paulo, novembro de 2009.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. In: **Contemporânea**, Vol. 3. Salvador-BA, Julho/Dezembro de 2005. Disponível em: <http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/v3n2_pdf_dez05/bruno-olhando-n3v2.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

BUCHANAN, Mark. **Nexus: Small Worlds and the Groundbreaking Science of Networks**. New York: W.W. Norton e Company, 2002.

BURGESS, Jean. Vernacular Creativity, Cultural Participation and New Media Literacy: Photography and the Flickr Network. In: **Anais do AoIR 7.0: Internet Convergences**, p. 27-30. Sydney, setembro de 2006.

BURKE, Moira; MARLOW, Cameron ; LENTO, Thomas. Feed Me: Motivating Newcomer Contribution in Social Network Sites. In: **Anais do CHI**, p. 1-10. Boston, 2009. Disponível em: <<http://www.thoughtcrumbs.com/publications/paper0778-burke.pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

CALDAS, Wagner; MOREIRA, Manoel. Folksonomia e Classificação de Etiquetas: estudo de caso Flickr. **Online**. Disponível em: <<http://dci2.ccsa.ufpb.br:8080/jspui/bitstream/123456789/484/1/GT%20%20Txt%2010-%20CALDAS,%20Wagner%20F..pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

CAMARGO, Jean Carlos Gomes. Habitus e/ou Consciência Prática? Por uma crítica comparativa na proposta teórico-metodológica de Bourdieu e Giddens. In: **Revista Senso Comum**, V. 5 (1), 2009. Online. Disponível em: <http://www.urbanidades.unb.br/06/artigo_7_jean_camargo.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

CHA, Meeyoung; MISLOVE, Alan; ADAMS, Ben; GUMMADI, Krishna. Characterizing Social Cascades in Flickr. In: **Anais do WOSN'08**. Washington, agosto de 2008.

CHA, Meeyoung; MISLOVE, Alan; GUMMADI, Krishna. A Measurement-driven Analysis of Information Propagation in the Flickr Social Network. In: **Anais do WWW 2009**. Madrid, junho de 2009.

CHESWICK, Bell; BURCH, Hal; BRANIGAN, Steve. Mapping and Visualizing the Internet. In: **Proceedings of USENIX Annual Technical Conference**, V. 1, p. 1-12, 2000.

CLASSMATES. Disponível em: <<http://www.classmates.com/>>. Acesso em dezembro de 2010.

COUNTS, Scott; STECHER, Kristin. Self-Presentation of Personality During Online Profile Creation. In: **Proceedings of the Third International ICWSM Conference**. San Jose, maio de 2009.

COX, A.M., CLOUGH, P.D. & MARLOW, J. Flickr: a first look at user behaviour in the context of photography as serious leisure" *Information Research*, 13(1) paper 336, 2008.

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel. **Introducing social networks**. Londres: Sage, 1999.

DONATH, Judith; BOYD, Danah. Public displays of connection. In: **BT Technology Journal**, V. 22 (4), p. 71-82. 2004. Disponível em: <<http://smg.media.mit.edu/papers/Donath/PublicDisplays.pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

DONATH, Judith. Identity and Deception in the Virtual Community. In: KOLLOCK Peter; SMITH, Marc (orgs.). **Communities in Cyberspace**. New York: Routledge, 1999.

DONATH, Judith. Signals in Social Supernets. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, V. 13(1), p. 1-24. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html>>. Acesso em dezembro de 2010.

DOMINGOS, Pedro; RICHARDSON, Matt. Mining the Network Value of Customers. In: **ACM SIGKDD**, 2001. Disponível em: <<http://www.cs.washington.edu/homes/pedrod/papers/kdd01a.pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

DÖRING, Nicola. Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. In: **Journal of Computer Mediated Communication**, V. 7 (3). Indiana: International Communication Association, abril de 2002.

DOWNES, Edward; MCMILLAN, Sally. Defining Interactivity: A qualitative identification of key dimensions. In: **New Media & Society**, V. 2, p. 157-190. Londres: Sage, 2000.

EBEL, Holger; MIELSCH, Lutz-Ingo; BORNHOLDT, Stefan. Scale-free topology of e-mail networks. In: **Physical Review E**, V. 66. New York: The American Physical Society, 2002.

ERDOS, Paul; RENYI, Alfred. On the evolution of random graphs. In: **Publications of the Mathematical Institute of the Hungarian Academy of Sciences** 5, 1960, p. 17-61.

CARRINGTON, Peter; SCOTT, John; WASSERMAN, Stanley (org.). **Models and methods in social network analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

FACEBOOK. Disponível em <<http://www.facebook.com/>>. Acesso em dezembro de 2010.

FALOUTSOS, Michalis; FALOUTSOS, Petros; FALOUTSOS, Christos. On Power-Law Relationships of the Internet Topology. In: **SIGCOMM Computer Communication Review**, V. 29, p. 251-262, 1999.

FAIRCLOUGH, Norman. “El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales”. In: WODAK, Ruth e MEYER, Michel. **Métodos de análisis crítico del discurso**, p. 179 – 203. Barcelona: Gedisa, 2003.

FERNÁNDEZ, Anastasia. **Nuevas etnografías y ciberespacio**: reformulaciones metodológicas. Cultura ; Política @ Ciberespacio. 1er Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad, 2002. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/c10tellez.htm>>. Acesso em dezembro de 2010.

FERNBACK, Jan. Beyond the diluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations. In: **New Media & Society**, Vol. 9, No. 1, 49-69, 2007.

FERRARI, Bruno. Onde os brasileiros se encontram. In: **Época Online**. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI143701-15224,00-ONDE+OS+BRASILEIROS+SE+ENCONTRAM.html>>. Acesso em dezembro de 2010.

FLANAGIN, Andrew; TIYAAMORNWONG, Vanessa; O’CONNOR, Joan; SEIBOLD, David. Computer-Mediated group work: the interaction of member sex and anonymity. In: **Communication Research**, V. 29 (1), p. 66-93. Nova York: Sage, 2007.

FLICKR. Disponível em: <www.flickr.com/>. Acesso em dezembro de 2010.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Comunicação, representação e práticas sociais**, V. 1, p. 13-26. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2004.

FRANÇA, V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: FOLLAIN; GOMES; PEREIRA (org.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004.

GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GHAOUI, Claude (org.). **Encyclopedia of human computer interaction**. Londres: Idea Group Inc., 2006.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

GOFFMAN, Erving . **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1999.

GOFFMAN, Erving. **Encounters**: two studies in the sociology of interaction. New York: The Bobbs-Merrill Company, 1961.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**: An essay on the organization of the experience. Massachusetts: Northeastern University Press, 1986.

GOMES, Luiz Henrique; ALMEIDA, Rodrigo; BETTENCOURT, Luis; ALMEIDA, Virgílio; ALMEIDA, Jussara. Comparative graph theoretical characterization of networks of

spam. In: Anais do **Second Conference on Email and Anti-Spam**. California, junho de 2005.

GOMEZ, Maria Nélide. A informação como instância de integração de conhecimentos, meios e linguagens. Questões epistemológicas, conseqüências políticas. In: In: GONZÁLES DE GOMEZ, Maria Nélide; ORRICO, Evelyn Goyannes. **Políticas de memória e informação: reflexos na organização do conhecimento**, p. 29-84. Natal: EDUFRN, 2006.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. In: **American Journal of Sociology**. Vol. 78, N. 6. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

GRANOVETTER, M. The strenght of weak ties: a network theory revisited. In: **Sociological Theory**, Vol. 1, p. 201-233, 1983.

GREISDORF, Howard; O'CONNOR, Brian. **Structures of Image Collections: From Chauvet-Pont-D'Arc to Flickr**. Londres: Libraries Unlimited, 2008.

HAYTHORNTHWAITE, C. Social networks and Internet connectivity effects. In: **Information, communication ; society**, Vol 2, nº 8, p.125-147, 2005. Online. Disponível em: <<http://www.informaworld.com/smpp/ftinterface~content=a714023550~fulltext=713240930~frm=content>>. Acesso em dezembro de 2010.

HAMMERSLEY M.; ATKINSON P. **Ethnography Principles in Practice**. London: Routledge, 1992.

HARTLINE, J.; MIRROKNI, V. ; SUNDARARAJAN, M. Optimal Marketing Strategies over Social Networks. In: **Proceedings of WWW**, 2008.

HAMPTON, Keith; SESSIONS, Lauren; HER, Eun Ja ; RAINIE, Lee. **Social Isolation and New Technology: How the internet and mobile phones impact Americans' social networks**. Pew Internet and American Life Project, 2009.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

HINE, Christine. Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge. In: C. HINE (org), **Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet**. Oxford: Berg, 2005.

HODKINSON, P. 'Insider research' in the study of youth cultures. In: **Journal of Youth Studies**, 2005, 18 (2), p. 131-149.

HOUSE, Nancy Van. Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self. In: **International Journal of Human-Computer Studies**, 67, 1073-1086. New York: Science Direct, 2009.

HUSSERL, Edmund. **Experience and Judgement**. Evanston: Northwestern University Press, 1975.

JENSEN, J. Interactivity: Tracing a New Concept in Media and Communication Studies. In: **Nordicon Review**, V. 19, 185-204. Londres: Sage, 1998.

JULSRUD, Tom. Behavioral changes at the mobile workplace: a symbolic interactionist approach. In: LING, R.; PEDERSEN, P. **Mobile communications**: re-negotiation of the social sphere. London: Springer-Verlag, 2005.

KENNEDY, Lyndon, Mor Naaman, Shane Ahern, Rahul Nair, and Tye Rattenbury. How flickr helps us make sense of the world: context and content in community-contributed media collections. In **MULTIMEDIA '07: Proceedings of the 15th international conference on Multimedia**, p. 631–640. Nova York, agosto de 2007.

KHALID Haliyana; DIX, Alan. I know what you did last summer: what can we learn from photolog? In: **Workshop: why CSCW?** Web 2.0 and social software solve our problem anyway in the 10th ECSCW conference. Limerick, agosto de 2007.

KIVISTO, Peter; PITTMAN, Dan. Goffman's Dramaturgical Sociology Personal Sales and Service in a Commodified World. In: KIVISTO, Peter (org.). **Illuminating Social Life: Classical and Contemporary Theory Revisited**. Londres: Sage, 2007.

KOZINETS, Robert. **On Netnography**: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. Evanston: Illinois Press, 1997.

LASH, Scott. **Crtique of information**. Londres: Sage, 2002.

LEMOS, André. **Cibercultura**: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Sulinas, 2004.

LERMAN, Kristina; JONES, Laurie. Social Browsing on Flickr. In: **The International Conference on Weblogs and Social Media**. Colorado, 2007. Disponível em: <<http://www.icwsm.org/papers/3--Lerman-Jones.pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

LÉVY, Pierre. O que é o virtual? Rio de Janeiro: 34, 1996.

MACHADO, Glaucio. Grupos de interesse, fotografia e acoplamento: o caso flickr.com. e como a educação pode tirar proveito disso. In: **Educação a Distância e Práticas Educativas Comunicacionais e Interculturais**, Vol. 3, No 3 (1). 2009.

MANNING, Philip. Reinvigorating the tradition of symbolic interactionism. In: **Symbolic Interaction**, V. 28(2), p. 167-173. Nova Dehli: Sage, 2005.

LIU, Hugo. Social network profiles as taste performances. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, vol. 13 (1), artigo 13, 2007. Online. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/liu.html>>. Acesso em dezembro de 2010.

MANTOVANI, Giuseppe. **New Communication Environments**: From Everyday to Virtual. Londres: Taylor ; Francis, 1996.

MARLOW, Cameron; NAAMAN, Mor; BOYD, Danah; DAVIS, Marc. Ht06, tagging paper, taxonomy, flickr, academic article, to read. In: **Hypertext '06: Proceedings of the seventeenth conference on Hypertext and hypermedia**, p. 31–40, New York: ACM, 2006.

MARWICK, Ashlee. "I'm a lot more interesting than a Friendster profile:" Identity presentation, authenticity, and power in social networking services. In: **Anais do Internet Research**. Chicago: julho de 2005.

MATHES, Adam. Folksonomies: Cooperative classification and communication through shared metadata. Disponível em: <<http://adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>>. Acesso em dezembro de 2010.

MCDONALD, David. Visual Conversation Styles in Web Communities. In: **40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'07)**, hicss, p.76-85. Hawaii: setembro de 2007.

MEAD, George. **Mind, self and society**: From the Standpoint of a Social Behaviorist. Chicago: The University of Chicago Press, 1934.

MERHOLZ, Peter. Metadata for the masses. 2004. In: **Adaptive Path**. Online. Disponível em: <<http://www.adaptivepath.com/ideas/essays/archives/000361.php>>. Acesso em dezembro de 2010.

MILLER, Andrew; EDWARDS, Keith. Give and Take: A Study of Consumer Photo-Sharing Culture and Practice. In: **CHI 2007**. San Jose: maio de 2007.

MISLOVE, Alan; KOPPULA, Hema; GUMMADI, Krishna; DRUSCHEL, Peter; BHATTACHARJEE, Bobby. Growth of the Flickr Social Network. In: **Anais do Workshop on Online Social Networks (WOSN'08)**, p. 01-06. Seattle, 2008. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.139.4987;rep=rep1;type=pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

MORRIS, Merrill; OGAN, Christine. The Internet as Mass Medium. In: **Journal of Communication**, V. 46(1), p. 39-50, 1997.

MY CHURCH. Disponível em: <www.mychurch.org/>. Acesso em dezembro de 2010.

NUNES, Jordão Horta. **Interacionismo Simbólico e Dramaturgia**: A sociologia de Goffman. São Paulo: Humanitas, 2005.

NEWMAN, Mark. The structure of scientific collaboration networks. In: **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, V. 98(2), p. 404-409, 2001.

NOOY, Wouter de. Formalizing symbolic interactionism. In: **Methodological Innovations Online**, V. 4, p. 39-52, 2009. Disponível em: <<http://www.pbs.plym.ac.uk/mi/pdf/17-04-09/5.%20de%20Nooy%20paper%2039-52.pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. In: **O'Reilly Network: What is Web 2.0**. O'Reilly Publishing: 2006.

ORKUT. Disponível em: <<http://www.orkut.com/>>. Acesso em dezembro de 2010.

PAVLIK, John. **New media technology**: cultural and commercial perspectives. Boston: Allyn and Bacon, 1996.

PISSARD, Nicolas; PRIEUR, Christophe. Thematic vs. social networks in web 2.0 communities: A case study on flickr groups. In: **Proceedings of the Algotel Conference**, maio de 2007.

PRIEUR, Christophe; CARDON, Dominique; BEUSCART, Jean-Samuel; PISSARD, Nicolas; PONS, Pascal. The Strength of Weak cooperation: A Case Study on Flickr. 2008. Online. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.137.4349&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em dezembro de 2010.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007a.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: **E- Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21. 2007b. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Tipologia de Redes Sociais Brasileiras no Fotolog.com. In: **E-Compós**, v. 9, p. 01. Brasília, 2007.

REULE, Danielle Sandri. De máscaras e espetáculo: formas de construção do sujeito pós-moderno virtual. Trabalho apresentado no **VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação** – NP Tecnologias da Informação e da Comunicação. Rio Grande do Sul, 2007.

RIBEIRO, José Carlos. Múltiplas identidades virtuais: a potencialização das experiências exploratórias do “Eu”. In: **Contracampo**, Niterói (RJ), v. 12, p. 171-184, 2005.

RIBEIRO, José Carlos; BRAGA, Vitor. Compartilhamento de fotografias na web: reflexões a partir da perspectiva do interacionismo simbólico. In: **Anais do III Simpósio Nacional da ABCiber**, v. 1. p. 1-13. São Paulo, 2009.

RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago; SILVA, Tarcízio. Gerenciamento de Impressões Pessoais através de Aplicativos Sociais: Uma proposta de análise. In: **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, V. 1, p. 1-15. Caxias do Sul (RS), setembro de 2010.

RICHARDSON, Mathew; DOMINGOS, Pedro. Mining Knowledge Sharing Sites for Viral Marketing. In **ACM SIGKDD**, 2002.

RICHTER, Rudolf; SCHADLER, Cornelia. See my virtual self: dissemination as a characteristic of digital photography - the example of Flickr.com. In: **Visual Studies**, 2010.

ROBINSON, Laura. The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. In: **New Media & Society**, V. 9, No. 1, 93-110, 2007.

ROGERS, E. M. **Difusion of Innovations**. New York: The Free Press, 1995.

RYAN, Marie-Laure. Narration in Various Media. In: HÜHN, Peter (org.). **The living handbook of narratology**. Hamburg: Hamburg University Press, 2009. Disponível em: <http://hup.sub.uni-hamburg.de/lhn/index.php/Narration_in_Various_Media>. Acesso em dezembro de 2010.

SÁ, Simone. Netnografias nas redes digitais. In: PRADO, José Luiz. **Crítica das práticas midiáticas**. São Paulo: Hacker editores, 2002.

SANDSTROM, Kent; MARTIN, Dan; FINE, Gary. Symbolic interactionism at the end of the century. In: RITZER, George; SMART, Barry (orgs.). **Handbook of social theory**, p. 217-231. Londres: Sage, 2003.

SANTOS, H. Interação social e novas mídias: elementos para uma análise da interação mediada. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, número 18, 2002.

SATORRAS, Romualdo Pastor; VESPIGNANI, Alessandro. **Evolution and Structure of the Internet: A Statistical Physics Approach**. Nova York: Cambridge University Press, 2004.

SCHECHNER, Richard. **Drama, Script, Theater and Performance**. In: Performance Theory. New York: Routledge, 1988.

SCHUTZ, Alfred. **Collected papers 1: The problem of social reality**. New York: Springer, 1974.

SCHULTZ, Don; BARNES, Beth. **Campanhas Estratégicas de Comunicação de Marca**. Rio de Janeiro, Qualimark Editora, 2001.

SIBILIA, Paula. Blogs, fotologs, videologs y webcams: El show de la vida íntima en Internet. In: **Lucera**, v. 10, p. 4-11, 2005.

SILVA, Tomás Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

SIMÕES, Paula. A centralidade da experiência na constituição das representações: contribuições interdisciplinares para o campo da comunicação. In: **E-Compós**, V. 13, N. 1. Brasília: janeiro a abril de 2010.

SNYDER, Mark. Self-monitoring and expressive behavior. In: **Journal of Personality and Social Psychology**, V. 30(1), pp.526-37. Washington: American Psychological Association, 1974.

SORIANO, Jaume. Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación. In: **Lecciones del Portal**, V. 1, p. 1-16. Online: Portal de la Comunicación, 2007. Disponível em <http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/30.pdf>. Acesso em dezembro de 2010.

STEUR, Jonathan. Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. In: **Journal of Communication**, Vol. 42, No. 4, pp. 73-93, 1992.

SUCHMAN, Lucy. **Plans and Situated Actions: The problem of human-machine communication**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

SUNDÉN, Jenny. **Material Virtualities**. New York: Peter Lang, 2003.

STRAUSS, Anselm. **Espelhos e máscaras: A busca de identidade**. São Paulo: Editora da USP, 1999.

TAYLOR, Jacqui; MCDONALD, John. The Effects of Asynchronous Computer-Mediated Group Interaction on Group Processes. In: **Social Science Computer Review**, V. 20 (3), p. 260-274. Nova York: Sage, 2002.

TWITTER. Disponível em: <<http://www.twitter.com/>>. Acesso em dezembro de 2010.

VALAFAR, Masoud; REJAIE, Reza ; WILLINGER, Walter. Beyond Friendship Graphs: A Study of User Interactions in Flickr. In: **Anais do Workshop on Online Social Networks (WOSN'09)**, Barcelona: 2009.

VORVOREANU, Mihaela. Managing Identity Across Social Networks. In: **Anais do CSCW 2010**, p. 481-482. Georgia: 2010.

STURTZ, David. Communal Categorization: The Folksonomy. In: **Anais do INFO622: Content Representation**, Dezembro de 2004.

TUFEKCI, Zeynep. Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites. In: **Bulletin of Science, Technology ; Society**, 28 (1), 20-36, 2008.

WATKINS, Craig. **The young and the digital**. Boston: Beacon Press, 2009.

WAL, Vander. **Explaining and Showing Broad and Narrow Folksonomies**. Online. Disponível em: <http://www.personalinfocloud.com/2005/02/explaining_and_.html>. Acesso em dezembro de 2010.

WALKER, Jill. Feral hypertext: when hypertext literature escapes control. In Proceedings of the Sixteenth ACM Conference on Hypertext and Hypermedia (Salzburg, Austria, Sept. 2005). **HYPERTEXT '05**. ACM Press, New York, NY, 46-53.

WATTS, Duncan. **Small Worlds: the Dynamics of Networks Between Order and Randomness**. Princeton: Princeton University Press, 1999.

WATTS, Duncan; Steven Strogatz. Collective dynamics of “small-world” networks. In: **Nature**, V. 393, p. 440-442. Nova York: McMillan Publishers, 1998.

WELLMAN, Barry; POTTER, S. The elements of personal community. In: WELLMAN, Barry (org.). **Networks in the Global Village**. Boulder, CO: Westview Press, 1999.

WELLMAN, Barry. The network basis of social support: A network is more than the sum of its ties. In: WELLMAN, Barry (org.). **Networks in the Global Village**, Boulder, CO: Westview Press, 1999.

WELLMAN, Barry; WORTLEY, Scot. Different Strokes from Different Folks. In: **American Journal of Sociology**, V. 96, p. 558-588. 1990.

WELLMAN, B. The rise of networked individualism. In: **Community networks online**. London: Taylor ; Francis, 2001.

WILLIAMSON, Bebra Aho. EMarketer Social Network Marketing: Ad Spending and Usage. 2007. Online. Disponível em: <http://www.emarketer.com/Report.aspx?code=emarketer_2000478>. Acesso em dezembro de 2010.

WILSON, Christo; BOE, Bryce; SALA, Alesssandra; PUTTASWAMY, Krishna; ZHAO, Ben. User Interactions in Social Networks and their Implications. In: **Anais do EuroSys'09**, p. 1-14. Nuremberg: 2009.

WINGET, Megan. User-defined classification on the online photo sharing site flickr... Or, how I learned to stop worrying and love the million typing monkeys. In: **Anais do 17th ASIS;T SIG/CR Classification Research Workshop**. Austin, Texas: novembro de 2006.

WODAK, Ruth. De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. In: WODAK, Ruth e MEYER, Michel. **Métodos de análisis crítico del discurso**, p. 17 – 34. Barcelona: Gedisa, 2003.

YAKOVLEV, Ilya. Web 2.0: Is It Evolutionary or Revolutionary? In: **IT Professional**, V. 9, N. 6, p. 43-45. CS Digital Library: dezembro de 2007.

ZWOL, Roelof van. Flickr: Who is looking? In: **Anais do WI '07: Proceedings of the IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence**, pages 184–190, Washington, DC, USA, 2007. IEEE Computer Society.

Anexos

Anexo 1: Análise dos usuários com interesses *afetivos, estéticos e promocionais*.

Interesse afetivos

Usuário	Url do Flickr	Favoritamentos	Comentários	Marcações	Ex-pôs	Tags	Tipos tags	Usuário	Descrição	Álbuns	Grupos
Camila - Coleção	http://www.flickr.com/photos/47651948@N03/5134227820	1	Resposta a perguntas feita pelos usuários e comentário sobre o texto da página, na qual ela diz participar das eleições. As pessoas comentam se gostam ou não de trabalhar e quais as consequências de faltar à convocação.	0	0	17	Local, atividade ("trabalho"), projeto que a usuária participa ("project365"), dia ("hoje, ontem") e tema subjetivo ("democracia")	peessoal	Indica qual a foto dos 365 dias ("Day 135/365") e o que ela fez nesse dia (foi mesária nas eleições)	1	6
	http://www.flickr.com/photos/47651948@N03/5170318989	4	Elogio à bolsa que aparece e comentários mais pessoais	0	0	14	Objeto da foto ("bolsa"), local ("galeria do rock"), dia ("ontem, ayer"), elementos que estão da foto ("poás") e projeto integrante da foto ("project365")		Descrição de que foto é do projeto 365; referência à bolsa, demonstrando afetividade	1	6
	http://www.flickr.com/photos/47651948@N03/5176796318/	2	Elogio à tatuagem, e perguntas sobre o que significa o desenho.	0	0	15	Objetos da foto ("tatto, pele") e menção ao Projeto 365		Descrição de que foto é do projeto 365; referência à tatuagem, que gostou de ter feito	2	8
	http://www.flickr.com/photos/47651948@N03/5167429971/	1	Elogio às unhas, perguntas de onde comprou os materiais usados	0	0	17	Objetos da foto ("unha, esmalte") e menção ao Projeto 365		Descrição de que foto é do projeto 365; referência à cor de sua unha, baseada na cor da camisa de uma amiga sua, que tinha gostado. Dá detalhes dos produtos utilizados para obtenção dessa cor	2	19
	http://www.flickr.com/photos/47651948@N03/5129675281/	4	Elogio ao cachorro e criação de diálogos de pensamentos para a situação.	0	0	16	Objetos da foto ("cachorro, cão") e menção ao Projeto 365		Descrição de que foto é do projeto 365; referência ao seu animal de estimação (Chloé), no qual demonstra afetividade ao simular que ele estaria "xeretando na geladeira aberta". Utiliza de palavras como "meu bb =)"	1	10
Cogitação	http://www.flickr.com/photos/46170325@N06/5133717829	0	-	0	0	12	Sobrenome da família, local, e palavras em japonês	peessoal	Referência à pessoa de sua família – o trisavô Júlio	1	0
	http://www.flickr.com/photos/46170325@N06/5152712251	0	-	0	0	16	Palavra "criança" em vários idiomas e variações (menino, menina, girl) e 4 tags em japonês		Referência aos irmãos e sobrinhos.	1	0
	http://www.flickr.com/photos/	0	-	0	0	28	Objetos da foto (criança,		Referência ao sobrinho, que	1	3

	46170325@N06/5155632082/						niño, enfant) e <i>tags</i> em chinês		está segurando o seu "cãozinho".		
	http://www.flickr.com/photos/46170325@N06/5151350355/	0	-	0	0	8	Grau de parentesco (bisavô), local e sobrenome		Referência à pessoa de sua família, informando também detalhes de sua árvore genealógica	1	1
	http://www.flickr.com/photos/46170325@N06/5151351425/	0	-	0	0	25	Nome das pessoas na foto (rosa, rosa ramalho), local e <i>tags</i> em chinês		Referência a membros de sua família, indicando o grau de parentesco	1	6
tio rico campos	http://www.flickr.com/photos/35582541@N00/5129859331	0	-	0	0	10	Local e pessoas da foto ("alunos, febem, informatica")	pessoal	Local da foto ("febem") e descrição de quem são as pessoas ("antigos alunos de informática")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/tioricocampos/5130463844/	0	-	0	0	4	Relacionadas ao local da foto		Informações sobre o objeto retratado – um cartão postal. Acrescenta que faz parte de uma série de fotos antigas	1	0
	http://www.flickr.com/photos/tioricocampos/5128899322/	0	-	0	0	8	Pessoas da foto ("amigos, friends") e local		Indica o evento e o local	1	0
	http://www.flickr.com/photos/tioricocampos/5129469977/	0	-	1	0	6	Evento ("feira do livro") e local		Indica o evento, o local e quais pessoas estão na foto	1	0
	http://www.flickr.com/photos/tioricocampos/5128900826/	0	-	0	0	8	Local		Indica o evento e o local	1	0
	http://www.flickr.com/photos/tioricocampos/5128292665/	0	-	1	0	8	Local		Indica o evento e o local	1	0
diego pacheco	http://www.flickr.com/photos/35305370@N06/5149550995	0	-	0	0	3	Local e ano	pessoal	Identifica a pessoa da foto e o local ("Eu no Sobrenatural em St Tereza")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/diego-pacheco/5161716803/	0	-	0	0	3	Local e ano		Referência ao local e ano ("RIO 2010")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/diego-pacheco/5162319856/	0	-	0	0	3	Local e ano		Referência ao local e ano	1	0
	http://www.flickr.com/photos/diego-pacheco/5161712009/	0	-	0	0	3	Local e ano		Referência ao local e ano	1	0
	http://www.flickr.com/photos/diego-pacheco/5149548647/	0	-	0	0	2	Local e ano		Identifica a pessoa da foto e o local	1	0
Iris Florarte	http://www.flickr.com/photos/44628650@N08/5159842187	2	Várias usuárias dizendo que são viciadas também em fazer bordados e resposta da autora sobre essa preferência	0	0	12	Objeto da foto: "bordado, feltro, tecido, feito a mao, costura, flores"	pessoal	Comenta que se viciou em fazer bordados	1	30
	http://www.flickr.com/photos/loresartesanais/5148048829/	0	Elogios ao artesanato	1	0	8	Materiais usados no artesanato		Indica que é uma fralda feita para o filho	1	26
	http://www.flickr.com/photos/loresartesanais/5153598931/	2	Elogio ao trabalho da usuária e desejos de uma boa semana	0	0	6	Objetos da foto ("flor, rosa") e mensagem ("carpediem")		Utiliza o espaço para desejar "um bom fim de semana"	0	18

	http://www.flickr.com/photos/loresartesanais/5140094820/	0	Elogios ao artesanato	0	0	14	Objetos da foto		Descreve o artesanato e sugere o seu uso	1	29
	http://www.flickr.com/photos/loresartesanais/5150768955/	0	Agradecimento às visitas dela nas páginas das usuárias e desejos de um bom fim de semana	2	0	3	Objeto da foto e local		Utiliza o espaço para desejar "um bom fim de semana"; indicação do local da foto	1	15
João F	http://www.flickr.com/photos/32708866@N02/5162335485	1	Elogio à criança na foto ("Que meiga. Bela imagem meu amigo")	0	0	0	-	peessoal	-	1	0
	http://www.flickr.com/photos/otojoao/5162338239/	0	Elogio a qualidade da foto preto e branca	0	0	0	-		-	1	0
	http://www.flickr.com/photos/otojoao/5154006272/	0	-	0	0	0	-		-	1	0
	http://www.flickr.com/photos/otojoao/5162333213/	0	-	0	0	0	-		-	1	0
	http://www.flickr.com/photos/otojoao/5170842262/	0	Elogio ao trabalho fotográfico	0	0	0	-		-	1	0
Daniela Feitosa	http://www.flickr.com/photos/35577930@N08/5165986294	0	-	0	0	2	Sigla do evento e cidade ("natal")	peessoal	Identificação do evento no qual participou	1	0
	http://www.flickr.com/photos/danifeitosa/5165983416/	0	-	0	0	2	Sigla do evento e cidade ("natal")		Comentário afetivo sobre o evento retratado: "sala cheia :)"	1	0
	http://www.flickr.com/photos/danifeitosa/5165378307/	1	-	0	0	2	Sigla do evento e cidade ("natal")		Comentário afetivo sobre o evento retratado	1	0
	http://www.flickr.com/photos/danifeitosa/5146290501/	0	-	0	0	2	Sigla do evento e cidade ("natal")		Identifica o local retratado ("vista do hotel em natal")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/danifeitosa/5165381735/	1	Elogio à pessoa na foto ("que fofinha")	0	0	2	Sigla do evento e cidade ("natal")		Indica quem aparece na foto e o que faz (apresentando seu trabalho)	1	0
Guadalupea	http://www.flickr.com/photos/8966326@N03/5167802483	0	-	0	0	4	Tag adicionada automaticamente pelo programa utilizado para edição: "Instagram APP"	peessoal	Comentário afetivo sobre um animal de estimação, que dorme em uma almofada	0	0
	http://www.flickr.com/photos/guadalupea/5175354063/	0	-	0	0	4	Tag adicionada automaticamente pelo programa utilizado para edição: "Instagram APP"		Indica quem são as pessoas na foto	0	0
	http://www.flickr.com/photos/guadalupea/5172003933/	0	-	0	0	4	Tag adicionada automaticamente pelo programa utilizado para edição: "Instagram APP"		Comentário afetivo sobre um evento que participou, retratado na foto por um crachá do mesmo ("Esse eu vou guardar com mto carinho!")	0	0
	http://www.flickr.com/photos/guadalupea/5169917591/	0	-	0	0	4	Tag adicionada automaticamente pelo programa utilizado para edição: "Instagram APP"		Comenta sobre o chopp na foto ("mais um?")	0	0
	http://www.flickr.com/photos/guadalupea/5169917591/	0	-	0	0	4	Tag adicionada		Indica quem é na foto	0	0

	uadalupea/5147946889/						automaticamente pelo programa utilizado para edição: "Instagram APP"				
	http://www.flickr.com/photos/guadalupea/5128488965/	0	-	0	0	4	Tag adicionada automaticamente pelo programa utilizado para edição: "Instagram APP"		Refere-se ao objeto da foto – um <i>brownie</i>	0	0
Fabio M Medeiros	http://www.flickr.com/photos/49671684@N04/5177523136	0	-	0	0	0	-	peçoal	Descreve o momento retratado na foto, lembrando-o ("entrevista diogo (fabio 2008). caramba!! nem lebrava dessa foto")	1	1
	http://www.flickr.com/photos/gobrasil/5152514621/	0	-	0	0	4	Local, nome do autor, nome do time		Referência ao seu time de futebol ("Sempre Lusa")	2	0
	http://www.flickr.com/photos/gobrasil/5152503157/	0	-	0	0	4	Local e evento		Indica o local em que esteve, na foto, e o ano	1	0
	http://www.flickr.com/photos/gobrasil/5153110748/	0	-	0	0	4	Local e evento		Indica o local em que esteve, na foto, e o ano	1	0
	http://www.flickr.com/photos/gobrasil/5153088900/	0	-	0	0	2	Pessoas da foto ("amigos, turma da city")		Indica o local em que esteve, na foto, e o ano. Informa que se trata de uma situação vivenciada há muito tempo	1	0
Marta Emília	http://www.flickr.com/photos/martaemilia/5151062859/	0	-	0	0	0	-	peçoal	-	1	8
	http://www.flickr.com/photos/martaemilia/5148755148/	0	-	0	0	0	-		-	1	2
	http://www.flickr.com/photos/martaemilia/5148754852/	0	-	0	0	0	-		-	1	5
	http://www.flickr.com/photos/martaemilia/5148755418/	1	Elogio aos elementos presentes na foto ("lovely")	0	0	0	-		-	1	3
	http://www.flickr.com/photos/martaemilia/5148756838/	0	-	0	0	0	-		-	1	0
Sil Artesanato	http://www.flickr.com/photos/22495653@N02/5170862244	27	Comentário sobre o artesanato que aparece na foto e resposta da autora	1	0	0	-	peçoal	Indica os materiais usados na confecção do artesanato que aparece na foto, e o título do seu trabalho ("Pink Bird + um CD reciclado, desta vez transformado em centro de guirlanda")	1	15
	http://www.flickr.com/photos/silartesanato/5170900787/	0	Comentários sobre os tecidos	0	0	0	-		Diz o que tem na foto (tecidos) e para quem a dedica (para a irmã, em Portugal)	0	0
	http://www.flickr.com/photos/silartesanato/5168801412/	0	-	0	0	0	-		Mensagem positiva e comentário sobre reciclagem	1	21

	http://www.flickr.com/photos/ilartesanato/5166033967/	38	Elogio aos artesanatos e resposta da autora, agradecendo os comentários	1	0	0	-		Explicação sobre reutilização de CDs em artesanatos	2	18
	http://www.flickr.com/photos/ilartesanato/5163085565/	1	Elogio ao trabalho, proposta de troca de peças de artesanato e resposta da autora, aceitando a troca	1	0	0	-		Comenta o tema da foto: matrioskas	0	0
	http://www.flickr.com/photos/ilartesanato/5145877626/	12	Elogio ao artesanato que aparece na foto	2	0	0	-		Comenta sobre o artesanato e as cores do Natal	1	20
Lílian Melin	http://www.flickr.com/photos/53500248@N05/5147238142	3	Elogios à foto e alguém comentam que conhece o rapaz que aparece na mesma. A usuária agradece os comentários	0	0	0	-	pessoal	Menção à personagem da foto - doroty	1	5
	http://www.flickr.com/photos/lmelim/5147138290/	0	Comentam que parecem a “Familia Adams” as pessoas presentes na foto	0	0	0	-		Menção aos personagens retratados (“fake Zombies”)	1	1
	http://www.flickr.com/photos/lmelim/5133830336/	0	-	0	0	0	-		Referência a um momento retratado – de concentração	1	0
	http://www.flickr.com/photos/lmelim/5147207282/	1	Elogio às fotos da usuária, e demonstração de afeto (“aaaaah meigos!”)	0	0	0	-		Referência a pessoas de uma família	1	1
	http://www.flickr.com/photos/lmelim/5147220558/	1	Elogio à foto e ao tratamento	0	0	0	-		Referência a elementos retratados – como o “sangue falso”, em alusão ao seriado de TV <i>True Blood</i>	1	1

Interesses estéticos

Usuário	Url do Flickr	Favoritamentos	Comentários	Marcações	Expôs	Tags	Tipos tags	Usuário	Descrição	Álbuns	Grupos
★ Gustavo Burgos ★	http://www.flickr.com/photos/31829831@N00/5129930089	1	Elogio à qualidade da foto ("buenissima")	0	0	11	Localização geográfica e autoria	pessoal	Numeração e descrição do local	1	10
	http://www.flickr.com/photos/31829831@N00/5137858641	0	-	0	0	11	Local, autor, ano, autor do prédio que aparece na foto ("niyemeyer")		Um número (4988)	2	4
	http://www.flickr.com/photos/pandemico/5129929269/	7	Elogio à foto e premiação de grupo	0	0	11	Local, autor, ano, autor do prédio que aparece na foto ("niyemeyer")		Um número e identificação do prédio que aparece na foto	1	11
	http://www.flickr.com/photos/pandemico/5160300168/	2	Comentários acerca do que o local retratado (Estúdio América) faz uma alusão acerca da memória dos usuários	0	0	0	-		Um número e identificação do prédio que aparece na foto	1	1
	http://www.flickr.com/photos/pandemico/5131989189/	3	Elogio à foto	0	0	0	-		Um número e identificação da cidade que aparece na foto	2	4
Marcelo Nacinovic	http://www.flickr.com/photos/35581435@N07/5112430238	74	Elogio à foto (composição, luz, local bonito) e respostas à mensagens enviadas pelos autor da página a outros usuários ("Essa está bem especial!!!! O AMN tá perfeito. Obrigada por todo o incentivo viu. :-)")	0	1	42	Local, modelo da câmera e tipo de lente utilizada	pessoal	Local e poesia. Trecho: "onde haja sol... - Trancoso"	5	58
	http://www.flickr.com/photos/35581435@N07/5135819336	26	Elogio à foto, comentário sobre patrimônio histórico e preservação, convite para inserir a foto em grupos e "premiações" de outros	0	0	41	Local, técnica (modelo de câmera e marca), objeto de foto ("igreja") e idéias relacionadas ("tombado, viagem, cultura")		Identificação do monumento e o local.	4	71
	http://www.flickr.com/photos/mmvc/5132754253/	46	Elogio à foto (composição, luz, cores), ao trabalho do usuário – de maneira geral – e ao lugar retratado	0	0	37	Técnica (modelo de câmera e marca), e elementos presentes no local ("nuvens, tempestade")		Identificação do monumento e o local. Explicações sobre o reflexo do vidro presente na foto.	3	23
	http://www.flickr.com/photos/mmvc/5154764725/	33	Elogio à foto (composição, luz, cores, qualidades estéticas em geral), ao trabalho do usuário – de maneira geral –, ao lugar retratado e sobre o texto postado pelo usuário na descrição (acerca do MAC ser "A casa dos Jetsons em cima da casa dos Flintstones")	3	1	48	Informações geográficas do local retratado, detalhes sobre o dispositivo (modelos da câmera e da lente) e elementos presentes no local		Detalhes sobre o local retratado. Comentário irônico sobre o MAC-Niterói ("A casa dos Jetsons em cima da casa dos Flintstones")	4	35
	http://www.flickr.com/photos/mmvc/5184972601/	88	Elogio à foto, comentário sobre a qualidade do trabalho fotográfico do	1		35	Referência ao autor da foto, informações		Informações históricas sobre o local retratado ("Farol de	7	68

			usuário e sobre a cidade de Salvador ("bateu uma saudade ...")				geográficas do local retratado, detalhes sobre o dispositivo (modelos da câmera e da lente) e elementos presentes no local		Itapoã, em Salvador")		
Leonardo Gomes	http://www.flickr.com/photos/43271882@N06/5138459802	0	Elogio ao conteúdo retratado ("Great shot! Love the sky, the colors and the reflection in the water")	0	0	4	Técnica fotográfica e local ("HDR, Grafite, Grafitti, Brasília")	pessoal	Uma numeração e referência à técnica fotográfica (HDR)	1	0
	http://www.flickr.com/photos/leogomesneves/5134013529/	0	Convite para inserir a foto num grupo	0	0	3	Técnica fotográfica e local		Numeração e nome do trabalho fotografado ("Street: 05")	1	5
	http://www.flickr.com/photos/leogomesneves/5134004225/	0	-	0	0	3	Técnica fotográfica e local		Numeração e nome do trabalho fotografado	1	2
	http://www.flickr.com/photos/leogomesneves/5132749797/	0	-	0	0	4	Técnica fotográfica e local		Numeração e nome do trabalho fotografado	1	1
	http://www.flickr.com/photos/leogomesneves/5133342910/	1	Premiações de grupos	0	0	4	Técnica fotográfica e local		Numeração e nome do trabalho fotografado	1	4
André Assumpção	http://www.flickr.com/photos/30405733@N03/5141801830	4	Elogio à foto ("bonita"), evocação de sensações (arrepia!!!!), elogio ao efeito usado e a outras fotos do mesmo autor	0	0	17	Autor, ano, técnica fotográfica, modelo de câmera, tema da foto ("urban, zumbi")	pessoal	Informações sobre o evento e o objeto retratado ("Zombie Walk / Dead Skin Mask")	1	3
	http://www.flickr.com/photos/30405733@N03/5147193670	2	Elogio ("show, lindo") e menção de que viu a foto num determinado grupo do Flickr.	0	0	17	Autor, local, evento, técnica ("portrait, retrato")		Informações sobre o evento e o objeto retratado	2	14
	http://www.flickr.com/photos/andre_assumpcao/5176598438	9	Elogio à foto, cores, enquadramento, convite para inserir a foto em grupos	0	2	17	Autor, modelo da câmera, elemento presentes na foto ("parque da juventude")		Informações sobre a modelo fotografada e ficha técnica da foto ("Modelo: Pâmela Oliveira. Figurino: Marie Tchibi. Maquiagem: Bruna Science")	1	6
	http://www.flickr.com/photos/andre_assumpcao/5143596449	8	Evocação de sensações acerca da foto ("tenebroso", "ai que medo..."); exaltação de qualidades estéticas ("perfeito", "show")	0	1	17	Autor, modelo da câmera, elemento presentes na foto, local		Informações sobre o evento e o objeto retratado	1	14
	http://www.flickr.com/photos/andre_assumpcao/5155540779	1	Elogio às qualidades estéticas da foto e perguntas sobre o efeito utilizado para a foto	0	0	17	Autor, modelo da câmera, elemento presentes na foto, local		Informações sobre o evento e o objeto retratado	1	7
Bruno Coutinho	http://www.flickr.com/photos/41493975@N05/5141732314	1	Elogio à foto, <i>thumbnails</i> com "coroações" da foto em um determinado grupo e comentários avisando que o usuário colocou uma foto de praia num grupo sobre flores	0	0	8	Local e elementos presentes na foto ("pesca, barco, azul, mar")	pessoal	Referência à cor predominante ("Azul") e local onde foi tirada a foto	1	30
	http://www.flickr.com/photos/	1	Premiações de grupos que a foto faz	0	0	4	Local da foto		Informações sobre o local da	1	16

	couthobr/5175627449/		parte						foto		
	http://www.flickr.com/photos/couthobr/5172464872/	0	Premiações de grupos que a foto faz parte e elogio à foto	0	0	1	Objeto retratado na foto		Indica o objeto retratado	1	17
	http://www.flickr.com/photos/couthobr/5176392331/	0	Elogio à simplicidade da foto (“nice and simple”)	0	0	5	Local da foto e técnica (“pb”)		Indica o objeto da foto, a técnica e o local	1	19
	http://www.flickr.com/photos/couthobr/5173536212/	0	Elogio ao foco dado pelo autor da foto	0	0	0	-		Referência à cor predominante e o local	1	10
Flávio Valsani	http://www.flickr.com/photos/21585435@N07/5143213381	13	Elogio às cores da foto e enquadramento; convite para inserir a foto em grupos "premiações" de outros grupos	0	0	1	Local da foto (“25 de março”)	peessoal	Comentário sobre as cores da foto em dois idiomas (“Me gustan los colores... Y qué?! I like colors... So what?!”)	0	23
	http://www.flickr.com/photos/21585435@N07/5133458750	8	Elogio a qualidades estéticas do trabalho do usuário em geral, comentários acerca também da arte urbana que aparece na foto e convite pra inserir a foto em grupos	1	0	1	Elementos abstraídos da foto (“Liberdade”)		Dúvida sobre gostar ou não da foto (“No sé si me gusta...”)	1	5
	http://www.flickr.com/photos/21585435@N07/5148870331	25	Elogio às cores da foto e enquadramento de detalhe, convite para inserir a foto em grupos e premiações de grupos	0	0	2	Local (“25 de Março”) e elementos abstraídos da foto (“SOE”)		Brincadeira com o conteúdo da foto (“Verdadeiramente digital...”)	0	55
	http://www.flickr.com/photos/21585435@N07/5164321313/	9	Elogio à foto, convite para inserir a foto em grupos, premiações	0	0	2	Local da foto		Descreve o momento da foto com uma frase	0	25
	http://www.flickr.com/photos/21585435@N07/5125854929/	18	Elogio à foto, convite para inserir a foto em grupos, premiações	0	0	1	Local da foto		Uso de um emoticon (“O.O”)	0	9
Victor Silveira	http://www.flickr.com/photos/21406542@N00/5144735204	10	Elogio à foto (enquadramento, planos, equilíbrio) e comentário sobre a beleza do parque retratado	0	0	3	Local e técnica fotográfica (“HDR”)	peessoal	Indicação do momento fotografado e de um <i>link</i> para um blog que contém outras fotos do mesmo dia	1	1
	http://www.flickr.com/photos/19361930@N02/5147170478	5	Convite do autor para ver toda a série fotográfica por meio de um <i>link</i> que ele disponibilizou, elogio à foto e ao enquadramento e ao PB, convite para inserir a foto num grupo	0	0	0	-		Frase (“Você não chorará por minha ausência, eu sei você me esqueceu há muito tempo”), título da sessão, nome da modelo e <i>links</i> pra outras fotos do local da foto	3	1
	http://www.flickr.com/photos/19361930@N02/5160393600	1	O autor posta duas fotos do mesmo dia como comentário, há elogios ao enquadramento, luz, contraste e um comentário de que ele iria gostar de Portugal: (“Show!!! Vitinho, vc iria enlouquecer aqui em Portugal...rsrsrs Cada campo lindo, para fazer umas fotos...o duro é o vento e o friozinho!!!! Bjssss”)	0	0	0	-		Título para a foto (Passos de um outono), <i>link</i> para uma versão maior da mesma e um texto do autor, que ele já havia postado no blog	3	16
	http://www.flickr.com/photos/	4	Convite para inserir a foto em grupos,	1	0	0	-		Título (“Light”) e texto de	0	1

	19361930@N02/5165892686		elogio aos lustre que aparece na foto, elogio ao enquadramento e luz e pequena pergunta de um dos usuários ("não está mais lendo os versículos? Deixou de escrever "AMÉM"...")						Caio Fernando Abreu			
	http://www.flickr.com/photos/19361930@N02/5173000285	0	Elogios, ficha técnica e mais fotos do ensaio, e respostas a perguntas do autor feitas a outros usuários	1	0	0	-		Nome da modelo e <i>link</i> para o <i>making of</i> do ensaio	2	0	
Cecília Murgel	http://www.flickr.com/photos/26914671@N08/5156727456	6	Elogio a qualidades percebidas na ilustração e agradecimento da autora mencionando as pessoas que comentaram	1	0	0	-	peessoal	<i>Link</i> pro <i>Youtube</i> pra um vídeo relacionado ao musical <i>Hair</i> e a frase ("OH HAIR, HAIR, HAIR...SOMEDAYS I FEEL SO TIRED!")	1	13	
	http://www.flickr.com/photos/26914671@N08/5150307158	4	Elogios ao trabalho da usuária, comentários sobre o musical (hair) e que viram a foto num determinado grupo	0	0	0	-		<i>Link</i> para um vídeo no <i>Youtube</i> de <i>Hair</i> e a letra de <i>Age of Aquarius</i>	1	15	
	http://www.flickr.com/photos/26914671@N08/5130555132	1	-		0	0	0	-	Identificação da ilustração que aparece na foto	1	14	
	http://www.flickr.com/photos/ceciliamurgel/5149935224/	2	Pergunta sobre o que é a ilustração e resposta do autor		0	0	0	-	Identificação da ilustração que aparece na foto	1	7	
	http://www.flickr.com/photos/ceciliamurgel/5170125094/	4	Elogios à ilustração e agradecimento da autora		0	0	0	-	indica que a ilustração foi para uma matéria e dá o <i>link</i> da matéria	1	3	
	http://www.flickr.com/photos/ceciliamurgel/5168292004/	2	Elogio ao trabalho e agradecimentos		1	0	0	-	Titulo de música, <i>link</i> para <i>youtube</i> e letra da mesma	1	12	
Alobos flickr	http://www.flickr.com/photos/80487073@N00/5162318759	2	Pergunta sobre como vão os dias no RJ	1	0	46	Câmera, local, elementos da foto, temas subjetivos ("enjoy, divertido")	peessoal	Local da foto e comentário ("Rio is enjoy the life. Copacabana beach")	1	4	
	http://www.flickr.com/photos/80487073@N00/5170264355	4	Elogio ao fazer fotográfico ("Ótima foto e profundidade de campo")	0	0	41	Câmera usada, local da foto, e objetos retratados na foto ("boy, body, água")		Local da foto e comentário	1	7	
	http://www.flickr.com/photos/80487073@N00/5170262449	1	Elogio a foto ("Buenísima")		0	0	42	Modelo da câmera, local e objetos retratados na foto ("boy, body, beach")		Local da foto e comentário	1	2
	http://www.flickr.com/photos/armandolobos/5173126948/	0	Elogio ao lugar da foto		0	0	16	Local da foto, modelo da câmera e objetos retratados na foto		Local da foto e ano	1	4
	http://www.flickr.com/photos/armandolobos/5171389837/	0	-		0	0	39	local da foto, modelo da câmera e objetos retratados na foto		Local da foto e comentário	1	1
Maycon Passos	http://www.flickr.com/photos/55618020@N07/5165346889	0	Elogio à foto e ao fazer fotográfico – o foco da mesma	0	0	4	Momento da foto ("noite") e objeto	peessoal	Busca por uma titulação da foto, seguido de um	1	5	

							retratado ("Passat, 84, carro")		comentário sobre o objeto retratado ("Cheiro de gasolina. Passat GTS 84' volkswagen. Saudades do azul metálico e do cheiro de gasolina clássica. Sem falar nos dadinhos do retrovisor. Mais uma curva em nossa história")		
	http://www.flickr.com/photos/maycon_passos/5177080288/	0	-	0	0	0	-		Mensagem sobre o momento da foto	1	3
	http://www.flickr.com/photos/maycon_passos/5159637635/	0	Elogio à foto, menção de que viu num determinado grupo e agradecimentos do usuários que a postou	0	0	0	-		Indicação do local da foto e comentário sobre o mesmo	1	4
	http://www.flickr.com/photos/maycon_passos/5154743019/	0	Comentário sobre a aparência do castelo fotografado	0	0	3	Local da foto		Indicação do local da foto e menção à pintura do castelo e seu contraste	1	4
	http://www.flickr.com/photos/maycon_passos/5154732775/	0	Elogio às cores da foto	0	0	1	Objeto retratado na foto ("carrosel")		Comentário sobre o objeto retratado – carrosel	1	3
Renan Luna	http://www.flickr.com/photos/24690815@N03/5168226906	8	Elogio à foto (cores, planos) e principalmente ao foco; comentário sobre a cena urbana onde se acha de tudo	0	0	22	Autor, objetos retratados na foto, local e modelo da câmera	pessoal	Indicação do que foi o evento fotografado e o local onde aconteceu	3	0
	http://www.flickr.com/photos/renanluna/5165680048/	11	Comentário sobre o homem da foto e elogios ao fazer fotográfico	2	0	16	Referência ao autor, técnica fotográfica ("Preto e Branco Black") e tema retratado		Indicação do que foi o evento fotografado e o local onde aconteceu	4	13
	http://www.flickr.com/photos/renanluna/5163227887/	3	Elogio à foto e comentário sobre a cena urbana	0	0	13	Referência ao autor, modelo da câmera, lente utilizada e local		Comentário sobre a cena retratada ("estamos abertos.")	2	10
	http://www.flickr.com/photos/renanluna/5153076824/	25	Elogio à composição da foto ("gostei desses tons!!!", "Que olhar! Excelente!") e agradecimento do autor	1	0	20	Referência ao autor, modelo da câmera, lente utilizada e local		Busca por intitulação da foto ("guerra civil em duas rodas")	5	8
	http://www.flickr.com/photos/renanluna/5129400151/	14	Elogio à foto, à composição e à luz; convites e menções de grupos	1	0	14	Referência ao autor, modelo da câmera, lente utilizada, evento e elementos		Comentário sobre o objeto fotografado	2	9
FM Carvalho / Marcelo Carvalho	http://www.flickr.com/photos/49034952@N05/5176752213	2	Elogio à foto ("Excelente foto."), comentário sobre a praia ("Esse não sai mais da praia"), como o desejo de alguns de caminhar na praia	0	0	39	Local, câmera, elementos retratados na foto ("prédios, estátua, carlos drummond de andrade")	pessoal	Poema de Drummond, indicação de onde está a estátua dele e modelo da câmera	0	13
	http://www.flickr.com/photos/49034952@N05/5162308123	0	Sobre a paisagem que é bela e pode-se fotografar	1	0	36	Local, câmera utilizada, elementos retratados na		Indicação do local e modelo da câmera utilizado	0	3

	http://www.flickr.com/photos/49034952@N05/5170895498	1	Elogio à foto e convite para ver novas fotos de uma das usuárias que comentou (texto em português e em inglês também)	0	0	28	foto ("edifício, cristo") Local, modelo da câmera, elementos retratados na foto ("carnaval, doce")		Busca por intitulação da foto ("Olha o algodão doce aí geente!!!") e indicação de local e modelo da câmera ("Sony T30")	0	10
	http://www.flickr.com/photos/49034952@N05/5173054075	0	-	6	0	47	Câmera utilizada, local da foto e elementos retratados ("carmem miranda, noel rosa, cartola")		Identificação do objeto retratado, dando explicações sobre a arte urbana representada. Indica também o modelo da câmera utilizado	0	6
	http://www.flickr.com/photos/mcarvalho/5164862125/	0	-	0	0	32	Câmera utilizada, elementos retratados na foto e local		Identificação do local da foto e do modelo da câmera utilizado	0	5
	http://www.flickr.com/photos/mcarvalho/5141898022/	0	Menção de que viu a foto num grupo	0	0	41	Câmera utilizada, elementos retratados na foto e local		Identificação do local da foto e do modelo da câmera utilizado	2	13
Lourenço_BR	http://www.flickr.com/photos/40503359@N04/5210010403	6	Elogio à composição, ângulo, perspectiva, convite para inserir a foto em grupos e menção e premiações de outros	0	0	11	Referência a um concurso de fotografia ("mywinners"), autor, local da foto e câmera utilizada	pessoal	Identificação do local da foto ("Secretaria de Educação - São Paulo") e links para vários sites do fotógrafo – site oficial, <i>twitter</i> , <i>facebook</i> , dentre outros	0	9
	http://www.flickr.com/photos/acl1313/5172525905/	0	Comentário sobre o movimento das plantas, resposta do autor, premiações de grupos	0	0	8	Cores predominantes, autor, local e elementos retratados na foto		Descreve o que é na foto e links para vários sites do fotógrafo – site oficial, <i>twitter</i> , <i>facebook</i> , dentre outros	1	11
	http://www.flickr.com/photos/acl1313/5173121120/	1	-	0	0	11	Cores predominantes, autor, local e elementos retratados na foto		Comentário sobre o objeto retratado ("Viva a natureza") e links para vários sites do fotógrafo – site oficial, <i>twitter</i> , <i>facebook</i> , dentre outros	1	0
	http://www.flickr.com/photos/acl1313/5130085688/	1	Comentários de que a foto provoca uma sensação de aflição	0	0	7	Referência ao autor, local e elementos retratados na foto		"Teste 02" e link para vários sites do fotógrafo (site, <i>twitter</i> , <i>facebook</i> , dentre outros)	0	0
	http://www.flickr.com/photos/acl1313/5137343077/	1	Elogio à percepção do fotógrafo e a qualidade da foto com lente macro (para grandes aproximações no objeto retratado)	1	0	11	Referência ao autor, câmera utilizada e elementos retratados na foto		"Formiguinha" e link para vários sites do fotógrafo (site, <i>twitter</i> , <i>facebook</i> , dentre outros)	0	1
Zé Eduardo	http://www.flickr.com/photos/34825951@N02/5134328074	0	Elogio ao fazer fotográfico e <i>thumbnail</i> de imagem postada pelo próprio autor	0	0	0	-	pessoal	Número (1.250). O usuário numera as fotos desde o	1	0

Andrada									primeiro <i>post</i>		
	http://www.flickr.com/photos/34825951@N02/5138344392	0	Elogio ao trabalho do usuário, em geral, e principalmente às cores da foto postada	0	0	0	-		Um número (1.252)	2	2
	http://www.flickr.com/photos/34825951@N02/5156722472	0	Elogio à composição e <i>thumbnail</i> postado pelo próprio autor com outra foto	0	0	0	-		Um número (1.305)	0	0
	http://www.flickr.com/photos/406image/5162647695/	0	Elogio a qualidades estéticas da foto, como as cores	0	0	0	-		Um número (1.318)	0	0
	http://www.flickr.com/photos/406image/5155394021/	0	Elogio ao trabalho do fotógrafo e ao local retratado (uma casa)	0	0	0	-		Um número (1.303)	0	0
Guilherme mecca	http://www.flickr.com/photos/52126919@N00/5141145545	0	Informações acerca das estrelas presentes na foto, postada pelo grupo astrometry	10	0	3	Relação com o grupo astrometry	pessoal	Informações sobre o objeto retratado – nome da constelação que aparece na foto (“Phoenix”)	0	1
	http://www.flickr.com/photos/gcda/5133786620/	0	-	0	0	0	-		Explica que a foto trata-se de um teste com uma câmera (“canon SD600”)	2	0
	http://www.flickr.com/photos/gcda/5140093254/	0	Menção de que viu a foto num grupo	0	0	14	Elementos retratados na foto e técnica fotográfica (“motion”)		Busca por uma titulação da foto (“What are you looking at?”) e descrição do equipamento usado	1	15
	http://www.flickr.com/photos/gcda/5160750703/	0	Elogio à técnica (foto panorâmica) e premiação de grupos	0	0	19	Elementos retratados na foto e local		Indica a técnica utilizada (“square panorama”)	2	17
	http://www.flickr.com/photos/gcda/5165028636/	1	-	0	0	11	Elementos retratados na foto e técnica fotográfica		Indica modelo do carro e da câmera utilizada	1	16
	http://www.flickr.com/photos/gcda/5161677583/	0	Elogio à foto (“Bela!”)	0	0	0	-		Informações sobre o local retratado – uma avenida	2	0
Tatiana Sapateiro	http://www.flickr.com/photos/21406542@N00/5144735204	10	Elogio à foto (enquadramento, planos, equilíbrio) e comentário sobre a beleza do parque retratado	0	0	3	Local e técnica fotográfica (“HDR”)	pessoal	Indica o momento em que a foto foi realizada (“Feriado no parque”) e fala de um <i>link</i> pra um blog que contém outras fotos do mesmo dia	1	1
	http://www.flickr.com/photos/tatianasapateiro/5145931297/	8	Elogio ao enquadramento e comentário sobre a cena	0	0	2	Local		Indica o momento em que a foto foi realizada e fala de um <i>link</i> pra um blog que contém outras fotos do mesmo dia	1	2
	http://www.flickr.com/photos/tatianasapateiro/5133393273/	45	Elogio às cores e à composição, comentários sobre a beleza do local e menção de que viu a foto num grupo	1	1	4	Local e elementos retratados na foto		Indica o local da foto e <i>link</i> para blog	2	2
	http://www.flickr.com/photos/tatianasapateiro/5127084759/	18	Elogio às qualidades estéticas da foto (luz, sombra e local retratado); convite para inserir a foto em grupos e premiações	0	0	6	Local e elementos retratados na foto		Indica o local da foto e <i>link</i> para blog	2	5

	http://www.flickr.com/photos/tatianasapateiro/5137936530/	13	Elogio às qualidades estéticas da foto (luz, sombra e local retratado); convite para inserir a foto em grupos e premiações	0	0	5	Local e elementos retratados na foto		Busca por uma titulação da foto ("Barquinhos de papel") e <i>link</i> para blog	1	1
Thiago.carrapatoso	http://www.flickr.com/photos/20122618@N07/5156116317	0	-	0	0	7	Local da foto e ano	pessoal	Indica o nome do local ("Manaus")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/carrapatoso/5151037726/	0	-	0	6	6	Local da foto e ano		Indica o nome do local	0	0
	http://www.flickr.com/photos/carrapatoso/5131750613/	0	-	0	0	2	Elementos retratados na foto		Indica o nome do prato, dando detalhes da receita	0	0
	http://www.flickr.com/photos/carrapatoso/5156735608/	0	-	0	0	7	Local da foto e ano		Indica o nome do local	0	1
	http://www.flickr.com/photos/carrapatoso/5156121653/	0	-	0	0	7	Local da foto técnica fotográfica ("tedx") e ano		Indica o nome do local	0	0
Ivan	http://www.flickr.com/photos/94065648@N00/5156731636	0	Elogio à foto ("beautiful !!")	0	0	2	Local da foto	pessoal	Identifica o que aparece na foto e local ("igreja em ruínas Antiga Matriz da Cidade de Ivoti, RS")	1	2
	http://www.flickr.com/photos/94065648@N00/5141095661	0	Elogio à foto, e comentários acerca de elementos que aparecem na foto ("Hahahaha... Discos voadores !")	0	0	12	Câmera utilizada e elementos retratados na foto ("trigo, lavoura")		Indica o que há na foto e o local	1	4
	http://www.flickr.com/photos/ivanbustamante/5156129727/	0	Agradecimentos pelo comentário feito pelo usuário que postou a foto, e elogio ao registro documental	0	0	2	Local da foto		Indica o nome do local	1	1
	http://www.flickr.com/photos/ivanbustamante/5156716906/	0	-	0	0	11	Local da foto e elementos retratados		Busca por uma titulação da foto ("labirinto verde")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/ivanbustamante/5156092619/	0	-	0	0	15	local da foto e elementos retratados		Busca por uma titulação da foto ("parque aldeia do imigrante")	1	0
J.sofia	http://www.flickr.com/photos/29480319@N02/5160461360	2	Outras fotos postadas como comentário pelo usuário, elogios à sequência de fotos e comentário sobre os lugares ("Damn, you have some amazing places to visit!")	0	0	0	-	pessoal	Indica o local da foto e avisa que tem mais fotos nos comentários	1	0
	http://www.flickr.com/photos/jsofia/2758430683/	1	Elogio a detalhes técnicos (profundidade de campo e luz)	0	0	0	-		Informa sobre o local retratado, e faz uma referência ao momento vivido – indicando ter saudades	1	5
	http://www.flickr.com/photos/jsofia/5159808181/	2	Exaltação de qualidades estéticas da foto ("this is great!", "beautiful!")	0	0	0	-		Indica o local da foto	0	0
	http://www.flickr.com/photos/jsofia/5160479712/	5	Elogio à foto e <i>thumbnails</i> de outras fotos da autora da mesma	0	0	0	-		Indica o local da foto e sobre a situação vivenciada – teve curiosidade sobre o que as pessoas observavam	1	0

	http://www.flickr.com/photos/jsofia/5127243173/	8	Elogio à foto e <i>thumbnails</i> de outras fotos da autora da mesma	1	0	0	-		Indica o local da foto e sobre a situação vivenciada	1	0
Fred Matos	http://www.flickr.com/photos/89017202@N00/5160320726	40	Elogio à foto, indicação de premiações de grupo e diálogo com o autor que agradece os comentários	2	1	7	Referência ao autor, local e menções a concursos fotográficos ("mywinners, anawesomeshot")	pessoal	Um poema e indicação da autoria do poema e da foto	1	35
	http://www.flickr.com/photos/redmatos/5168639525/	10	Convite para inserir a foto em grupos, menções de grupos e elogios à qualidade da foto, ao lugar e a detalhes técnicos (contraste e cores)	0	0	4	Local da foto		Indica o local da foto	1	15
	http://www.flickr.com/photos/redmatos/5168642571/	7	Convite para inserir a foto em grupos, menções de grupos e elogios	0	0	1	Menção a concurso fotográfico ("mywinners")		Busca por uma titulação da foto, fazendo referência à cor predominante ('azulzinha')	1	12
	http://www.flickr.com/photos/redmatos/5169237510/	13	Discussão acerca do objeto retratado (um macaco) e do fazer fotográfico (efeito utilizado)	1	0	0	-		Busca por uma titulação da foto, fazendo referência ao animal ("mico")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/redmatos/5169236780/	7	Elogio ao fazer fotográfico (composição e cores) e convites para inserir a foto em grupos	0	0	11	Local da foto, referência ao autor e menção a concurso fotográfico ("mywinners")		Busca por uma titulação da foto, fazendo referência aos animais retratados	3	44
Celi Aurora	http://www.flickr.com/photos/18189395@N05/5160026614	10	Elogio à composição e comentário sobre a espécie da ave, menção de que viu a foto em um grupo	0	0	11	Espécie de ave, local utilizada e elementos retratados na foto ("aves, bird")	pessoal	Descrição da espécie da ave e número da foto: ("Sabiá-do-banhado (Embernagra platensis) - Great Pampa-Finch - DSC_0250_04")	0	1
	http://www.flickr.com/photos/celiaurora/5150173540/	14	Comentário sobre a espécie fotografada, menção e premiações de grupos	0	0	0	-		Descrição da espécie e número do arquivo da maquina	0	2
	http://www.flickr.com/photos/celiaurora/5147071658/	20	Comentário sobre a espécie fotografada, menção e premiações de grupos	0	0	14	Espécie de ave e local da foto		Descrição da espécie	0	9
	http://www.flickr.com/photos/celiaurora/5117087997/	12	Comentário sobre a espécie fotografada, menção e premiações de grupos	0	1	14	Espécie de ave, local da foto e referência ao autor		Descrição da espécie e número do arquivo da maquina	0	9
	http://www.flickr.com/photos/celiaurora/5111940646/	10	Comentário sobre a espécie fotografada, menção e premiações de grupos	0	0	14	Espécie de ave, local da foto e referência ao autor		Descrição da espécie e número do arquivo da maquina	0	8
Sweet Tricot	http://www.flickr.com/photos/50104688@N05/5162330161	6	Comentários meigos sobre a boneca da foto (fofa, linda, saudades, etc.)	0	1	18	Elementos referentes ao objeto retratado ("doll, boneca, plástico")	pessoal	Identificação das bonecas da foto ("Boo & Mimi")	1	45
	http://www.flickr.com/photos/50104688@N05/5162328687	4	Comentários sobre as bonecas que aparecem na foto	0	0	18	Elementos referentes ao objeto retratado		Identificação das bonecas da foto	2	20
	http://www.flickr.com/photos/	4	Elogio à foto e à boneca	0	1	17	Elementos referentes ao		Identificação das bonecas da	1	29

	renatasweettricot/5170485518/						objeto retratado		foto		
	http://www.flickr.com/photos/renatasweettricot/5172722553/	2	Elogio à boneca	0	0	32	Referência a autora e elementos referentes ao objeto retratado		Identificação das bonecas da foto	1	30
	http://www.flickr.com/photos/renatasweettricot/5164838999/	2	Perguntas sobre o objeto retratado na foto, elogios à boneca	0	0	12	Referência a autora, ano da boneca ("1981") e elementos referentes ao objeto retratado		Comentário sobre o trabalho feito na boneca	1	17
Fernando Delfini	http://www.flickr.com/photos/63185144@N00/5134254072	7	Elogio à foto, discussões técnicas ("Que pb, hein? f1.4? Precisa humilhar? Ahahaha") e comentário sobre a ação da foto (Enquanto todos dormem, eles trabalham vida difícil.)	0	0	25	Local, câmera e lente utilizadas e elementos retratados na foto ("legumes, verdura, hortifruti")	pessoal	Descrição da ação da foto, como uma forma de intitulá-la ("carga e descarga")	0	0
	http://www.flickr.com/photos/delfini/5127861586/	8	Elogio ao trabalho do fotógrafo e comentários sobre a personagem fotografada	0	0	0	-		Comentários técnicos sobre o seu fazer fotográfico e sobre os favoritamentos de fotos ("toda foto com desfoque tem fave, será que essa tem?")	0	0
	http://www.flickr.com/photos/delfini/5142836646/	2	Elogio ao trabalho e ao preto e branco da foto	0	0	32	Referência ao autor, local da foto e elementos retratados na foto		Busca por uma titulação da foto ("pass.") e <i>link</i> pro site do fotógrafo	0	0
	http://www.flickr.com/photos/delfini/5158209081/	5	Elogio às cores e à edição	0	0	0	-		<i>Link</i> para o site do fotógrafo	0	0
	http://www.flickr.com/photos/delfini/5151753240/	5	Elogio à foto e comentário de que viu a foto num grupo	0	0	0	-		Comentário sobre a edição da foto ("uma das fotos com menos photoshop ultimamente, hahahaha") e <i>link</i> para site do fotógrafo	0	0

Interesses promocionais

Usuário	Url do Flickr	Favoritamentos	Comentários	Marcações	Expôs	Tags	Tipos tags	Usuário	Descrição	Álbuns	Grupos
IASD Porto Alegre	http://www.flickr.com/photos/30556826@N04/5150293702	0	Elogio às pessoas presentes ("Gente bonita") e uma imagem que faz alusão a um banquete	0	0	0	-	Impessoal	Explicação do que é o evento fotografado, local e data.	2	8
	http://www.flickr.com/photos/iasd/5134407311/	0	-	0	0	0	-		Explicação do que é o evento fotografado, local e data.	2	4
	http://www.flickr.com/photos/iasd/5150294222/	0	-	0	0	0	-		Explicação do que é o evento fotografado, local e data.	2	8
	http://www.flickr.com/photos/iasd/5134405323/	0	-	0	0	0	-		Explicação do que é o evento fotografado, local e data. ("Culto de Sábado - 30/10/2010 Igreja Adventista Central De Porto Alegre - RS")	1	4
	http://www.flickr.com/photos/iasd/5149684431/	0	Elogio às pessoas presentes e à vestimenta ("lindos..amei a beca!")	0	0	0	-		Explicação do que é o evento fotografado, local e data.	2	8
Vasco da Gama	http://www.flickr.com/photos/45614746@N05/5156735586	0	-	0	0	4	Relacionada ao dia, evento e local da foto ("jogo, engenheiro, fluminense, torcida")	Impessoal	Identificação do placar do jogo, local da foto e autor da mesma ("Fluminense 1 x 0 Vasco 34ª rodada do Campeonato Brasileiro de 2010 - Estádio Olímpico João Havelange - Engenheiro -RJ - 07-11-10 - tarde. Foto: Marcelo Sadio/vasco.com.br")	1	0
	http://www.flickr.com/photos/galeriavasco/5169689442/	0	-	0	0	2	Evento ("treino") e pessoa que aparece na foto ("jadson")		Identificação do dia, evento, local e autor da foto	1	0
	http://www.flickr.com/photos/galeriavasco/5164308898/	0	Comentários sobre o jogador retratado ("o melhor do nosso time, joga muito :D")	0	0	2	Evento e pessoa que aparece na foto ("carlos alberto")		Identificação do dia, evento, local e autor da foto	1	0
	http://www.flickr.com/photos/galeriavasco/5162624452/	0	Comentários sobre o lugar retratado ("Que bela vista!!! e bela foto!")	0	0	4	Evento, local ("praia") e pessoas que aparecem na foto ("eder luis e renato agosto")		Identificação do dia, evento, local e autor da foto	1	0
	http://www.flickr.com/photos/galeriavasco/5140442842/	0	-	0	0	3	Evento e pessoas que aparecem na foto		Identificação do dia, evento, local e autor da foto	1	0
	http://www.flickr.com/photos/galeriavasco/5130631918/	0	-	0	0	2	Evento ("jogo") e time adversário ("vitoriaba")		Identificação do placar do jogo, local da foto e autor da mesma	1	0

Expedição AirCross	http://www.flickr.com/photos/55646448@N04/5159721327	0	-	0	0	4	Relacionadas ao evento retratado (“expedição, aircross, citroen, aventura”)	Impessoal	Nome do evento, local, divulgação de <i>link</i> de site e indicação de quem aparece na foto	1	0
	http://www.flickr.com/photos/expedicaoaircross/5176117507	0	-	0	0	11	Relacionadas ao evento retratado e local		Nome do evento, local e divulgação de <i>link</i> de site (“Expedição Citroën AIRCROSS visita concessionária em Curitiba/PR e segue para Jaraguá do Sul/SC expedicaoaircross.com.br ”)	1	0
	http://www.flickr.com/photos/expedicaoaircross/5174935646	0	-	0	0	9	Relacionadas ao evento retratado		Nome do evento, local e divulgação de <i>link</i> de site	1	0
	http://www.flickr.com/photos/expedicaoaircross/5174327159	0	-	0	0	9	Relacionadas ao evento retratado		Nome do evento, local e divulgação de <i>link</i> de site	1	0
	http://www.flickr.com/photos/expedicaoaircross/5174308519	0	-	0	0	8	Relacionadas ao evento retratado		Nome do evento, local e divulgação de <i>link</i> de site	1	0
	http://www.flickr.com/photos/expedicaoaircross/5168862261	0	-	0	0	8	Relacionadas ao evento retratado		Nome do evento, local e divulgação de <i>link</i> de site	1	0
Flávio Arns	http://www.flickr.com/photos/52755403@N03/5210700970	0	-	0	0	1	Referência ao autor da foto ("jfogura")	Pessoal	Referência ao evento no qual o usuário – o político Flávio Arns – esteve	0	0
	http://www.flickr.com/photos/flavioarns/5137324152/	0	-	0	0	0	-		Referência ao evento no qual o usuário esteve	1	0
	http://www.flickr.com/photos/flavioarns/5135079796/	0	-	0	0	1	Referência ao autor da foto		Referência ao evento no qual o usuário esteve	1	0
	http://www.flickr.com/photos/flavioarns/5133468933/	0	-	0	0	1	Referência ao autor da foto		Referência ao evento no qual o usuário esteve	1	0
	http://www.flickr.com/photos/flavioarns/5133485369/	0	-	0	0	1	Referência ao autor da foto		Referência ao evento no qual o usuário esteve	1	0
Marta Senadora 113	http://www.flickr.com/photos/martasenadora/5132649658/	0	-	0	0	3	Referência a pessoa retratada e evento (“martasuplicy, marta, eleições 2010”)	Impessoal	Referência ao evento no qual o usuário – a política Marta Suplicy – esteve	1	0
	http://www.flickr.com/photos/martasenadora/5132616784/	0	-	0	0	3	Referência a pessoa retratada e evento		Referência ao local que o usuário esteve	1	0
	http://www.flickr.com/photos/martasenadora/5132024789/	0	-	0	0	3	Referência a pessoa retratada e evento		Referência ao local que o usuário esteve (“Marta na seção eleitoral”)	1	0
	http://www.flickr.com/photos/martasenadora/5132642376/	0	-	0	0	3	Referência a pessoa retratada e evento		Referência ao local que o usuário esteve	1	0
	http://www.flickr.com/photos/martasenadora/5132029521/in/photostream/	0	-	0	0	3	Referência a pessoa retratada e evento		Referência ao local que o usuário esteve	1	0
Robert & Alex	http://www.flickr.com/photos/51508421@N04/5165914256	0	-	0	0	0	-	Impessoal	Referência a pessoa retratada (“Alex”)	1	0
	http://www.flickr.com/photos/robertealex/5165311623/	0	-	0	0	0	-		Referências às pessoas retratadas (“Robert & Alex”)	1	0

	http://www.flickr.com/photos/robertealex/5165311515/	0	-	0	0	0	-		Referências às pessoas retratadas	1	0
	http://www.flickr.com/photos/robertealex/5165313679/	0	-	0	0	0	-		Referência a pessoa retratada	1	0
	http://www.flickr.com/photos/robertealex/5165913990/	0	-	0	0	0	-		Referência a pessoa retratada	1	0