

Compartilhamento de fotografias na web: reflexões a partir da perspectiva do interacionismo simbólico¹

José Carlos Santos Ribeiro²
Vitor José Braga Mota Gomes³

Universidade Federal da Bahia - UFBA

Resumo

O presente artigo traz reflexões sobre diversas práticas sociais que compõem o fenômeno do compartilhamento de fotografias na web, observadas no site *Flickr*. Para tanto, utilizamos como guia de análise algumas premissas básicas derivadas da perspectiva teórica do Interacionismo Simbólico. Adotamos como proposição de trabalho que os objetos gerados e circulados entre os usuários desse site (em especial, as fotos) são produtos sociais que são formados e transformados pelo processo de definição que se dá através das particularidades das interações sociais efetivadas, e dos procedimentos habituais de gerenciamento de características identitárias.

Palavras-chave

Flickr; Interacionismo Simbólico; Compartilhamento de fotografias

Introdução

Com o advento da Web 2.0⁴, caracterizada pela possibilidade de publicação, compartilhamento e organização de informação por parte dos usuários, observa-se cada vez mais uma ampliação dos espaços sociais de interação. Seja através da presença de plataformas mais centradas na produção e circulação de conteúdos colaborativos, seja naquelas mais direcionadas à expansão de possibilidades relacionais ancoradas em eixos temáticos de discussão, o que se constata é um gradativo aperfeiçoamento dos mecanismos e dos processos

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Redes sociais, identidade e sociabilidade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e do Programa de Pós-graduação em Psicologia (UFBA). Pesquisador do GITS – Grupo de Pesquisa em Interação, Tecnologias Digitais e Sociedade; e do GPC – Grupo de Pesquisa em Cibercidades. Professor Adjunto do Instituto de Psicologia (UFBA). E-mail: jcsr01@gmail.com.

³ Jornalista (UFAL), especialista em Artes Visuais (Senac) e mestrando na linha de cibercultura do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Pesquisador do GITS – Grupo de Pesquisa em Interação, Tecnologias Digitais e Sociedade. E-mail: vitorbragamg@gmail.com

⁴ “Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva” (WIKIPEDIA- <http://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0>). Acessado em outubro de 2009.

de comunicação mediados por computadores que visam facilitar as trocas sociais efetivados pelos participantes.

De fato, tal configuração atual potencializa a emergência de processos de trabalho coletivo, de trocas afetivas, de produção e circulação de informações e de construção social de conhecimento. Algumas dessas expressões características podem ser observadas, de maneira bastante evidente, em sites de compartilhamento de conteúdos, como é o caso daqueles dedicados à exploração de material fotográfico, nos quais as articulações sociais – alimentadas pelo fluxo contínuo de idéias associadas ao universo das imagens – se mostram em crescente processo de expansão.

Por outro lado, a possibilidade de gerenciamento, por parte dos usuários, dos conteúdos a serem circulados e dos formatos que os mesmos se apresentarão aos demais envolvidos no processo de interação, parece revelar um aspecto interessante para análise das variáveis sociais e técnicas intervenientes na construção de estratégias representacionais do si mesmo. Assim, esses usuários não se apresentariam apenas como produtores de conteúdos (de material fotográfico), mas também – e aqui se assenta a nossa proposição de trabalho – como construtores de referenciais identitários que serviriam de base para as suas expressões e comportamentos sociais nos ambientes de interação online. Através da construção desses referenciais, mediados pela circulação de material fotográfico, os usuários teriam a possibilidade de ocultar algumas características pessoais e também de ampliar, de forma seletiva, outros aspectos que porventura desejassem ressaltar.

Tendo em vista tal perspectiva interpretativa, o presente artigo pretende fazer uma reflexão do fenômeno do compartilhamento de fotografias através de redes sociais na internet, buscando compreender em que aspectos as identidades sociais dos usuários nestes ambientes são configuradas e construídas e em que medida elas podem servir de guia de comportamentos para as trocas interacionais efetivadas. Para tanto, serão utilizadas algumas premissas, derivadas da perspectiva teórica do Interacionismo Simbólico, como guias referenciais de aproximação e análise do fenômeno em relação às particularidades mencionadas.

De início, serão apreciados alguns pontos que embasam a perspectiva do interacionismo simbólico enquanto referencial teórico, destacando aqueles relacionados ao entendimento do que sejam os processos interacionais e os modelos de configuração da identidade social. Em seguida, o *Flickr* será apresentado, a fim de servir como ambiente exemplar para se discutir o principal argumento aqui proposto: de que a produção e circulação

de objetos (no caso, as fotografias) condicionam a emergência de determinados comportamentos sociais entre os participantes dos ambientes e que estes, por sua vez, servem de base para a construção de identidades sociais.

Interacionismo simbólico: breves características conceituais

A teoria do interacionismo simbólico tem como enfoque a vida humana em grupo e sua conduta. Originada na chamada “Escola de Chicago”, é relevante principalmente nas áreas da microssociologia e da psicologia social. Foi desenvolvida inicialmente por George Herbert Mead, em seu famoso livro *Mind, Self and Society* (1934), ao demonstrar que o ego (*self*) do indivíduo é um produto social, sem deixar de ser propositado e criativo. Nessa corrente interacionista, foram desenvolvidos, na “Escola de Chicago”, diversos estudos sob orientação de Goffman, Garfinkel e Cicourel, todos eles regidos pelas idéias básicas de que as pessoas agem em relação às coisas baseando-se no significado que estas tenham para elas, e que estes significados são resultantes das suas interações sociais e modificados por suas interpretações.

Segundo Blumer (1969), o interacionismo simbólico possui uma maneira diferente de entender a sociedade e a conduta humana. Para ocorrer a interação, seis mecanismos estariam interligados: as naturezas dos grupos humanos, da interação social, dos objetos, da existência humana como um ator, da ação humana e da interconexão das linhas de ação. Desta forma, o interacionismo simbólico entende a vida em grupo como um processo em que as pessoas, quando se encontram em diferentes situações, indicam linhas de ação às outras e interpretam a indicação feita pelos outros, gerando desta forma as bases dos comportamentos sociais sugeridos para as diversas situações vivenciadas. Ou seja, toda ação particular é formada em função da situação na qual ela se situa.

De acordo com as palavras do sociólogo, a ação é sempre concebida ou construída a partir de um processo interpretativo da situação: “O ator deve necessariamente identificar os elementos que deve levar em conta: as obrigações, as boas ocasiões, os obstáculos, os meios, as demandas, os inconvenientes, os perigos, etc.; ele deve avaliá-los de certa maneira e tomar suas decisões a partir dessa avaliação” (BLUMER, 1969, p. 85).

Na visão do interacionismo simbólico, a ação social dos atores é construída por eles mesmos – a partir do confronto com uma situação em que deverá agir, e as conseqüências dessa ação. Inserido em uma coletividade, o ator então traça sua linha de ação e conduta em

uma dada performance, baseando-se também na percepção da sua ação pelo outro. Em qualquer consideração sobre a performance social não se pode ignorar o fato que ela se dá em um encontro, e portanto está inter-relacionada com a performance do outro indivíduo, que pode ou não tomar iniciativa no processo. A isto, Goffman (1996) chamou de consenso de operação de um encontro, e destacou que um fator importante que ajusta limites para as habilidades pessoais é a forma como cada indivíduo direciona e se posiciona diante destes encontros sociais, nos quais a circulação e produção de objetos simbólicos se fazem presentes.

Assim, o foco de atenção dos indivíduos se direciona basicamente para a dimensão simbólica da realidade social construída nesses contextos dinâmicos de encontros e de (con)vivências experienciados, mais precisamente para a dimensão cognitiva da ação e dos significados atribuídos nas performances efetivadas.

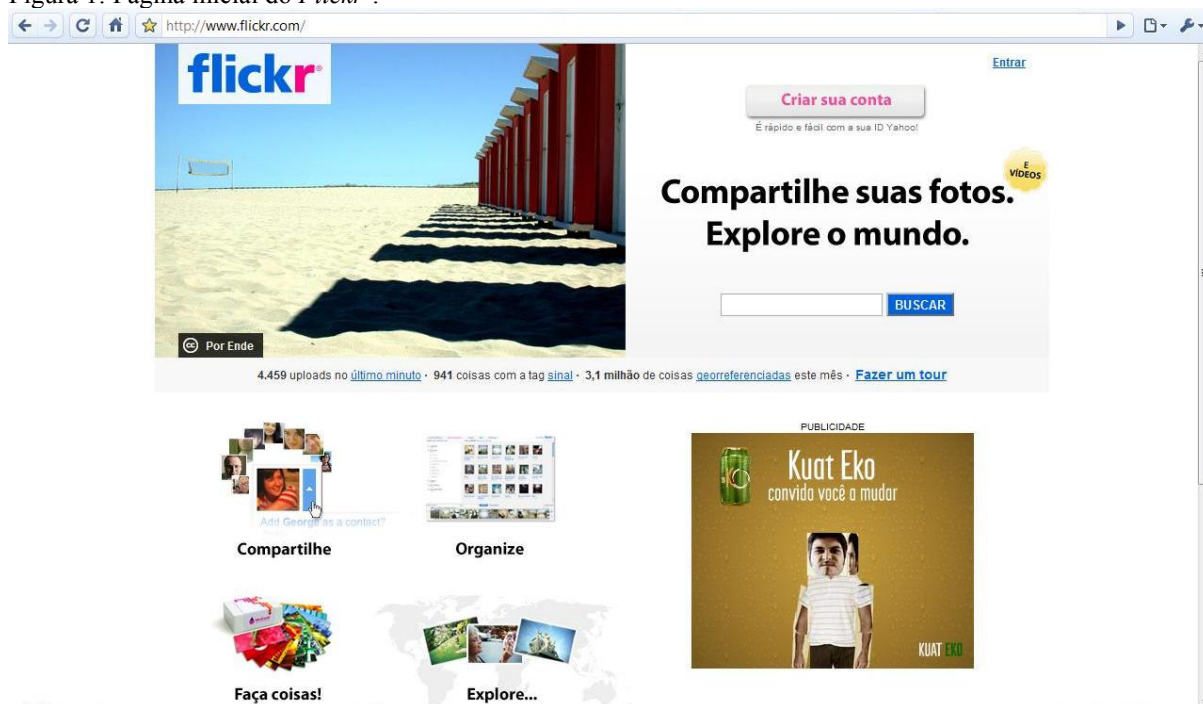
Neste processo, estabelece-se uma íntima relação entre as características das interações, configuradas a partir das particularidades das situações sociais vivenciadas, e o processo de construção de referenciais identitários, haja vista que – nesta perspectiva – o *self* dos indivíduos seria resultante de negociações contínuas, derivadas das diversas experiências sociais que comporiam as histórias (dinâmicas) de vida de cada ator social. De acordo com Boyd (2001), a depender do outro, o indivíduo ajustará aspectos de sua apresentação de acordo com as reações de quem estará interagindo. Mostra-se assim que, embora possa ocorrer em um nível não consciente, o ambiente de interações é um contínuo jogo de ocultação e apresentação do *self*, no qual as diversas possibilidades de expressão de identidades e imagens sociais, em sua essência, são configuradas. Nessa perspectiva, seguindo Snyder (1974) ao falar do monitoramento do *self*, podemos pensar que a identidade determina o nível em que cada pessoa regula sua performance a partir da reação do interlocutor, ao mesmo tempo em que tal identidade adquirirá novos significados perante as coisas a partir do processo interpretativo resultante da interação com o outro.

Mas como este conjunto de características se apresenta nos atuais espaços e plataformas digitais, regidos pela lógica da produção distribuída e compartilhada de informações, mais especificamente de imagens fotográficas? Para uma reflexão sobre esses aspectos, vejamos primeiro as especificidades de uma dessas plataformas, o *Flickr*, o qual servirá de base para nossa análise.

Flickr: dinâmicas e ferramentas

Com mais de 24 milhões de usuários, postando uma média de 5 mil imagens por dia, totalizando um trilhão de imagens disponíveis, o *Flickr* (ver Figura 1) é, com isto, a maior ferramenta online de compartilhamento de imagens da internet⁵. De acordo com último levantamento registrado no seu blog oficial⁶, o site já armazena mais de 4 bilhões – seis meses após a foto de número 3 bilhões, e quase 18 após o anúncio de 2 bilhões de imagens hospedadas. Trata-se de um site que oferecia, no início, apenas a publicação de imagens, com textos, legendas, títulos e detalhes técnicos de uma fotografia, como a câmera utilizada e a data em que foi tirada, mas que em 2008 acrescentou a possibilidade de publicação de vídeos, reforçando a sua popularidade.

Figura 1: Página inicial do *Flickr*⁷.



O site foi originalmente desenvolvido por uma companhia canadense denominada

⁵ Fonte: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/04/13/flickr-deleite-virtual-para-os-olhos/>>. Acesso em outubro de 2009.

⁶ Fonte: <<http://blog.flickr.net/pt/2009/10/14/4-000-000-000-3/>>. Acesso em outubro de 2009.

⁷ Fonte: <<http://www.flickr.com>>. Acesso em outubro de 2009.

Ludicorp em 2004, e posteriormente adquirida pelo *Yahoo!*⁸ em 2005. Devido a suas características, o mesmo pode ser classificado como um sistema de *photosharing* (RECUERO, 2009), ou seja, focado na publicação de imagens, em um espaço de expressão pessoal e de construção de narrativas e emoções. Para utilizar o sistema, os usuários precisam criar uma conta normal ou *pro* (profissional). Uma conta profissional permite que os atores enviem uma quantidade maior de imagens e vídeos e que as mesmas fiquem armazenadas, sem que posteriormente sejam excluídas quando alcançarem o volume máximo permitido àqueles com uma conta normal (200 imagens e vídeos).

Os conteúdos postados podem ser públicos ou restritos aos amigos e as conexões e interações se apresentam de forma assíncrona. O site proporciona o compartilhamento de experiências visuais de forma dinâmica e aberta; o acesso pode ser definido pelo usuário como irrestrito e é possível ter um *feedback* através de comentários e notas. Outras das suas possibilidades são: marcação de fotos dos contatos afins (aparecendo, com isso, no álbum de cada usuário as favoritas dos amigos); inserção de *tags* de referência às fotos para sites de buscas ou para acessos na busca de imagens. Também é possível criar ou fazer parte de grupos, divididos por temas diversos.

Segundo Lerman e Jones (2006), as particularidades associadas ao *Flickr* criam as condições necessárias e suficientes para a construção de um meio participativo, onde os usuários têm a possibilidade efetiva de criar, apreciar e distribuir informações. O que se observa, ainda de acordo com os autores, é que a lista de contatos que os usuários possuem facilita a emergência de novas formas de interação e circulação das informações (também chamadas de *Social Browsing*), haja vista que os usuários podem navegar pelas fotografias criadas por pessoas escolhidas como mais interessantes ou relevantes para eles (promovendo o incremento de comentários, visualizações etc.).

Apesar do *Flickr* possuir muitas formas de se encontrar fotografias de interesse para os usuários – como *tags*, grupos, mapas, calendários, dentre outras –, eles ainda assim parecem ter a preferência pela visualização e interação com seus contatos diretos, ao invés de uma busca de ampliação do repertório visual através da visita de páginas de outros fotógrafos/usuários que não fazem parte dos seus círculos sociais mais próximos. A esse respeito, Lerman e Jones (2006) afirmam que as fotografias de usuários com uma grande (e

⁸ *Yahoo! Inc.* é uma empresa atuante nas áreas de comunicação, comércio eletrônico e mídia, oferecendo serviços para mais de 500 milhões de pessoas. Fonte: <http://informedigital.speedserv.com.br/interna_noticia.php?idN=1681>. Acesso em outubro de 2009.

prévia) rede social de contatos são mais prováveis de serem circuladas e de servirem como mote de interação social com outros usuários. Cox e Marlow (2008), assim como Cha (*et. al.*, 2008), na mesma linha de argumentação, salientam que o nível de interação e disseminação que cada fotografia pode exercer está mais ligado à rede social de contatos dos usuários que as postam, do que aos valores estéticos normalmente atribuídos por um determinado grupo ou pessoa às imagens passíveis de serem apreciadas. Mislove (*et. al.*, 2008), por sua vez, ressalta que a preferência pelos usuários mais próximos está basicamente relacionada ao fato de que estes possivelmente promoverão interações que reforçam aspectos e linhas de atuação que se aproximam dos ideais desejados de construção de significados comuns.

Dentro de uma perspectiva de caracterização dos modelos de utilização dessas redes sociais de compartilhamento de fotografias, Kuhn (2008) propõe uma tipologia de usos que visa apreender como estas estruturas podem se tornar produtos midiático-digitais capacitados a fundar ambiências de experiências de interação baseadas nos materiais produzidos. Segundo o autor, tais usos classificam-se da seguinte forma: (1) compartilhamento de experiências dos referentes; (2) compartilhamento de qualidade dos conteúdos representados; (3) compartilhamento do ato fotográfico em si, relacionado à experiência fotográfica do autor.

Considerando o modelo proposto, podemos inferir que em sites de compartilhamento como o *Flickr*, em relação ao primeiro aspecto, os indivíduos aparecem nas fotografias como seus referentes e integram e constituem interações por compartilhamento de experiências concretas, cotidianas; em relação ao segundo, privilegia-se a situação vivida pelo fotógrafo-fotografado, ou seja, os processos de interação entre os sujeitos estão centrados no compartilhamento de qualidades imediatas tornadas visíveis pelas imagens fotográficas, a experiência vivida toma assim forma de painéis fotográficos de diários do contexto vivenciado – apesar de não indicarem necessariamente vivência concreta de alguma experiência fotograficamente demonstrada; enquanto que em relação ao último aspecto, as relações entre sujeitos e imagens, e os processos de significação daí resultantes, estão predominantemente associados à experiência fotográfica do autor, isto é, à autoria fotográfica derivada tanto ao gesto fotográfico clássico quanto de manipulação (edição). Contudo, vale a ressalva de que os usuários podem mesclar essas tipologias de usos; ou seja, em uma mesma página é possível que o usuário queira compartilhar experiências diárias e aspectos relacionados a qualidades estéticas de suas fotografias.

***Flickr* e interacionismo simbólico: aproximações possíveis**

A afinidade a algum tema costuma ser o ponto de partida para as trocas empreendidas nas redes sociais, conforme apontam diversas pesquisas (RIBEIRO, 2003; BOYD, 2001; dentre outras). As possíveis e prováveis discussões com outros usuários interessados na mesma temática ou no mesmo objeto (no caso, a fotografia) parecem se constituir na principal finalidade para o hábito de se criar contas e postar fotos, bem como de ingressar nas redes sociais de contatos daqueles possuidores dos mesmos interesses.

Daí reside uma das peculiaridades do *Flickr*: a possibilidade de interagir socialmente com o outro a partir de trocas simbólicas formatadas a partir da visualização e circulação das imagens fotográficas disponibilizadas no site. Como já tratou Recuero (2007), acerca de sites de compartilhamento de fotografias, as páginas dos usuários estariam focadas em interagir com outros usuários e em construir uma identidade pessoal. A partir desse fato, podemos levantar a seguinte questão: em que aspectos tal particularidade se aproxima do que preconiza a perspectiva interpretativa do interacionismo simbólico? Vejamos algumas correlações possíveis.

Blumer (1969), ao discorrer sobre as características da teoria, afirma que as práticas sociais de interação podem ser analisadas a partir de três premissas: (1) de que a natureza humana age sobre as coisas baseada no significado que estas têm para cada um; (2) de que o significado dessas coisas é derivado da interação social resultante da pessoa com o objeto em questão; e (3) que esses significados são manejados e modificados através de um processo interpretativo, utilizado por cada um. Assim, a posição do interacionismo simbólico é que os significados que as coisas têm para os seres humanos são centrais para compreender o comportamento. Partindo disto, o significado só se dá através do processo de interação entre pessoas – sendo assim um produto social.

Aplicando tais postulados para a realidade do *Flickr*, podemos inferir que as fotos circuladas no site, ao servirem de mote de discussão entre os usuários detentores da conta hospedeira e aqueles cadastrados em suas redes sociais de contatos, produzirão os sentidos que sustentarão os diálogos possíveis de serem efetivados. Os objetos – nesse caso, as fotos – seriam, portanto, os produtos sociais compartilhados, formadores e transformadores dos processos interacionais, uma vez que seria a partir deles que os usuários tomam consciência do ambiente e da situação que se encontram inseridos e programam linhas de conduta baseadas em suas interpretações.

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 de redimensioná-lo. Assim, tal perspectiva contemplaria a existência de um processo de interpretação pelo qual se formataria o sentido de maneira essencialmente dinâmica. Com efeito, esse processo de interpretação ocorreria a partir de dois passos: no primeiro o ator indicaria para si mesmo as coisas com as quais ele desejaria interagir, e no segundo, em conseqüência desse processo de comunicação consigo mesmo, a interpretação se localizaria como sendo um processo formador de significados. Dessa forma, ressalta-se mais uma vez que as fotografias terão maior ou menor relevância de acordo com o processo interpretativo de cada um: os propósitos a que os usuários se apresentam engajados no site, a fim de manejar e modificar os significados.

Estes propósitos, por sua vez, revelam-se como referenciais identitários que servem de base para as expressões e os comportamentos sociais no site. Como mostramos anteriormente, as identidades sociais dos usuários são formatadas e construídas através das experiências vivenciadas nas diversas situações promovidas pelas interações sociais. Seja pelas linhas de ação interpretadas e adotadas pela leitura das ações dos outros, seja pelos procedimentos de ocultação e ampliação de características pessoais, o que se constata é um autêntico processo de negociação social, dinamizado e complexificado a partir dos significados construídos em torno dos objetos centrais (as fotografias, no caso) circulados no ambiente.

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

Nesse processo de negociação contínua é que pode emergir no site a figura de celebridades, tendo como base a reputação adquirida de maneira exclusiva no ambiente social digital, ou seja, sem que os usuários, na condição de fotógrafos que postam suas fotos, tenham algum reconhecimento fora do ambiente do *Flickr*. O que – conforme os resultados apontados nas pesquisas de Cox e Marlow (2008) e Lerman e Jones (2006) – pode-se gerar o fato inusitado da ocorrência da página de um usuário ter mais visitas, mais contatos em sua rede social, e mais trocas interacionais efetivas (comentários, marcações na foto, inserção de

tags de busca, participação nos grupos e fóruns do mesmo etc.) do que a de um fotógrafo profissional de renome (com exposições realizadas, publicações em mídias impressas e digitais etc.).

Um outro aspecto interessante a se destacar é que mesmo não havendo regras pré-estabelecidas, os usuários costumam seguir comportamentos padronizados (bons comentários, visitas frequentes, marcação do “favoritar”⁹, exposição virtual de outros¹⁰), o que parece evidenciar a busca da preservação da ordem social, construída a partir das leituras das linhas de ação efetivadas nos processos interativos (por exemplo, nos procedimentos de postagem de comentários ou de adição de usuários na rede social particular). Assim, as trocas parecem se assentar no ideal de respeito, de integridade das relações, de manutenção do *status quo*. Isto só reforça o que é defendido pela perspectiva do interacionismo simbólico, na qual a vida em grupo é entendida como um processo cujas pessoas, quando se encontram em diferentes situações, indicam linhas de ação às outras e interpretam a indicação feita pelos outros visando o alcance de uma certa ordem social.

De certa forma, o próprio *Flickr*, através de suas possibilidades técnico-operacionais, limita a presença de formas de interação que venham denegrir a imagem de usuários do mesmo. Prova disso é que não há um recurso que possibilite a alteração das fotos, que possa inserir, por exemplo, elementos na página de outro usuário; ou mesmo, interagir, das diversas maneiras possíveis já citadas aqui, como anônimo, uma vez que sempre a identidade do usuário cadastrado deverá aparecer.

Em conformidade com os pontos levantados, é que apontamos que os objetos (as fotos) circulados entre os usuários do *Flickr* são 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 porque, como diz Blumer (1969) sobre a natureza da ação humana, o indivíduo se confronta com um ambiente no qual deve interpretar a fim de agir e programar linhas de conduta baseadas em suas interpretações.

⁹ Diz-se quando o usuário “A” marca a foto de um usuário “B” como favorita, fazendo com que apareça na página de “A” todas as favoritas dos demais.

¹⁰ “Expô”, recurso mais recente que permite que o usuário crie uma exposição com fotos de outros usuários do *Flickr* – assumindo, dessa forma, um papel de “curador”, em que seleciona fotos, de acordo com seu critério, para organizar uma mostra em sua página.

Conclusão

Tendo em vista a descrição das interações proporcionadas pelo *Flickr*, percebe-se que uma rede social na internet não se forma pela simples conexão de terminais. Trata-se de um processo que mantém sua existência através de complexas interações vivenciadas pelos diversos atores sociais envolvidos, enredados em uma cambiante flutuação de fatores e de influências derivadas das configurações técnica e social da plataforma vivenciada.

Entretanto, seguindo a proposta inicial do artigo, direcionamos o nosso foco descritivo-analítico para a detecção de aspectos e características que pudessem ser compreendidos a partir de um viés essencialmente ancorado em uma perspectiva interacionista, na qual tivéssemos elementos que nos ajudassem na compreensão do fenômeno em si.

Buscamos, então, entender o formato das interações ocorridas no *Flickr*, utilizando como base o quadro conceitual do interacionismo simbólico¹¹, e em particular a premissa que apregoa que os processos interacionais e os referenciais identitários configuram e são configurados através das construções de significados dos objetos que fazem parte das diversas situações sociais vivenciadas pelos indivíduos.

Através da utilização dessa lente interpretativa, pudemos diagnosticar que o processo de organização da experiência social efetivado pelos usuários do *Flickr* passa pela atualização constante, complexa e multifacetada do modo de conceber, referenciar e circular informações associadas aos materiais fotográficos disponibilizados. Também pudemos reforçar nosso pressuposto inicial de que comparando suas linhas de ação social com outras, os usuários vão modelando a sua expressão social, gerando especificidades que, por sua vez, servirão de base para a configuração de sua referência identitária, para si e para os outros.

Vale salientar entretanto que um aprofundamento nestas questões faz-se necessário, em especial para elucidar, de maneira sistemática, como os usuários estão (re)interpretando as suas fotografias a partir da postagem de comentários efetivados por seus interlocutores, de que forma estão interagindo, quais regras estão sendo pré-estabelecidas para as interações, quais as implicações para a recepção da mensagem fotográfica nessas redes sociais, quais os mecanismos que proporcionam reputações dos usuários (o que leva os mesmos a receberem

¹¹ Vale ressaltar, também, que alguns autores (DALTOÉ, 2004; ROBINSON, 2007; JULSRUD, 2005; SANTOS, 2002; FERNBAC, 2007, por exemplo) já trataram da relevância de se estudar o fenômeno da comunicação mediada por computador através da teoria do interacionismo simbólico.

mais comentários que outros, por exemplo). Abre-se desta forma um importante leque de pesquisas futuras.

Referências bibliográficas

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

BOYD, D. M., ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), article 11, 2007.

BOYD, D. **Faceted id/entity: managing representation in a digital world**. 2001. Online: disponível em <<http://smg.media.mit.edu/people/danah/thesis/>>. Acesso em outubro de 2009.

CHA, M.; MISLOVE, A.; ADAMS, B., GUMMADI, K. P. Characterizing Social Cascades in Flickr. In: **WOSP '08: Proceedings of the first workshop on Online social networks (2008)**, pp. 13-18.

COX, A. M., MARLOW, J. Flickr: a first look at user behaviour in the context of photography as serious leisure. In: **Information Research**. V. 13, nº 1, 2008.

DALTOÉ, A. Promessas, desafios e ameaças das tecnologias digitais. 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/daltoa-andrelise-promessas-desafios-tecnologias-digitais.pdf>>. Acesso em outubro de 2009.

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

FLICKR. Disponível em: <www.flickr.com>. Acesso em outubro de 2009.

FOTOLOG. Disponível em: <www.fotolog.com>. Acesso em outubro de 2009.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1996.

JULSRUD, T. 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.

KHUN Jr., N. Painéis Fotográficos na Internet: Um estudo dos Fotologs como molduras de mostração. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio do Sinos. São Leopoldo, 2008.

LERMAN, K., JONES, L. **Social Browsing on Flickr**. 2006. Disponível em: <http://www.icwsm.org/papers/3--Lerman-Jones.pdf>. Acesso em julho de 2009.

MEAD, G. H. **Mind, Self and Society**. 1934. Online. Disponível em: <http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/mindself/Mead_1934_toc.html>. Acesso

em julho de 2009.

MISLOVE, A.; KOPPULA, H. S.; GUMMADI, K.P.; DRUSCHEL, P. & BHATTACHARJEE, B. Growth of the Flickr Social Network. In: **WOSP '08**: Proceedings of the first workshop on Online social networks, pp. 25-30, 2008.

RECUERO, R. C. Tipologia de redes sociais brasileiras no fotolog.com. In: **E-Compós**, v. 9, 2007.

RECUERO, R. C. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, J.C. **Um olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço: aspectos sócio-comunicativos dos contatos interpessoais efetivados em uma plataforma interacional on-line**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Tese de doutorado.

ROBINSON, L. The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. In: **New Media & Society**, Vol. 9, No. 1, 93-110, 2007.

SANTOS, H. Interação social e novas mídias: elementos para uma análise da interação mediada. In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, número 18, 2002.

SNYDER, M. Self-Monitoring of Expressive Behavior. In: **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 30, p. 526-537, 1974.

WEB 2.0. In: **Wikipedia**. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0>. Acesso em outubro de 2009.