



Fotografia online: um estudo sobre a participação do grupo Piauí Photo Clube no Flickr¹

Orlando Maurício de Carvalho BERTI²
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI
Universidade Estadual do Piauí, Teresina, PI
Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Irina Coelho MONTE³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Com o surgimento da web 2.0 e a popularização da fotografia digital, a participação do usuário em sítios na internet que hospedem exclusivamente fotos e vídeos cresceu significativamente. A partir dessa observação, o presente trabalho, tem como finalidade entender como o grupo **Piauí Photo Clube** (PPC) utiliza o *Flickr* (www.flickr.com) para a divulgação do trabalho fotográfico piauiense. O procedimento metodológico aplicado ao estudo foi a análise quantitativa e qualitativa, por meio do estudo de caso, baseado na observação direta da página do grupo na internet durante o período de 11 a 21 de novembro de 2009. Além das informações colhidas através dos dados estatísticos e o uso das ferramentas disponíveis aos usuários da rede social *Flickr*.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia; Redes Sociais Online; Flickr; Piauí Photo Clube; Piauí.

Introdução

O surgimento de uma segunda geração de serviços na rede não representou apenas uma mudança na forma de fazer softwares⁴. A web 2.0⁵ refere-se também a capacidade de ampliar as publicações, os compartilhamentos, organização de informações, e ainda, oferece espaços para a interação entre os participantes do

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Jornalismo – do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Doutorando em Comunicação Social pela UMESP – Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela UMESP. Professor e pesquisador da UESPI – Universidade Estadual do Piauí. Atualmente pesquisa interfaces das novas tecnologias. E-mail: orlandoberti@yahoo.com

³ Estudante do 7º período do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da UFPI e pesquisadora de novas tecnologias. E-mail: irinaacoelho@gmail.com

⁴ São os programas, dados e rotinas desenvolvidos para computadores. Mais detalhes: <http://inserver.com.br/index2>

⁵ O termo, que faz um trocadilho com o tipo de notação em informática que indica a versão de um software, foi popularizado pela O'Reilly Media e pela MediaLive International como denominação de uma série de conferências que tiveram início em outubro de 2004 (O'Reilly, 2005).



processo. De acordo com Alex Primo, em seu artigo “*O aspecto relacional das interações na Web 2.0*”:

O autor O’Reilly (2005) destaca que um desses princípios fundamentais da web 2.0 é trabalhar a Web como uma plataforma, isto é, viabilizando funções online que antes só poderiam ser conduzidas por programas instalados em um computador. Porém, mais do que o aperfeiçoamento da “usabilidade”, o desenvolvimento do que chama de “arquitetura de participação”: o sistema informático incorpora recursos de interconexão e compartilhamento.[...] Dessa forma, quanto mais pessoas na rede, mais arquivos se tornam disponíveis” (PRIMO, 2007, p. 2).

Se na primeira geração da Web os sites trabalhavam isoladamente, agora passa a existir uma estrutura integrada. Há a ênfase na participação e não só na publicação. “Em vez de álbuns virtuais, prefere-se o *Flickr*⁶, onde os internautas além de publicar suas imagens e organizá-las através de associações livres podem buscar fotos em todo o sistema”. (PRIMO, 2007, p.3). Tal fato não substitui o primeiro modelo de produção surgido na web, mas ampliam os processos de trabalho coletivo, produção e circulação de informações como destaca o autor.

O trabalho colaborativo oferece uma dinâmica alternativa (não uma substituição) ao modelo de produção, indexação e controle por equipes de autoridades. A partir de recursos da Web 2.0, potencializa-se a livre criação e a organização distribuída de informações compartilhadas através de associações mentais. Nestes casos importa menos a formação especializada de membros individuais. A credibilidade e relevância dos materiais publicados é reconhecida a partir da constante dinâmica de construção e atualização coletiva (PRIMO, 2007, p. 5).

Assim, segundo Alex Primo, os sites que permitem a participação do usuário apresentam um ambiente de fácil publicação, espaços para debate, e também recursos para de controle coletivo do trabalho comum. Como se observa, uma rede social online não se forma pela simples conexão. “Esta proposta, porém, focar-se-á não nos participantes individuais, e sim no ‘entre’ (interação = ação entre). Isto é, busca-se evitar uma visão polarizada da comunicação, que opõe emissão e recepção e foca-se em uma ou noutra instância” (PRIMO, 2007, p.7).

Baseado nestas noções, o presente artigo tem como objetivo entender como o grupo Piauí Photo Clube⁷, sitiado na plataforma *Flickr*, utiliza esta rede social para

⁶ <http://www.flickr.com/>

⁷ <http://www.flickr.com/groups/piauífoto clube/>



ampliar e divulgar o trabalho fotográfico piauiense. O procedimento metodológico aplicado aos estudos foi a análise quantitativa e qualitativa, por meio do estudo de caso, da página do Piauí Photo Clube. Além das informações colhidas através da observação direta, serão analisados os dados estatísticos e o uso das ferramentas disponíveis aos usuários da rede social *Flickr*. A partir daí, será possível perceber qual a dimensão e a relevância do grupo nas discussões e divulgação da fotografia piauiense.

No primeiro momento o trabalho irá contextualizar a fotografia. Será traçado um breve histórico sobre os avanços tecnológicos na hora de fotografar, além de discutir a relação sociedade e fotografia na era do pixel. Depois de colocado isso, as discussões serão em torno das redes sociais online. Será exposta a importância das redes sociais na troca de informações. Em seguida, o surgimento e ferramentas disponíveis no site da web *Flickr* e por fim a análise propriamente dita da página do grupo Piauí Photo Clube.

1 – A popularização da fotografia na era do pixel

O avanço da tecnologia digital também chegou à fotografia. A imagem fotográfica, na era do pixel, trouxe mudanças significativas entre o tempo de disparo da câmera e a fotografia propriamente dita.

A fotografia não vive [...] uma situação especial nem particular: ela apenas corrobora com um movimento maior, que se dá em todas as esferas da cultura, e que poderíamos caracterizar resumidamente como um processo implacável de “pixelização” (conversão da informação eletrônica) e de informatização de todos os sistemas de expressão, de todos os meios de comunicação do homem contemporâneo. A tela mosaica do monitor representa hoje o local de convergência de todos os novos saberes e das sensibilidades emergentes que perfazem o panorama da visualidade (e também da musicalidade, da verbalidade) desde o final do século (MACHADO, 1997, p. 224).

Foram muitos avanços na área e dois deles são bastante significativos para o entendimento dessa pesquisa. O primeiro é a evolução da matriz fotográfica, o outro são as alterações na relação da sociedade com a fotografia.

A matriz fotográfica é o lugar onde a imagem capturada é fixada. A evolução desse dispositivo foi fundamental no processo rumo à digitalização da fotografia. A história conta que foram diversos os materiais utilizados para fixar as imagens, dentre



eles à placa de cobre, ferro, vidro e mais recentemente matérias maleáveis como os filmes fotográficos até chegar à imagem digital. Agora, a fotografia pode ser vista instantaneamente em um painel de cristal líquido. Além de ser descarregada em computadores e impressa facilmente, caso necessário.

Segundo Anamaria Teles (2005, p.2), em seu artigo intitulado “*Diários Virtuais/Visuais: Uma análise da fotografia nos fotologs*”, o fazer fotográfico ganhou nova dimensão. “Foi na década de 90, que as empresas jornalísticas brasileiras passaram a utilizar a fotografia digital para acelerar a rotina produtiva”. Entretanto, a popularização massiva dessa tecnologia só acontece nos últimos anos, onde esses equipamentos puderam ser adquiridos por fotógrafos amadores. A partir daí, a relação sociedade e câmera digital torna-se bastante familiar e comum.

Os novos álbuns fotográficos mudaram a forma de exposição e circulação de imagens. E não foi apenas a evolução do equipamento fotográfico que contribuiu para que isso ocorresse. Outro fator fundamental para a popularização da fotografia foi à rede mundial de computadores, a internet. Esse novo cenário trouxe ao internauta a oportunidade de conhecer fenômenos como os fotologs⁸ que ocorrem no ciberespaço. De acordo com Lévy (1999, p. 17) “o termo ciberespaço especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”.

E é nesse espaço onde há a propagação de redes sociais como o *Flickr*. Essa página na internet foi desenvolvida por Caterina Fake e Stewart Butterfield para a empresa Ludicorp. Em 2005, a página foi vendida para a *Yahoo!* e hoje tem como foco principal o armazenamento e partilha de fotografias. O site permite que os usuários façam *upload* das suas fotos e entrem em contato com os mais diversos fotógrafos (amadores ou não) de diferentes localidades do mundo. Além de dispor de ferramentas como: grupos, comentários, notícias e tags⁹. O que facilita a comunicação e a localização de fotografias. Para criar uma conta no *Flickr* o procedimento é simples. Conectado a rede, você faz a inscrição como novo usuário, cria um nome, senha, confirma o email e já pode começar a publicar fotografias, receber comentários e participar de grupos.

⁸ São blogs cujo o conteúdo apresentado são fotos, ou seja, sites que permitem que você poste fotos na Internet.

⁹ Palavra-chave (relevante) ou termo associado com uma informação (ex: uma imagem, um artigo, um vídeo) que o descreve e permite uma classificação da informação baseada em palavras-chave.



2 – Redes sociais online

Para entender como as relações sociais se estabelecem nas redes online é importante salientar que a formação de qualquer tipo de comunidade ou grupo é fruto de uma negociação entre as preferências individuais. Os membros das redes sociais buscam formar agrupamentos de interesses e objetivos em comum. A rede social passa a representar um conjunto de participantes autônomos, unidos numa idéia e recursos em torno de valores e interesses compartilhados. É o que Lipnack & Stamps (1992, p. 19) vai chamar da formação de perspectiva global baseada na participação individual.

O que é novo no trabalho de em redes de conexões é sua promessa como uma forma global de organização com raízes na participação individual. Uma forma que reconhece a independência enquanto apóia a interdependência. O trabalho em redes de conexões pode conduzir a uma perspectiva global baseada na experiência pessoal (LIPNACK & STAMPS, 1992, p. 19).

Existe no *Flickr*, por exemplo, o grupo Piauí Photo Clube, que é o *corpus* desta pesquisa, com a participação de 100 pessoas, que juntas compartilham experiências a partir de uma perspectiva global. Nesse espaço, há a disponibilização de fotos, discussões de assuntos ligados aos interesses comuns do grupo e troca de informação. Assim, para compreender as redes sociais é preciso entender que é necessário a interação social mútua entre os participantes e não a simples filiação.

De acordo com Kuman (2006) In Gonçalves (2008, p.20) existem diferentes papéis desempenhados pelas pessoas no crescimento das redes sociais. “Os membros podem ser passivos, convidados e ainda aqueles que participam plenamente da vida social e da evolução da rede”. Cada indivíduo tem uma função e sua relação com outras pessoas é o que determina o papel dos participantes de uma rede social, e esse papel é entendido a partir das inserções e participações na rede.

Usaremos nesse artigo, a vertente básica que constitui o estudo das redes sociais, por meio de uma abordagem empírica. Essa é constituída pela a coleta sistemática de dados sobre a interação dos indivíduos em um grupo. Além das relações entre os indivíduos, levaremos em conta que o objetivo da análise de redes sociais é estudar as regularidades de ligações entre os atores, seus impactos e evolução.

As redes sociais ultrapassam o âmbito acadêmico e científico e vem ganhando espaço em outras esferas. E podemos observar esse movimento chegando à



internet e conquistando cada vez mais adeptos, aglutinando pessoas com interesses em conteúdos específicos, ou interesses em estabelecer relacionamentos. Isso é possibilitado por um “*software social*”, que com interface amigável, dê apoio a conteúdos e interação. O uso desses recursos gera uma rede em que os membros convidam seus amigos, conhecido, sócios, clientes, fornecedores, e outras pessoas de seus contatos para participar de sua rede, desenvolvendo uma rede de contatos profissional e pessoal, que certamente terá pontos de contatos com outras redes. Enfim, são ambientes que possibilitam a formação de grupos de interesse que interagem por meio de relacionamentos comuns (GONÇALVES, 2008, p.22).

Para rede social utilizaremos neste artigo é a noção proposta por Alex Primo (2007, p. 8), em que ele afirma: “uma rede social não pode ser explicada isolando-se suas partes ou por suas condições iniciais. Tampouco pode sua evolução ser prevista com exatidão. Como fenômeno sistêmico, sua melhor explicação é seu estado atual”. Vale ressaltar que Primo (2007, p. 9) percebe que as relações no ciberespaço não levam em consideração apenas o conteúdo e os participantes humanos. Para ele, é necessário levar em consideração o relacionamento.

A interação social é caracterizada não apenas pelas mensagens trocadas (o conteúdo) e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto (geográfico, social, político, temporal), mas também pelo relacionamento que existe entre eles. Portanto, para estudar um processo de comunicação em uma interação social não basta olhar para um lado (eu) ou para o outro (tu, por exemplo). É preciso atentar para o “entre”: o relacionamento. Trata-se de uma construção coletiva, inventada pelos integrantes durante o processo, que não pode ser manipulada unilateralmente nem pré-determinada (PRIMO, 2007, p. 9)

Cada novo contato entre o “eu” e o “tu” atualiza esse relacionamento. Isso influenciará nas futuras interações entre os participantes. Trata-se de um processo de troca repetitiva. E durante esse processo, as relações entre os participantes das redes sociais online ganham novas dimensões. No ciberespaço, por exemplo, o conceito de amizade pode ser usado mesmo que não existindo qualquer relacionamento anterior entre os participantes.

No Flickr, pessoas registradas como ‘amigos’ podem ganhar alguns privilégios, como ver certos conjuntos de fotos privadas e incluir notas acima de imagens. Portanto, muitas pessoas que fazem parte da rede de “amigos” de eu podem na verdade serem eles com quem eu nunca conversei. [...] Trata-se de uma interação única manifestada entre eles, ainda que de forma bastante impessoal. (PRIMO, 2007, p.12)



Para a análise de redes sociais alguns conceitos são fundamentais. De acordo com (Gonçalves, 2008, p. 30), os conceitos que devem ser levado em conta são: ator, ligação relacional, relação, subgrupo, rede social e centralidade.

1. Ator: Existe no contexto do grupo quer participe ou não dos processos de partilha e participação. Pode ser: unidade individual, corporativa ou coletiva.
2. Ligação relacional: É uma interação estável entre atores.
3. Relação: Conjunto de ligações relacionais de tipo específico entre atores de um determinado grupo.
4. Subgrupo: É um subconjunto de atores e suas ligações relacionais.
5. Rede Social: A coleção finita de atores e as relações existentes entre eles, como exemplo o *Flickr*, *Hi5*, *Orkut*, etc.
6. Centralidade: É a posição em que o ator se encontra em relação às trocas e à comunicação na rede.

3 – Flickr: Compartilhem, organize, façam coisas e explore

O Flickr é um aplicativo online de compartilhamento e gerenciamento de fotos. De acordo com o próprio site, em uma seção intitulada “Sobre o Flickr”, os dois principais objetivos da página são: Ajudar as pessoas a disponibilizar seus conteúdos para outras pessoas e permitir novas maneiras de organizar as fotos e os vídeos, esse processo é colaborativo e feito por meio de notas e tags. Com contas básicas gratuitas, o usuário, pode fazer: Upload de fotografias e/ou vídeos, edição e criação de imagens, organizarem arquivos, compartilhar dados, localizar lugares específicos e manter contato.

Existem cinco maneiras de fazer upload¹⁰ de fotos e vídeos no Flickr. Por meio do Flickr Uploadr (disponível para PC e Mac), iPhoto, Aperture ou plug-ins do Windows XP, página do Flickr, via e-mail e vários programas gratuitos de área de trabalho de terceiros.

Para editar as fotos, o programa de edição usado no flickr é o Picnik¹¹. Nele existem ferramentas que retiram os olhos vermelhos, corta foto e ainda há a possibilidade de coloca efeitos. Além de haver também a opção de transformar as

¹⁰ É o ato de enviar um arquivo para a Internet.

¹¹ <http://www.picnik.com/>



imagens em cartões, álbuns de fotos, calendários e muito mais no programa Snapfish¹². Lá, podem ser criados: Cartões, pôsteres, calendário, livros de fotos, impressões enquadradas, entre outras coisas.

No site, o processo de armazenamento das fotografias é feito por meio de álbuns ou coleções. No primeiro, o agrupamento de fotos e/ou vídeos organizados com um tema específico. Enquanto que o segundo permite a junções de álbuns cujo objetivo é organizar as fotos por temas maiores. Os dois tipos de armazenamentos dão a possibilidade que os usuários executem tarefas comuns em grandes lotes de fotos, como por exemplo, colocar tags.

Depois de armazenadas as fotografias, o compartilhamento é feito por meio da ferramenta: grupos. O objetivo é unir pessoas em torno de um interesse comum. Os grupos podem ser: públicos, públicos (apenas para os convidados) ou completamente particulares. Outra ferramenta disponível é a que permite localiza arquivos sobre determinado lugar. O resultado da busca é disponibilizado junto com o mapa contendo foto ou vídeo postado pelos usuários que colocaram na tag o nome das cidades, estados, países.

O contato entre os atores fica por conta de adicionar como amigo ou família (ou ambos). A página “Contatos” permite que você se mantenha atualizado com as ações de seus colegas. Para os que querem compartilhar fotos e vídeos particulares, com aqueles que não possuem conta no Flickr, existe a ferramenta chamada “Passaporte de convidado” para conceder acesso especial. Você pode cancelar os passaportes quando quiser. Existem também outras ferramentas que servem para manter contato são: as notas e os comentários. As notas permitem que os contatos deixem mensagens diretamente nas suas fotos e vídeos, que só serão vistas se o mouse for passado sobre a imagem. Já os comentários permitem uma conversa abaixo da imagem.

Um ponto que merece destaque é a tentativa de utilização saudável do sítio. São estabelecidas regras, que devem ser seguidas pelos usuários e que estão expostas no termo de uso da página¹³. Assim, de acordo com Primo (1998, p.6) a rede social online proporciona duas formas de interação: Interação Mútua e interação relativa. A primeira forma de interação permite que cada membro possa escrever o que deseja e receber o retorno. Já a interação relativa, é considerada quando alguém solicita a outra pessoa que seja amigo, pedido esse que pode ser aceito ou negado; no âmbito das comunidades [ou

¹² <http://www.snapfish.com/>

¹³ <http://www.flickr.com/about/>



grupos] moderado, quando alguém solicita a entrada (e esta não for pública) o moderador aceita ou não.

O site ainda utiliza uma ferramenta de organização e localização que merece destaque. São as tags (etiquetas) que facilitam a localização de qualquer fotografia ou vídeo. Vale lembrar que as etiquetas colocadas em cada foto é competência do usuário, que classifica e nomeia suas fotos. Primo (2007, p. 5) fala que:

As tags vêm sendo usadas não apenas para conferir significado para a quantidade de textos na Web, mas também para facilitar o registro e recuperação de imagens. O site de publicação de fotos Flickr oferece o mesmo sistema classificatório, permitindo que cada pessoa “etiquete” suas imagens digitais a partir de livres associações (e não de um vocabulário controlado, como na taxonomia). Por exemplo, uma foto do pôr-do-sol em uma praia na Tailândia pode ser arquivada no site com as tags “praia”, “Tailândia”, mas também “beleza”, “férias” e até mesmo “vermelho”. A partir dessas tags outro internauta buscando fotos de tons avermelhados para a produção de um site sobre turismo poderá recuperar tal imagem (PRIMO, 2007, p.5)

4 – O grupo Piauí Photo Clube

Antes de iniciarmos a descrição dos resultados proposto pelo artigo, é necessário que se faça uma ressalva com relação ao *corpus* deste trabalho. Levaremos em consideração as atividades realizadas pelo o grupo Piauí Photo Clube durante o período que abrange os dias 11 de novembro de 2009 até 21 de novembro de 2009. A escolha da data foi feita de forma aleatória e obedecendo a linha de pensamento, já citada anteriormente, em que Primo (2007, p. 5) afirma que a melhor explicação para uma rede social online é feita baseado em seu estado atual e que “os recursos e produtos desse tipo de rede são incorporados, gerados, transformados e movimentados através de ações intencionais ou não dos participantes”.

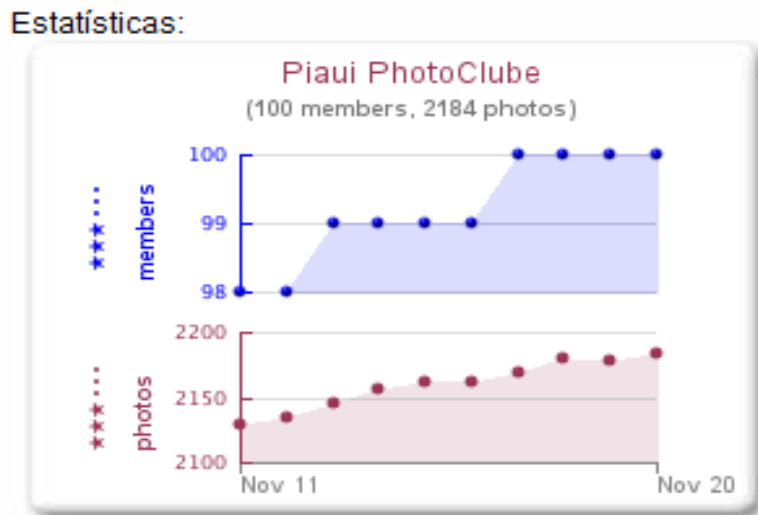
Dito isso, entenderemos agora o que é o Piauí Photo Clube segundo a descrição feita na página principal do grupo. De acordo com a descrição, o grupo tem por finalidade reunir as belas imagens do Piauí. Além de criar um canal de troca de informações entre os fotógrafos (amadores ou profissionais) que moram ou já passaram pelo estado. É um grupo, que durante o período da pesquisa, continha 100 membros, 2184 fotos publicadas, 260 dias de existência, com um administrador e três moderadores. A presença de administradores e moderadores significa que a entrada e a



permanência no grupo dependem da aprovação da administração. “Fotos que não condizem com o Piauí serão reprovadas”.
(<http://www.flickr.com/groups/piauífotoclube/>; 2009)

Durante os dez dias propostos na pesquisa, o grupo fez a postagem de 56 novas fotografias, demonstrando o grau de participação dos inscritos. Nesse período, houve também a aderência de mais dois novos participantes. A maioria das visitas é feita por brasileiros, cerca de 3.062. Os estrangeiros que mais acessaram a página do grupo foram os norte-americanos que contabilizam 16 acessos. Esses dados são fornecidos pelo próprio Flickr.

FIGURA I: ESTATÍSTICAS DE MEMBROS E FOTOS PUBLICADAS NO PERFIL DO GRUPO DO FLICKR PIAUÍ PHOTO CLUBE



FONTE: Flickr do Piauí Photo Clube

FIGURA II: QUANTIFICAÇÃO DOS VISITANTES DO PERFIL DO GRUPO PIAUÍ PHOTO CLUBE NO FLICKR



FONTE: Flickr do Piauí Photo Clube



A comunicação entre os membros fica por conta dos fóruns propostos pelos próprios integrantes do grupo.

Desde o surgimento do grupo já foram 59 fóruns, que tem como finalidade levar pontos de discussão em comum e ampliar determinados assuntos relacionados ao grupo.

Eles “são abertos para discussão de todos e tem a finalidade de divulgação, apreciação, bate-papo, venda, contato, jogos dentre outros.

É proibido postar ofensas e agressões bem como baixaria”. (<http://www.flickr.com/groups/piauifotoclube/>; 2009).

Com uma média de 22 mensagens por membro, os tópicos das discussões podem ser propostos por qualquer pessoa pertencente do grupo.

Durante os dias de observação formam propostos 12 tópicos para ser decidido entre os participantes diversos temas.

Dentre eles, por exemplo, tem um bem curioso, por se tratar de um chamamento/autocrítica, é intitulado “Passeios? Confraternizações? Encontros?”.

Os participantes utilizam a pagina para marcar passeios e varais fotográficos ultrapassando o “virtual” e trazendo o grupo para o “real”. São propostas também parcerias com sites, participação de eventos, exposições e um tópico que é sempre freqüente é o “Desafio da Semana”.

Na sétima semana de existência, o desafio foi criado com o intuito de “estimular a qualidade fotográfica dos membros do clube nos mais variados temas propostos” (<http://www.flickr.com/groups/piauifotoclube>, 2009).

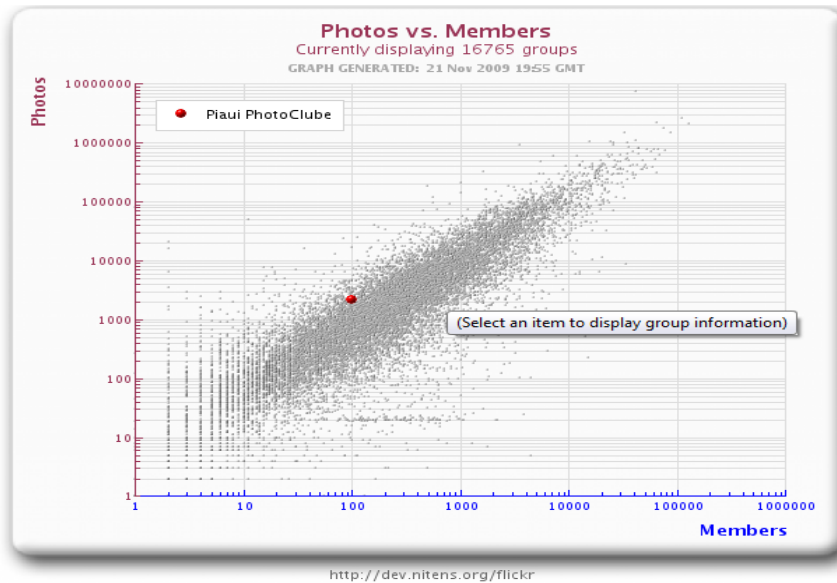
A partir de um tema, os membros tiram fotos e as melhores são colocadas na pagina inicial do grupo como forma de incentiva a prática fotográfica periódica. A votação é aberta somente a membros e a todos os convidados do grupo, inclusive quem não participe das postagens.

Em comparação com outros grupos, de acordo com a quantidade de fotos postadas e o número de membros, o Piauí Photo Clube ocupa a posição mostrada no gráfico abaixo.

O gráfico é importante, porque mostra a freqüência das postagens em relação à quantidade de participantes.



FIGURA III: PIAUÍ PHOTO CLUBE EM RELAÇÃO AOS OUTROS GRUPOS NO FLICKR



FONTE: Flickr do Piauí Photo Clube

Considerações

O trabalho procurou entender como o Grupo Piauí Photo Clube utiliza o *Flickr* para divulgar a fotografia piauiense. A pesquisa foi feita a partir de uma análise quantitativa e qualitativa, por meio do estudo de caso, da página do grupo. As análises e interpretações realizadas ao longo do trabalho, nos levaram a concluir que a participação do grupo na rede social funciona, principalmente, para ampliar as estratégias de ação dos membros envolvidos dentro do próprio grupo. A preocupação predominante é deixar o grupo motivado para participar das discussões e das atividades que são comuns a todos. Deixando, de certa forma, de lado a projeção externa, o contato com outros grupos, e uma maior divulgação das imagens do Piauí produzidas pelo grupo de fotógrafos (amadores e profissionais) que participam do grupo.

São propostas diversas discussões com intuito de fortalecer os laços de amizade entre os participantes. A tentativa é movimentar, por meio de experiências pessoais, a prática fotográfica dentro do Estado. Prova disso, são os varais fotográficos e os passeios temáticos assinados pelo Piauí Photo Clube. Entretanto, a participação nas atividades propostas é um reflexo direto das pessoas que mais “falam” dentro do grupo, comprovando o que já foi colocado anteriormente por Primo (2007, p. 9).



Trata-se de um processo emergente que mantém sua existência através de interações entre os envolvidos. Esta proposta, porém, focar-se-á não nos participantes individuais, e sim no ‘entre’ (interação = ação entre). Isto é, busca-se evitar uma visão polarizada da comunicação, que opõe emissão e recepção e foca-se em uma ou noutra instância. (PRIMO, 2007, p. 9).

Assim, para compreender o grupo é preciso entender que é necessário a interação social mútua entre os participantes e não a simples filiação. Outro ponto importante é a não preocupação em estabelecer contato com outros grupos fotográficos (nem do Piauí e nem de outros lugares). Eles se limitam a decidir questões locais sem a preocupação de trocar experiência com outros grupos fotográficos, de diferentes lugares. Tal posicionamento dá margem a uma troca bastante limitada. É como se eles só falassem somente com eles mesmos.

No entanto, a manutenção desta página na plataforma *Flickr* é o meio pelo qual o mundo pode conhecer o Piauí, já que existe uma ferramenta que possibilita a localização geográfica de acordo com a foto exposta. Além de ampliar a visão técnica dos fotógrafos piauienses, que ao trocarem informações, experiências (mesmo que entre si) surgem o desejo de ampliar a promoção da fotografia no âmbito local para refletir no global. Isso, tendo em vista que as exposições fotográficas existentes no estado não são com grande frequência.

O grupo utiliza a internet para encontrar pessoas com interesses em comum (fotografia) e a partir daí promover em praças, shopping, universidades e locais públicos exposições que reflita o Piauí. Vale lembrar que as fotografias respeitam o estilo individual de cada um. Eles mostram o estado não só por meio de paisagens, mas também pelo cotidiano, pelas pessoas, pelas bandas regionais, e essas escolhas dependem unicamente do olhar do fotógrafo. Comparando com outros grupos, de acordo com a última tabela apresentada, o Piauí Photo Clube ocupa a posição “dentro da média” pela boa quantidade de fotos publicadas. O grupo ainda apresenta deficiência se compararmos a quantidade de membros com outros grupos que seguem a mesma proposta, mas é necessário que se leve em conta os 260 dias de existência do grupo.

A ampliação do grupo fica em torno da expectativa do crescimento no número de participantes, da quebra de fronteiras locais e na crença dos que gostam de praticar, trocar experiências e conversar sobre a fotografia tendo como laboratório o estado do Piauí.



Referências Bibliográficas

CRUZ, Sónia. Blogue, YouTube, Flickr e Delicious: Software social. In: CARVALHO, Ana Amélia A.(Org). **Manual de Ferramentas da Web 2.0 para professores**. 1º Ed. Braga: Selenova, 2008.

GONÇALVES, Alysson Pires. **Rede social na UM: um estudo de caso : análise e estratégias de utilização de portais situados na dinamização da rede social – Flickr**. Dissertação de Mestrado em Tecnologias e Sistemas de Informação – Departamento de Sistemas de Informação. Braga: Universidade do Minho, 2008.

MACHADO, Arlindo. **Pré-Cinema & pós- cinema**. Campinas: Papyrus, 1997. Cap: Formas expressivas da contemporaneidade, p. 235-261.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação**. In *Ciência da Informação*, 30, pag 71-81, IbiCT – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. 2001.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. Trabalho apresentado no XXIX Congresso da Intercom (Brasília, DF), no NP Tecnologias da Informação e da Comunicação, Brasília, DF. Disponível em < <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf> >. Acesso em: 10 de novembro de 2009.

_____. **Interação Mútua e Interação Reativa: Uma proposta de Estudo**. Trabalho apresentado no XXI Congresso da Intercom. Recife, PE. Disponível em <<http://usr.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/intera.htm>>. Acesso em: 20 de novembro de 2009.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed.34, 1999.

LIPNACK, Jessica. STAMP Jeffrey. **Network, redes de conexão: pessoas conectando-se com pessoas**. São Paulo: Aquarela, 1992.

TELES, Anamaria. **Diários Virtuais: Uma análise da fotografia nos fotologs**. Trabalho apresentado no NP Fotografia: Comunicação e Cultura, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom, Rio de Janeiro, RJ. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0834-1.pdf>>. Acessado em: 02 de novembro de 2009.