

FOLKSONOMIA: um estudo da linguagem de indexação adotada pelo Flickr

Bruno Felipe Melo

Bacharel em Biblioteconomia (UFAL)
E-mail: bruno.fms545@gmail.com

Rosaline Mota

Doutora em Ciência da Informação (UFMG)
E-mail: rosemota@yahoo.com.br

RESUMO

O surgimento de novas ferramentas decorrente da necessidade de alcançar outro patamar no âmbito da produção, tratamento, recuperação, disponibilização e uso da informação tornaram-se eminente. A internet surge como meio de comunicação onde esses processos se encontram presente. Sendo um dos aspectos impactante, o indivíduo passa a ser visto como potencial produtor de uma grande gama de informações. Uma das contribuições significativas nesse processo foi à inserção da classificação livre de conteúdos por etiquetas, criando assim um novo cenário onde Taxonomias perdem espaço para Folksonomias. O Flickr é um exemplo da inserção das classificações colaborativas em seus serviços. A presente pesquisa foi desenvolvida tendo por objetivo buscar entender características decorrentes da utilização da Folksonomia no Flickr. Foram definidos alguns termos com características peculiares que vieram a tornar possível diagnosticar aspectos ligados a utilização da ferramenta. Após a escolha dos termos e frente às diversas formas de busca disponibilizadas pelo Flickr ficaram definidos como foco da pesquisa os métodos de busca categorias foto, upload de todos e texto completo e categoria fotos, upload de todos e tags. Assim, foi possível avaliar a colaboração dos usuários na classificação de conteúdos como um aspecto determinante no desenvolvimento dos serviços oferecidos no contexto virtual.

PALAVRAS-CHAVE

Representação da Informação e do Conhecimento; Internet; Web 2.0; Folksonomia; Tags.

ABSTRACT

The emergence of new tools from having to reach another level in terms of production, treatment, recovery, availability and use of information became imminent. The Internet emerges as a media where these processes are present. As one of the striking aspects, the individual is seen as a potential producer of a wide range of information. One of the significant contributions in this process was the addition of the classification labels for free content, creating a new scenario where taxonomies are losing ground to Folksonomies. Flickr is an example of integrating collaborative ratings in their services. This research was undertaken with the objective to seek to understand characteristics arising from the use of folksonomies on Flickr. We defined some terms with special characteristics that were to become possible to diagnose aspects of tool use. After the choice of terms and against the various forms of search were available by the Flickr set as the focus of the research methods of search categories picture, and upload all the full text and class photos, and upload all tags. Thus it was possible to assess the collaboration among users in the content rating as a determining factor in the development of the services offered in the virtual context.

KEYWORDS

Representation of Information and Knowledge; Internet; Web 2.0; Folksonomy; Tags.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos a Internet passou por inúmeras transformações decorrentes do processo evolutivo de desenvolvimento de mídia, *hardwares* e *software*. Hoje a Internet passa pela 2ª geração, com perspectivas de adentrar na 3ª. A primeira conhecida por *Web 1.0* tem como característica a pouca interatividade entre os serviços *on-line* e os usuários, isso baseado nos poucos recursos que eram oferecidos, tornando assim a internet uma unidade fechada.

A segunda geração conhecida como *Web 2.0* possui como maior ilustrador de suas características, os *blogs*, pois dá aos usuários total liberdade para realizar associações, buscas, entre outros recursos. Segundo O'Reilly (2005) *apud* Primo e Recuero (2006, p.1) alguns dos princípios fundamentais da *Web 2.0* são: trabalhar a *Web* como uma plataforma, isto é, viabilizando funções online que antes só poderiam ser conduzidas por programas instalados em um computador; e desenvolvimento do que chama de “arquitetura de participação”. Com destaque para a última fala do autor, o termo “arquitetura de participação”, vem a ser uma estrutura taxonômica com aberturas a inserção de conteúdos pelos usuários.

É possível vislumbrar que a *Web 2.0* tem como aliado, algumas ferramentas que surgem para auxiliar no desenvolvimento desses espaços interativos, é quando Caldas e Moreira (2009, p.542), em sua palestra, fazem uma associação da *Web 2.0* com a ferramenta Folksonomia, sendo essa uma ferramenta que permite ao usuário de internet etiquetar por meio de *tags* a informação ou objetos. Baseado nessa afirmação é possível trazer o relato de Aquino (2008, p. 2) que afirma que na *Web 2.0*, além de publicar, os internautas podem gerenciar o conteúdo que inserem na Rede através da Folksonomia.

A pesquisa tem como objeto de estudo o Flickr, um site de gerenciamento e compartilhamento de imagens, com características peculiares ao uso da Folksonomia. Têm-se como objetivo geral, estudar as características da linguagem adotada pelo site de gerenciamento e compartilhamento de imagens Flickr. Para tal, terão como objetivo específico: Identificar as formas de disponibilização das imagens no Flickr; Identificar as principais categorias ou grupos de imagens; e Identificar e analisar as formas adotadas pelos usuários para representar as imagens disponibilizadas.

2 REPRESENTAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

Em um primeiro instante vale ressaltar a similaridade entre os conceitos de Representação da Informação e Representação do Conhecimento (RIC), uma vez que Pinho (2006, p.2) afirma que a representação do conhecimento e a representação da informação, no âmbito da Ciência da Informação, visam promover o acesso ao conteúdo dos documentos para uso e posterior geração de novos conhecimentos.

Para muitos a intenção de elaborar sistemas de representação é de permitir aos usuários a clareza no processo de recuperação. Segundo Campos (2004, p.24) a representação do conhecimento “possibilita a elaboração de linguagens documentárias verbais e notacionais, visando à recuperação de informação e à organização dos conteúdos informacionais de documentos”.

A representação da informação acaba surgindo com o intuito de organizar toda a demanda de informação pertinente nos processos de busca. Para Novellino (1996, p.38) “a principal característica do processo de representação da informação é a substituição de uma entidade lingüística longa e complexa - o texto do documento - por sua descrição abreviada”.

Frente a isso, é possível afirmar que a Representação da Informação precisa estar intimamente relacionada ao contexto do ambiente no qual ele será aplicado.

Segundo Furgeri (2006, p.39), “a principal função da representação é criar uma estrutura eficiente com fins da recuperação de informações”. Para isso alguns modelos de representação surgiram e continuam surgindo, eles têm como função representar tudo aquilo que possa servir como informação útil em seu processo de entendimento.

3 PARADIGMA DA WEB 2.0

A partir do surgimento da *Web 2.0* os usuários de internet se vêem diante de uma nova perspectiva, onde os próprios usuários geram e classificam a informação com participação direta. Luz (2007, p. 1) afirma que “a web 2.0 chega e altera substancialmente a forma como são tratadas as informações orgânicas nos ambientes digitais”.

O autor acrescenta que “a folksonomia facilita a construção de um mapa dos desejos dos usuários e de seu universo semântico”. Sendo assim, é possível afirmar que a Folksonomia surge como ferramenta que permite a organização desses ambientes, sendo esse através de uma etiquetagem, apresentando assim um novo espaço informal para a troca de informação.

Tendo claro que a informação será gerada e classificada pelo próprio usuário sem controle de vocabulário, podem surgir problemas relacionados a definições que serão dadas aos objetos, tais como: *ambigüidades; inconsistências; problemas de polissemia; inflexões; sinonímia; erros ortográficos.*

Diante do contexto encontrado, onde uma nova perspectiva passa a figurar, surge o profissional bibliotecário como sendo um dos possíveis responsáveis pela organização dos sites que utilizam a Folksonomia como ferramenta. Esse profissional passa a possuir como uma de suas funções principais, o desenvolvimento de interfaces que modele o site de tal forma que traduza bem as regras da Folksonomia, ou seja, proporcionem uma utilização mais eficaz dos recursos proporcionado pela ferramenta, caso contrário à recuperação da informação através da etiquetagem social não se torna tão viável como deveria, causando diversos problemas no relacionamento ou conexão das informações.

4 FOLKSONOMIA

Nas palavras de Catarino e Baptista (2007, online), “Folksonomia é a tradução do termo *folksonomy* que é um neologismo criado por *Thomas Vander Wal*, a partir da junção de *folk* (povo, pessoas) com *taxonomy*”. A Folksonomia tem como ponto forte a criação de uma linguagem natural do grupo que a utiliza.

A organização e a interface entre o homem e as informações, assunto esse intimamente relacionado à Folksonomia, vem sendo debatida como descrito

por Weinberger (2007, p.167) “[...] desde que Thomas Vander Wal cunhou o termo *folksonomy* em 2005 para designar um conjunto ordenado de categorias (ou ‘taxonomia’), que emerge da forma como as pessoas rotulam itens”.

Por meio de uma etiquetagem (*tagging*) os usuários conseguem classificar informações ou objetos visando à recuperação e compartilhamento da informação. Na visão de Pavan *et al* (2007, p.83),

a folksonomia [...] caracteriza-se por ser uma classificação social, ou seja, um trabalho realizado coletivamente por usuários das ferramentas ou *sites*, que organizam as informações atribuindo palavras-chave a textos, artigos, livros, fotografias, vídeos, músicas, *links*, entre outros, disponíveis na Internet.

Tomando como base essa definição, fica claro que o ato de etiquetar, que deixa de ser feito por um profissional de indexação passa a ser responsabilidade do próprio usuário. É nesse aspecto que a Folksonomia se diferencia da Taxonomia, a informação deixa de ser encaixado dentro de uma categoria já pré-estabelecida, caso que ocorre com a Taxonomia, para ser atribuída livremente.

Em constante crescimento, a Folksonomia passa a ser requisitada por diversos sites, onde se propõe ao usuário o uso contínuo dos recursos dessa ferramenta. Como o próprio nome já deixa a entender, a classificação dos usuários é uma aposta de diversos autores que defendem que esse acontecimento é de extrema importância em diversos aspectos, e alguns até fazem uma breve comparação entre a Folksonomia e Taxonomia, como é o caso do autor Fichter (2006, *online*) *apud* Aquino (2008, p. 307) que afirma que enquanto a taxonomia pode ficar desatualizada, a folksonomia acomoda facilmente novos conceitos que não são incluídos em taxonomias.

A grande quantidade de informação sendo gerada possibilita descobertas devido à utilização de um vocabulário próprio dos usuários, tornando assim um trunfo para essa ferramenta. Quintarelli (2005, *online*) vai além e afirma que,

The power of folksonomy is connected to the act of aggregating, not simply to the creation of *tags*. Without a social distributed environment that suggests aggregation, tags are just flat keywords, only meaningful for the user that has chosen them. *The power is people* here. The term-significance relationship emerges by means of an implicit contract between the users¹ (Grifo nosso).

O autor afirma que a agregação pregada pela Folksonomia é o ponto principal nessa liberdade dada ao seu usuário e, que, por essa razão ela tende a se aprimorar. Baseado nessa abordagem é possível dizer que a não padronização do seu vocabulário faz da Folksonomia um recurso diferenciado, dando ao seu usuário, caso bem administrado, o gostinho do que viria a ser a web semântica, possibilitando induções múltiplas com respostas mais positivas.

¹ O poder do Folksonomia está ligado ao ato de agregação, e não simplesmente a criação de tags. Sem um ambiente social distribuído que sugere agregação, tags são apenas palavras-chave sem valor, só obtendo significado para o usuário que optou por eles. O poder é das pessoas. O termo significa a relação que surge por meio de um contrato implícito entre os usuários: Tradução do autor.

O crescimento gradativo dos *websites* que adotam a Folksonomia demonstra que se trata de uma estratégia promissora para a classificação de informações na *Web*. Dentre os mais conhecidos estão o Flickr, o Del.icio.us, YouTube e Connotea, que além de oferecerem atribuição livre por meio de etiquetas, oferecem outras funcionalidades, tais como a criação de grupos públicos abertos em que qualquer um pode participar, grupos públicos em que apenas os convidados podem participar ou grupos privados, que não são vistos por ninguém a não ser seus integrantes.

Por tudo isso, Catarino e Baptista (2007, *online*) destacam três fatores essenciais da Folksonomia, “1) é resultado de uma indexação livre do próprio usuário do recurso; 2) objetiva a recuperação a posteriori da informação e 3) é desenvolvida num ambiente aberto que possibilita o compartilhamento e, até, em alguns casos, a sua construção conjunta”.

Vale destacar que o vocabulário social que se cria, é o que torna essa ferramenta de caráter colaborativo, onde se permite a identificação do perfil médio dos seus usuários, porém, devido a sua falta de normatização pode causar diversos problemas, tais como polissemia, sinonímia e variações, tornando a busca e recuperação da informação complicada.

É necessário salientar que essa ferramenta de caráter colaborativo necessita ser mais bem administrada para que não deixe de ser um importante recurso da web para ser uma ferramenta sem utilidade.

5 FLICKR

O Flickr é um serviço destinado ao gerenciamento e compartilhamento de imagens digitais, nele os usuários armazenam suas fotografias indexando-as através de uma etiqueta ou como é mais conhecido no meio da internet, *tags*, mantendo assim uma rede de contato com os outros usuários do sistema. Segundo Araya (2009, p. 34) “já em julho de 2009, o próprio website divulgava ter 80.361.190 itens georreferenciados e que em um minuto o número de uploads feitos era de 5179.” Em cima desse aspecto, fica claro o quanto o sistema atrai os usuários exatamente pela facilidade na disponibilização de conteúdos. Ilustrando essa fala, e atualizando o dado disponibilizado pela autora, em novembro de 2009 foi identificada uma quantidade de aproximadamente 90.000.000 de itens georreferenciados.

Os itens permitem que o usuário recupere fotografias através do lugar de onde ela foi disponibilizada, por exemplo, ao buscar pela *tag* “Nova Iorque”, o número de recuperações trará uma quantidade de 1.901.433 itens, agrupando todas as fotografias de usuários que possui em suas fotografias a *tag* “Nova Iorque”, esse recurso pode ser de extrema importância para quem deseja ver fotografias de locais que estarão visitando, em outras palavras, fazendo turismo, ou também, para quem apenas deseja apreciar imagens desse lugar.

Para demonstrar o papel significativo que o Flickr vem desempenhando frente a possibilidade de interação entre os indivíduos Araya (2009, p.34) relata que “desde abril de 2009 a Casa Branca tem sua própria conta no Flickr². As fotos da rotina do escritório do presidente Barack Obama são disponibilizadas para a visita dos internautas e também para que os usuários deixem seus comentários. Obama, desde que foi eleito tem mantido a postura de conectividade com seus eleitores pela Internet”.

² <<http://www.flickr.com/photos/whitehouse/>>.

Dentre os recursos oferecidos pelo Flickr alguns se destacam por facilitarem a recuperação da informação, são elas, a busca através de fotos, grupos ou pessoas, sendo a primeira opção as etiquetas ou *tags* disponibilizadas para as fotografias, por exemplo, uma foto da noite em uma cidade do Rio de Janeiro pode ser arquivada no site com as *tags* “Noite”, “Rio de Janeiro”, mas também “Mistério”, e entre outras possíveis definições acerca da fotografia, dependendo unicamente da forma com que o usuário que vai disponibilizá-la a enxergar, dando a etiquetagem um caráter particular.

A partir dessas etiquetas os usuários começam a estabelecer ligações com os outros que utilizam desse mesmo serviço, e dessa forma surgem os grupos, que se destinam ao compartilhamento dos mesmos gostos e interesses.

Outro recurso que chama a atenção são as “*Tags Populares*”, onde os usuários podem identificar e encontrar fotos através das *tags* mais disponibilizadas no sistema, dando ao próprio usuário um caminho mais curto para a recuperação da informação, que no caso do Flickr, são as fotografias.

Segundo Aquino (2007, p. 14):

No caso do Flickr, assim como em hipertextos construídos coletivamente, através de discussões em comentários de blogs, em páginas wiki, em fóruns de discussão, é possível que qualquer usuário interfira na rede de tags do sistema, e que possa travar discussões a respeito da criação dessas tags.

Tomando como base as palavras da autora, o Flickr que tem como recurso para organização das fotografias a disponibilização de álbuns, onde cada usuário pode separar suas fotografias por categorias, formando redes de usuários, permite que cada usuário compartilhe ou adicione *tags* seja em suas próprias fotografias ou nas dos seus “amigos”, mostra o grau de colaboração que existe nessa ferramenta, tornando-a um recurso diferenciado na internet.

Além dos recursos descritos, o Flickr acrescenta vários outros visando à interação cada vez maior por parte dos usuários, um desses recursos é o explorador de conteúdos publicados recentemente mais interessantes.

6 METODOLOGIA

A pesquisa que se segue tem como característica o uso de materiais bibliográficos, onde puderam dar a pesquisa à fundamentação necessária para alcançar os objetivos inicialmente estabelecidos para sua realização. Para isso, foram utilizados periódicos científicos, livros e algumas informações disponibilizadas pelo próprio objeto de estudo, que nesse caso foi o site de gerenciamento e compartilhamento de imagens Flickr.

Enfim, torna-se necessário expor que a presente pesquisa, visando alcançar uma solução para o problema proposto de forma sistemática, levará em conta métodos e técnicas do tipo quantitativo e qualitativo, de natureza aplicada e exploratória. Marconi e Lakatos (2008, p. 190), afirmam que no tipo de pesquisa exploratória “obtem-se freqüentemente descrições tanto quantitativas quanto qualitativas do objeto de estudo, e o investigador deve conceituar as inter-relações entre as propriedades do fenômeno, fato ou ambiente observado”.

Está pesquisa, por possuir um universo vasto de possibilidades, precisou ser delimitada. Assim o universo da mesma trata-se do site de gerenciamento e compartilhamento de imagens Flickr, onde foram escolhidos 5 (cinco) termos de caráter polissêmico para análise das fotos pois, acredita-se que os mesmos podem ser considerados complexos quando da Representação Descritiva de qualquer documento, seja ele, impresso, digital, imagético, etc. Os termos foram:

- *Linha*: material de costura, malha ferroviária, reta ou rabisco, linha telefônica, etc.;
- *Manga*: fruta, parte da camisa, verbo, desenho japonês, etc.;
- *Atração*: ato de puxar, afinidade moral, simpatia, evento, local;
- *Maternidade*: condição de mãe, ala hospitalar, madres católicas;
- *Aventura*: gênero de histórias, relacionamento passageiro, experiências arriscadas, acaso.

Para a realização da pesquisa elencou-se a Categoria Foto e as buscas se deram quanto à forma, conforme o disposto no Flickr:

- Busca por Apenas *Tags* (verificar o quantitativo de resultados que possuem descrição);
- Busca por Texto Completo.

Na etapa inicial foi estabelecido que fossem analisados os primeiros 21 (vinte e um) resultados recuperados. Como decorrência da análise de duas formas de busca, a quantidade de recuperações analisadas por termo representou o total de 42 (quarenta e dois) resultados. O quantitativo de resultados obtidos em cada uma das formas de busca serviu para analisar os possíveis desníveis no índice de resultados, ou seja, se o número de resultados de uma busca difere da outra mesmo se tratando do uso de mesmo termo. Com base nas buscas realizadas, ainda foi possível avaliar o índice de coesão/coincidência das fotos.

7 RESULTADOS

A pesquisa se mostrou bastante reveladora dentro dos aspectos estabelecidos para avaliar como o serviço oferecido pelo site está sendo utilizado por seus usuários. Sendo assim, foi possível diagnosticar pontos que vieram a contribuir com o que aquilo que havia sido tratado dentro do referencial teórico.

Foi observado um total de 210 (duzentos e dez) fotografias, dos quais ficaram distribuído 42 (quarenta e duas) para cada termo em sua respectiva forma de busca. Como dito anteriormente, os termos escolhidos para o estudo foram: *atração, aventura, linha, manga e maternidade*.

Foi possível visualizar que muitas das fotografias disponibilizadas no site não possuem nenhuma descrição ou *tags* que possam colaborar na recuperação de tal, isso deve ocorrer pelo fato de os usuários provavelmente desconhecem essa função e a importância desse recurso.

Outro ponto importante diagnosticado nas observações, é que os fatores sociais, econômicos, religiosos, políticos, que foram identificados são de extrema relevância no que diz respeito a conhecer o comportamento de

determinado grupo social, ou seja, a partir do momento que um determinado grupo social possui uma visão sobre algum aspecto, ele possivelmente passará a conceituar com base no seu conhecimento de causa sobre este aspecto, assim, conhecer esse grupo social pode se tornar um tanto menos complexo. Trata-se do valor agregado a experiência.

O primeiro é pertinente aos tipos de busca. Ao buscar-se um termo por *tags* ou por texto completo, é possível observar que toda fotografia recuperada quando a busca é realizada pela categoria *fotos, upload de todos e tags* necessariamente estarão contidas dentro do método de busca por categoria *fotos, upload de todos e texto completo*, porém, isso não se aplica quando realizado ao inverso, um termo ao ser buscado por categoria *fotos, upload de todos e texto completo* não necessariamente estará contido nesse outro método de busca. Sendo assim, é possível destacar uma maior quantidade de fotografias recuperadas quando buscado no texto completo.

O segundo ponto a ser destacado dentre as observações está ligado ao método de busca realizado pela categoria *fotos, upload de todos e texto completo*. Foi possível observar que ao realizar-se uma busca de qualquer que seja o termo, a recuperação pode não acontecer de forma satisfatória. Isso ocorre devido ao fato de nesse tipo de busca o critério a ser levado em consideração é a de que o termo deve estar presente em qualquer lugar da página da fotografia, podendo estar no título, *tag*, descrição ou comentário, isso leva a acreditar-se que o termo ao ser pesquisado nesse tipo de busca pode não ser necessariamente um descritor que transmitirá o verdadeiro significado do conteúdo, mas sim, apenas um conector ou auxiliar sem sentido.

É importante salientar esses aspectos, pois eles são determinantes no que diz respeito a uma conclusão aproximada da realidade encontrada com a aplicação desses serviços disponibilizados pelo Flickr. É possível afirmar que isto está ligado ao fato de que ao buscar-se um termo é necessário que o resultado obtido deva chegar o mais aproximado possível da necessidade informacional do usuário. Portanto, vale concluir que essa forma de busca não é tão eficiente quando se busca algo em específico.

Na Tabela 1, expressa a seguir, será possível visualizar a quantidade de termos recuperados quando realizado as buscas dos termos escolhidos por apenas *tags* e texto completo.

TERMO	APENAS TAGS	TEXTO COMPLETO
Atração	348	3.934
Aventura	63.667	120.045
Linha	6.973	56.283
Manga	171.694	254.232
Maternidade	8.741	17.336

TABELA 1: RESULTADO DAS BUSCAS POR APENAS TAGS E TEXTO COMPLETO. FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.

Destaca-se diante dos resultados que o número de fotografias recuperadas é maior quando usado a forma de busca por texto completo. Essa questão pode ser decorrente de uma não preocupação do usuário em utilizar *tags* para classificar esses conteúdos. Vale lembrar, que na forma de busca por texto completo, ao se buscar o termo, ele poderá não necessariamente ser um descritor real da fotografia, e que por essa razão a busca terá uma maior variação nos resultados, gerando insatisfação e imprecisão para os resultados esperados. Constará como parte do texto completo: *Tags*, texto de descrição da fotografia ou comentários.

Em contraponto, o menor número de fotografias recuperadas quando utilizado a forma de busca por *tags*, acaba proporcionando resultados mais objetivos, isso devido ao fato das variações acabarem se tornando reduzidas. Um aspecto importante que vale ser ressaltado é a de que palavras com um nível elevado de polissemia tendem a ter essas diferenças bem mais evidentes e discrepantes.

7.1 TERMO ATRAÇÃO

ATRAÇÃO	APENAS TAGS	%	TEXTO COMPLETO	%
Ato de Puxar (Física)	2	9,52	1	4,76
Simpatia (Psicológica)	1	4,76	6	28,57
Local	8	38,10	2	9,52
Evento	6	28,57	12	57,14
Outros	4	19,05	0	0,00

TABELA 2: RESULTADO DAS BUSCAS POR APENAS TAGS E TEXTO COMPLETO, TERMO ATRAÇÃO.
FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.

O resultado das 21 fotografias quando a forma de busca escolhida foi apenas *tags* apontou: 9,52% como ato de puxar (física), 4,76% como simpatia (psicológica), 38,10% para locais de visitação, 28,57% para eventos e 19,05% para outros. O gráfico abaixo representa os dados descritos.

Com base nos dados coletados, é possível observar que a utilização desse termo vem sendo empregado de forma diversificada, deixando transparecer o alto grau de polissemia. Porém, como consequência desse aspecto, os resultados obtidos ao realizar a busca, possivelmente terão uma recuperação pouca objetiva, o que acarretará alguma espécie de insatisfação. Isso ocorre, pois o termo encontra-se descentralizado, totalizando inúmeras formas de representação, necessitando assim um pouco mais de esforço para se saciar a necessidade informacional do momento da busca.

Quando realizado a busca do termo atração no texto completo, o resultado obtido acusou 4,76% como ato de puxar (física), 28,57% como simpatia (psicológica), 9,52% como local, 57,14% como evento e nenhum resultado apontou outro tipo de significado para a fotografia. Para melhor compreensão os dados estão descritos nos gráficos abaixo.

Diferente dos resultados por apenas *tags*, as primeiras 21 fotografias recuperadas acusaram que a maioria das descrições destinadas se deu para eventos. Porém, nos dois casos o mesmo aspecto é observado, as descrições são realizadas de forma diversificada. Como consequência, a dificuldade em recuperar de forma objetiva, assim como na anterior, aumenta.

Com tudo isso, foi possível diagnosticar o quão complexo e problemático pode se tornar a recuperação desse termo onde um alto nível de polissemia está presente. Como solução para uma recuperação mais apurada, aconselha-se que no ato de busca o termo viesse acompanhado de um complemento, tornando-o um termo-composto, como por exemplo, o termo “Atração Imã”, ao realizar-se a busca foi possível recuperar um número pequeno de resultado, porém de qualidade significativa, foram 8 (oito) resultados com 4 (quatro) realmente relacionada a intenção da busca. Sendo assim, fica evidente que o termo ganhará um caráter mais específico, o que facilitará sua recuperação.

7.2 TERMO AVENTURA

AVENTURA	APENAS TAGS	%	TEXTO COMPLETO	%
Gênero de histórias	2	9,52	0	0,00
Relacionamento passageiro	0	0,00	1	4,76
Experiência arriscada ou não	17	80,95	3	14,29
Local (EUA)	0	0,00	14	66,67
Outros	2	9,52	3	14,29

TABELA 3: RESULTADO DAS BUSCAS POR APENAS TAGS E TEXTO COMPLETO, TERMO AVENTURA.

FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.

Diante dos dados obtidos, o termo **Aventura** quando buscado em apenas *tags* recuperou uma maior quantidade de resultados para a variação relativa a “experiências arriscadas ou não”, foram 17 (dezesete) entre 21 resultados totalizando uma parcela de 80,85%. Em seguida, com a mesma quantidade de resultados, porém, com uma grande diferença comparado ao anterior, as variações pertinentes a “gênero de histórias” e “outros” obtiveram um total da parcela de 9,52% cada, isso representa a quantia de 2 (dois) resultados. Por fim, com nenhum resultado encontrado dentre os 21 utilizados estão, aventura como relacionamento passageiro ou local. Abaixo se encontra o gráfico com os percentuais.

Com base nesses dados, é possível afirmar que o termo, diante desse tipo de busca, possui uma predominância de resultados voltados a um de seus significados. Isto talvez se traduza por uma possível dificuldade em se representar através de uma fotografia as outras variações. Em cima desse aspecto, é pertinente também lembrar que devido à grande dinâmica que cerca o objeto de estudo, Flickr, onde são feitas uma grande quantidade de inserção de conteúdo em um pequeno espaço de tempo, é possível que no exato momento da realização da coleta os resultados pertinentes a variação “experiências arriscadas ou não” tenham sido inseridos, e como consequência, os outros tenham sido “empurrados” para baixo.

No resultado pertinente ao termo Aventura na forma de busca em textos completos, os dados, diferentemente do que ocorreu na pesquisa por *tags*, possibilitaram uma nova visão frente à pesquisa. As variações que anteriormente não haviam obtido nenhum resultado passaram a possuir alguns, para a variação “relacionamento passageiro” o total foi de 1 fotografia, representando a percentagem de 4,76% da parcela, e a variação para “local (EUA)” passou a deter a maior quantidade de resultados, totalizando um total de 66,67%. Para as outras variações o resultado obtido foi “Experiência arriscada ou não” com 14,29%, ressaltando que na forma de busca anterior essa variação obteve a maior percentagem, para outras variações não relacionadas o resultado foi o mesmo do anterior, 14,29%, e por fim o termo aventura como gênero de histórias não obteve nenhum retorno na busca.

Frente aos aspectos observados na análise desse termo, foi possível evidenciar uma clara diferença nos resultados, onde a variação que obteve maior resultado na primeira forma de busca não foi a mesma na outra. É possível afirmar que independente da forma de busca o resultado obtido retornou variações com um elevado grau de predominância na parcela do total.

7.3 TERMO LINHA

LINHA	APENAS TAGS	%	TEXTO COMPLETO	%
Material de costura	2	9,52	5	23,81
Malha ferroviária	0	0,00	12	57,14
Reta ou rabisco	9	42,86	1	4,76
Linha telefônica	1	4,76	0	0,00
Outros	9	42,86	3	14,29

TABELA 4: RESULTADO DAS BUSCAS POR APENAS TAGS E TEXTO COMPLETO, TERMO LINHA.

FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.

Numa primeira análise, nota-se certa distribuição nos resultados obtidos pertinentes ao termo linha quando buscado apenas em *tags*. Apesar de ainda existir uma predominância, a maior parte do todo possui duas variações com o mesmo número de resultados obtidos, foram um total de 9 fotografias para 21 resultados para cada, esse valor representa 42,86%, e quando somados resultam num total próximo ao todo, as variações foram, “Reta ou Rabisco” e a categoria “outros” onde foi possível observar a existência de fotos ligadas a um grupo musical com o nome “Linha Dois”. Na seqüência, os dados apontam um total de 9,52% para linha como material de costura, 4,76% para a variação que representa “linha telefônica” e nenhuma percentagem para malha ferroviária.

Com os resultados acima descritos, foi possível entender que o termo linha diferente de alguns termos anteriores, facilita a representação das variações. Sendo assim, é válido considerar que mesmo o fato de os resultados não haver sido distribuído de forma proporcional o termo mostra um entendimento considerável, onde é possível chegar à conclusão de que uma recuperação objetiva pode não ser o que realmente será proporcionado, e a satisfação do usuário no ato da busca poderá estar comprometida.

A análise para a busca do termo Linha no texto completo acusou nenhum resultado para “linha telefônica”, 4,76% para “reta ou rabisco”, 14,29% para outros, e com as maiores parcelas estão linha como “material de costura” com um total de 5 resultados, o que representa 23,81% e linha como “malha ferroviária” com 57,14%. Ressaltando que o último na forma de busca por *tags* não retornou nenhum resultado.

O principal aspecto identificado com relação aos resultados veio a colaborar com a afirmativa feita na análise anterior, quando foi relatada a facilidade em representar em fotografias as variações do termo Linha. Contudo, é necessário salientar algumas discrepâncias pertinentes a quantidade de resultado para cada tipo de busca. Na primeira, a variação que não possuiu nenhum resultado obteve a maior quantidade na segunda. Esse fato pode se tornar preocupante caso o usuário não tenha conhecimento das formas de busca encontrada no Flickr, pois, para esses que não detém o conhecimento apropriado, a busca pode se tornar insatisfatória. A importância de uma recuperação bem-sucedida acontece quando um usuário que detém alguma necessidade em especial, precisa de algum conteúdo disponibilizado no site, para isso, será necessárias técnicas de busca específicas, como o uso de termos-compostos. Por exemplo, um Engenheiro que precisar de imagens de “malhas ferroviárias”, terá que no ato da busca preocupar-se com o termo que estará sendo utilizado para recuperar, caso não ocorra isso, o resultado estará comprometido.

7.4 TERMO MANGA

MANGA	APENAS TAGS	%	TEXTO COMPLETO	%
Fruta	3	14,29	1	4,76
Parte da camisa	0	0,00	0	0,00
Verbo	1	4,76	0	0,00
Desenho japonês	14	66,67	20	95,24
Outros	3	14,29	0	0,00

TABELA 5: RESULTADO DAS BUSCAS POR APENAS TAGS E TEXTO COMPLETO, TERMO MANGA.

FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.

Logo de imediato é possível fazer alguns apontamentos acerca dos dados obtidos com a pesquisa. Ao realizar a busca do termo Manga apenas em *tags*, o resultado alcançado acusou uma maior predominância de fotografias voltada para a variação pertinente a “desenho japonês”, o total foi de 66,67%, o que indica uma quantia de 14 recuperações. Vale destacar que a palavra o desenho japonês possui um acento em sua grafia, ou seja, mesmo não sendo a grafia correta o termo ainda sim recuperou uma quantia considerável de fotografias. Os outros campo alcançaram a percentagem correspondente à 14,29% para manga como uma “fruta”, no campo “outros” o resultado foi os mesmos 14,29% da anterior e com apenas 1 item recuperado, totalizando uma parcela de 4,76% está manga como “verbo”. A variação “parte de camisa” não obteve nenhuma recuperação.

Em cima dos resultados alcançados, é válido remeter-se a algumas palavras antes mencionadas, onde são explicados os fatores que poderiam ocasionar os aspectos encontrados nesse tipo de busca. A predominância nos resultados para apenas um das variações poderia ter como um dos motivos a possível facilidade em se representar em fotografias essa variação, ou a inserção de várias dessas fotografias no instante da recuperação, o que é totalmente viável.

Frente ao resultado obtido com a busca por texto completo, o termo manga proporcionou a maior predominância de recuperações em uma única variação, de um total de 21 resultados analisados, 20 foram para a manga como “desenho japonês”, isso representa um total de 95,24%, a outra fotografia foi para a variação de manga como “fruta”, a percentagem foi de 4,76%. Para os demais campos estabelecidos para análise, não foi encontrado nenhum resultado que os contemplassem, ou seja, para as variações “parte de camisa”, “verbo” e “outros”, não obtiveram nenhum resultado na busca.

Diferente dos anteriores, mesmo com um grande número de variações foi possível observar a desproporcionalidade existente com relação a esse termo. A predominância se deu de forma extremamente visível, o que acarreta um ponto positivo e outro negativo. O ponto positivo se dá quando o usuário que deseja como resposta manga como “desenho japonês”, ou seja, ele terá uma quantidade considerável de resultados, o que causará uma satisfação. Contudo, caso o usuário tenha como objetivo a recuperação do termo manga com outro significado, o processo se inverte e a satisfação pode não atingir aos anseios dos usuários.

7.5 TERMO MATERNIDADE

MATERNIDADE	APENAS TAGS	%	TEXTO COMPLETO	%
Condição de mãe	21	100,00	21	100,00
Ala hospitalar	0	0,00	0	0,00
Madres católicas	0	0,00	0	0,00
Outros	0	0,00	0	0,00

TABELA 5: RESULTADO DAS BUSCAS POR APENAS TAGS E TEXTO COMPLETO, TERMO MATERNIDADE.

FONTE: DADOS DA PESQUISA, 2009.

O primeiro ponto a ser destacado no termo maternidade está em diferenciar qual o significado que está implícito na fotografia, apesar de deter algumas variações o termo possui características que tornam seu entendimento mais difícil. Quando a forma de busca utilizada foi por apenas *tags*, o resultado obtido mostrou um total de 21 resultados para a variação que representa a “condição de mãe” o que representa 100,00%, porém, não necessariamente as fotografias são de mães, mas sim de objetos relacionados a tal condição, como enfeites, lembranças, entre outros. Sendo assim, decorrentes da quantidade de resultado obtidas para uma única variação, as outras não obtiveram nenhuma recuperação.

Para explicar a causa que possivelmente levou a esses dados, é preciso tomar como base as características que cercam esse termo. Seja dentro de um contexto social ou religioso, o termo acarreta uma condição que geralmente causa comoção maternal, onde mesmo considerando os demais significados o representativo está ligado à condição de mãe. Sendo assim, é possível entender que a predominância absoluta é de certa forma. Contudo, para aqueles que pretenderem recuperar o termo maternidade com algum dos outro sentidos irá encontrar um problema. Exemplos de possíveis usuários seriam os profissionais de Saúde (Médicos e Enfermeiros), Engenheiros e Arquitetos.

Assim como na busca por apenas *tags*, o mesmo aspecto pôde ser observado na busca em texto completo. A predominância de uma única variação se fez presente e o resultado revelou um total de 21 recuperações para maternidade como “condição de mãe”. As demais variações não foram contempladas com nenhum resultado.

Como havia sido dito na seção destinada a coleta de dados ainda na metodologia da pesquisa, o período de coletas aconteceu entre os dias 03 e 08 de novembro. No intuito de demonstrar o quanto dinâmico é o processo de inserção de imagens, foi realizado outra busca com o termo *aventura* três semanas, mas tarde. No comparativo foi possível notar que quando a busca foi por “apenas tags” nenhum resultado foi semelhante ao que foi realizado anteriormente. Desta forma, foi possível ilustrar o dinamismo da ferramenta, onde o espaço de tempo proporciona variações extremamente consideráveis na recuperação de conteúdos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa ora apresentada pretendeu, com base na revisão de literatura e nos dados coletados, esclarecer alguns pontos pertinentes à utilização da Folksonomia como uma linguagem de comunicação.

Devido à utilização da Folksonomia, um novo paradigma passou a se estabelecer no processo informacional na *web*. O usuário passou a participar diretamente do processo de criação da informação e tudo que até então se tinha como verdade passou a ser questionado. Demi Getschko (2009, p. 12) ao escrever o prefácio do livro *O poder do twitter*³, menciona algumas palavras proferidas por Vint Cerf quando de sua visita ao Brasil, e concorda com a assertiva: “Pensávamos que possuir informação era ter poder. Temos que rever esse conceito: o poder não está em acumular informação, mas em distribuí-la!”

No mundo globalizado, onde as diferenças se tornam cada vez mais evidentes, sites como o Flickr que adotam a Folksonomia como ferramenta, criam aspectos ligados a flexibilidade e incorporação dessas diferenças em um único ambiente. A partir desse ponto, se torna evidente o papel que tal ferramenta desempenha enquanto acomodador das diversidades culturais. Nas palavras de Pavan et al (2007, p. 91), “A folksonomia demonstra ser uma estratégia viável para a classificação de informações em redes sociais, principalmente, por sua flexibilidade em acomodar a diversidade cultural que tais redes se propõem a acolher”.

O Flickr enquanto site de gerenciamento e compartilhamento de imagens trabalha na idéia de se desenvolver a partir da interação proporcionada aos usuários. O seu uso pode contribuir para o surgimento de novas formas de comunicação em consequência da disponibilização dos interesses de cada usuário.

Por fim, como descrito por Mathes (2004), é difícil definir com precisão se uma solução para folksonomia é um sucesso ou falha. Porém, a certeza de que os usuários se aproximam da realidade contextual dos próprios é evidente, e os mecanismos baseados em taxonomia passaram a perder espaço para os ambientes de interação de usuários, libertando-os de padronizações até certo ponto exageradas para o meio.

REFERÊNCIAS

AMARAL, S. A. do. *Marketing da informação na Internet: ações de promoção*. Campo Grande: Ed. UNIDERP, 2004.

AQUINO, M. C. A folksonomia como hipertexto potencializador de memória coletiva: um estudo dos links e das tags no de.licio.us e no Flickr. *Liinc em Revista*, v. 4, p. 1-15, 2008. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/263>>. Acesso em: 21 abr. 2009.

AQUINO, M. C. Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: Um estudo das tags na web. *E-Compós*, Brasília, v. 9, p. 1-15, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/files/15ecompos09_MariaClaraAquino.pdf>. Acesso em: 15 mai, 2009.

ARAYA, E. R. M. *Informação na Web Colaborativa: um olhar para o Direito Autoral e as alternativas emergentes*, 2009. 128f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2009. Disponível em: <<http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos->

³ Livro de Joel Comm e Ken Burge.

Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/araya_erm_me_mar.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2009.

BLATTMANN, U.; SILVA, F. C. C. da. Colaboração e interação na Web 2.0 e Biblioteca 2.0. *Revista ACB*, Florianópolis, v. 12, p. 191-215, 2007. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/viewArticle/530>>. Acesso em: 28 abr. 2009.

CALDAS, W. F.; MOREIRA, M. P. Folksonomia e classificação de etiquetas: estudo de caso Flickr. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 10., 2009, João Pessoa. *Anais eletrônicos...* João Pessoa, 2009. Disponível em: <<http://dci2.ccsa.ufpb.br:8080/jspui/bitstream/123456789/484/1/GT%202%20Txt%2010-%20CALDAS,%20Wagner%20F..pdf>>. Acesso em: 24 Nov. 2009.

CAMPOS, M. L. A. Modelização de Domínios de Conhecimento: uma investigação de princípios fundamentais. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 33, n. 1, p. 22-32, 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/viewPDFInterstitial/56/53>>. Acesso em: 05 fev. 2009.

CATARINO, M. E.; BAPTISTA, A. A. Folksonomia: um novo conceito para a organização dos recursos digitais na Web. *Datagramazero*, Rio de Janeiro, v. 8, p. 1-26, 2007. Disponível em: <http://www.datagramazero.org.br/jun07/Art_04.htm>. Acesso em: 10 mai. 2009.

COMM, J. *O poder do twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez*. São Paulo: Editora Gente, 2009. 268 p.

FURGERI, S. *Representação da informação e do conhecimento: estudo das diferentes abordagens entre a Ciência da Informação e a Ciência da Computação*. 2006. 161f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2006. Disponível em: <http://www.biblioteca digital.puc-campinas.edu.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=174>. Acesso em: 05 mar. 2009.

LAKATOS E. M., MARCONI M.A. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MATHES, A. *Folksonomies: Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata*. University of Illinois Urbana: Champaign, 2004. Disponível em: <<http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>>. Acesso em: 25. Nov. 2009.

LUZ, C. Folksonomia: da salada de frutas à estruturação da informação. *Intranet Portal*. [São Paulo], 2007. Disponível em: <http://www.portaldocomercio.org.br/media/SDItto9_outh07.pdf>. Acesso em: 15. Abr. 2009.

MIRANDA, A. Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 29, n. 2, p. 78-88, maio/ago. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a10v29n2.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2009.

NOVELLINO, M. S. F. Instrumentos e metodologias de representação da informação. *Informação & Informação*, Londrina, v.1, n. 2, p. 37-45, jul./dez. 1996. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/1603/1358>>. Acesso em: 14 mar. 2009.

PAVAN, C.; DANTAS, G. G. C.; STUMPF, I. R. C.; CAREGNATO, S. E. . Connotea: site para a comunicação científica e compartilhamento de informações na Internet. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, v. 5, p. 77-94, 2007. Disponível em: <<http://server01.bc.unicamp.br/seer/ojs/include/getdoc.php?id=465&article=108&mode=pdf>>. Acesso em: 10. Mai. 2009.

PINHO, F. A. Aspectos éticos em organização e representação do conhecimento. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 7., 2006, Marília. *Anais eletrônicos...* Marília: UNESP, 2006. Disponível em: <http://www.enancib.ppgci.ufba.br/premio/UNESP_Pinho.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2009.

PRIMO, A.; RECUERO, R. da C. A terceira geração da hipertextualidade: cooperação e conflito na escrita coletiva de hipertextos com links multidirecionais. *Líbero*, São Paulo, v. 9, p. 83-93, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/links_multi.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2009.

QUINTARELLI, E. Folksonomies: power to the people. In: INCONTRO ISKO ITALIA, Milão, 2005. *Papers...* Milan: Università di Milano, 2005. Disponível em: <<http://www.iskoi.org/doc/folksonomies.htm>>. Acesso em: 10. Abr. 2009.

WEINBERGER, D. *A nova desordem digital: os novos princípios que estão reiventando os negócios, a educação, a política, a ciência e a cultura*. Rio de Janeiro: Elsevier. 2007.

Como citar este artigo:

MELO, Bruno Felipe; MOTA, Rosaline. Folksonomia: um estudo da linguagem de indexação adotada pelo Flickr. **Informe: Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação**, Recife, v. 1, n. 1, p. 102-117, 2012.

**Artigo recebido em 11 de agosto de 2011.
Artigo aprovado em 14 de fevereiro de 2012.**