



Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Ciência da Informação – FCI
Bacharelado em Biblioteconomia

Isabella de Oliveira e Nóbrega

***#IMPEACHMENT* OU *#NAOVAITERGOLPE*:**

**UMA ANÁLISE SOBRE A FOLKSONOMIA NA INDEXAÇÃO DE IMAGENS
FOTOGRAFICAS EM REDES SOCIAIS DA *WEB 2.0***

Brasília

2016

Isabella de Oliveira e Nóbrega

#IMPEACHMENT OU #NAOVAITERGOLPE:

**UMA ANÁLISE SOBRE A FOLKSONOMIA NA INDEXAÇÃO DE IMAGENS
FOTOGRAFICAS EM REDES SOCIAIS DA WEB 2.0**

Monografia apresentada como pré-requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia pela Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Miriam Paula Manini

Brasília

2016

N754i Nóbrega, Isabella de Oliveira e

#impeachment ou *#naovaitergolpe*: uma análise sobre a Folksonomia na indexação de imagens fotográficas em redes sociais da *Web 2.0* / Isabella de Oliveira e Nóbrega – Brasília: UnB, 2016.

101 f. : il. ; 30 cm.

Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, 2016.

Orientação: Prof^a. Dr^a. Miriam Paula Manini.

1. Folksonomia. 2. Etiquetagem. 3. Indexação de imagens. 4. Redes sociais. 5. Memória coletiva. 6. *Impeachment*. I. Título.

CDU 025.177(81)



Título: #impeachment ou #naovaitergolpe: uma análise sobre a Folksonomia na indexação de imagens fotográficas em redes sociais da Web 2.0.

Aluna: Isabella de Oliveira e Nóbrega.

Monografia apresentada à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Brasília, 08 de julho de 2016.

Miriam Paula Manini - Orientadora
Professora da Faculdade de Ciência da Informação (UnB)
Doutora em Ciências da Comunicação

Dulce Maria Baptista – Membro
Professora da Faculdade de Ciência da Informação (UnB)
Doutora em Ciência da Informação

Sérgio Peçanha da Silva Colleto – Membro externo
Mestre em Ciência da Informação

À Regina, minha mãe, por quem cheguei até aqui.

Agradecimentos

Gostaria de agradecer primeiramente à Biblioteconomia, por ser esta ciência tão apaixonante que me conquistou, por acaso ou por destino, e me trouxe até aqui com o otimismo de que me tornar bibliotecária pode ter sido a melhor decisão que já tomei.

Agradeço à equipe de bibliotecários da Seção de Gestão do Acervo da Biblioteca da Câmara dos Deputados com quem estagiei no último ano, que me mostrou como é possível haver harmonia dentro do ambiente de trabalho e como isso pode tornar a rotina bibliotecária muito mais agradável e produtiva.

À minha orientadora Miriam Manini, que me abriu as portas para a pesquisa científica e me guiou durante todo este trabalho sempre com muita paciência e compreensão.

Ao bibliotecário Marcelo Dias Scarabuci pelas dicas preciosas que tornaram o desenvolvimento deste trabalho um tanto mais simples.

Agradeço à grande amiga que a Biblioteconomia me trouxe, Luanna Vieira, com quem dividi tantas angústias e preocupações, dias e noites na biblioteca e alguns crepes e sorvetes pela cidade para variar um pouco.

Às minhas “colegas de trabalho” Gabriela Botelho e Glenda Máximo por tornarem esta trajetória mais leve e divertida.

Agradeço à Dr^a. Elizabeth Nunes e ao Dr. Oswaldo Ribeiro por terem ajudado a recuperar minha saúde, o que foi fundamental para concluir esta etapa.

Às doces melodias das bandas *El Ten Eleven* e *Explosions in the Sky* que trouxeram calma e serenidade nos dias, noites e madrugadas de trabalho.

Agradeço ao meu grande companheiro, Michel Louis Arantes, que agora é um matemático que entende tudo sobre Folksonomia de tanto me ouvir. Obrigada pelo apoio e por toda a paciência que teve comigo nestes tempos.

Por fim, agradeço à minha mãe, Regina Célia de Oliveira, que fez até o impossível para que eu conseguisse chegar até aqui. Minha heroína, minha melhor amiga, muito obrigada!

“Nós podemos passar nossa vida deixando o mundo nos dizer quem somos. Sãos ou insanos. Santos ou viciados em sexo. Heróis ou vítimas. Podemos deixar a história contar quão bons ou ruins nós somos. Deixar nosso passado decidir o nosso futuro. Ou podemos decidir por nós mesmos. E talvez seja esse o nosso trabalho, inventar algo melhor.”

(Chuck Palahniuk)

Resumo

Analisa a Folksonomia sob a perspectiva da indexação de imagens fotográficas em um estudo de caso nas redes sociais Flickr e Instagram. Insere-se no contexto da crise sociopolítica brasileira culminada pelo *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff em 2016, quando os brasileiros, além de irem às ruas, foram também à Internet e se dividiram em *tags* contra e a favor do governo. Dentro deste contexto, busca identificar os padrões de etiquetagem utilizados pelos usuários nas duas redes com base nos níveis de compreensão da imagem de Panofsky (2009) e na Dimensão Expressiva de Manini (2002), em paralelo com os estilos de etiquetagem de Cañada (2006), para que, assim, seja possível analisar o potencial da etiquetagem como método de representação da informação imagética e como fator de construção da memória coletiva.

Palavras-chave: Folksonomia. Etiquetagem. Indexação de imagens. Redes sociais. Memória coletiva. *Impeachment*.

Abstract

This case study analyzes Folksonomy from the perspective of the photographic image indexing in the social networks Flickr and Instagram. It has as its context the sociopolitical crisis culminated in Brazil due to the impeachment of the president Dilma Rousseff in 2016, when Brazilians not only took the streets, but also protested in the Internet, divided into tags in favor and against the government. In this context, this study seeks to identify tagging patterns used in both sites based on the image content levels proposed by Panofsky (2009) and the expressive dimension proposed by Manini (2002), parallel to the tagging styles proposed by Cañada (2006), in order to make it possible to analyze the potential of tagging as a method to represent imagetic information and as a building factor of collective memory.

Keywords: Folksonomy. Tagging. Image indexing. Social networks. Collective memory. Impeachment.

Lista de figuras

Figura 1 - Postagem no Flickr	30
Figura 2 - Etiquetas automáticas do Flickr	30
Figura 3 - Dimensão Expressiva representada no Flickr	31
Figura 4 - Tendências do Flickr.	33
Figura 5 - Filtros do Instagram.	34
Figura 6 - <i>Hashtags</i> no Instagram.	35
Figura 7 - <i>Tag cloud</i> do Flickr de 2007	39
Figura 8 - Exemplo para etiquetagem proposta por Cañada (2006)	42
Figura 9 - Ferramenta de busca do Instagram.	48
Figura 10 - Ferramenta de busca do Flickr	49
Figura 11 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 1	52
Figura 12 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 1 - etiquetas.	52
Figura 13 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 2	54
Figura 14 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 2 - etiquetas.	54
Figura 15 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 3	56
Figura 16 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 3 - etiquetas.	56
Figura 17 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 4 - etiquetas.	57
Figura 18 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 4 - <i>tags</i>	57
Figura 19 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 5	59
Figura 20 - Etiqueta "Dilma" (Flickr): imagem 5 - etiquetas.	59
Figura 21 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Flickr): imagem 1.	60
Figura 30 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Flickr) - imagem 5.	70
Figura 31 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 1.	73
Figura 32 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 2.	74
Figura 33 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 3.	76
Figura 34 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 3	77
Figura 35 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 5.	79
Figura 36 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Instagram): imagem 4	80
Figura 37 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Instagram): imagem 2	81
Figura 38 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Instagram): imagem 3	83
Figura 39 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Instagram): imagem 4	84
Figura 40 - Etiqueta " <i>impeachment</i> " (Instagram): imagem 5	86

Lista de quadros

Quadro 1 - Categorias de Smit (1996, p. 32).....	21
Quadro 2 - Grade de leitura de imagens de Smit (1996, p. 34).....	22
Quadro 3 - Grade de leitura de imagens de Manini (2002, p. 105)	23
Quadro 4 - Grade de leitura de imagens de Pato (2015, p. 315).....	24
Quadro 5 - <i>Web 1.0 X Web 2.0</i> (resumido)	27
Quadro 6 - Grade aplicada ao estudo de caso.....	46
Quadro 7 - Resultados no Flickr.....	89
Quadro 8 - Resultados no Instagram	91
Quadro 9 - Resultados finais.....	91

Sumário

1. INTRODUÇÃO	12
1.1. Objetivos	14
1.2. Justificativa	14
1. REVISÃO DE LITERATURA	16
1.1. Representação da informação: os caminhos da indexação.....	16
1.1.1. Indexação de imagens	18
1.2. A <i>Web 2.0</i>	25
1.2.1. As redes sociais	27
1.2.2. Sobre o Flickr.....	29
1.2.3. Sobre o Instagram	33
1.3. A representação da informação na <i>Web 2.0</i>	36
1.3.1. Folksonomia: a indexação social.....	37
1.4. Folksonomia, imagem e memória	43
2. METODOLOGIA	45
2.1. Caracterização da pesquisa	46
2.2. Critérios para pesquisa.....	47
3. ESTUDO DE CASO	52
3.1. Análise dos dados: Flickr	52
3.1.1. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 1.....	52
3.1.2. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 2.....	54
3.1.3. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 3.....	56
3.1.4. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 4.....	57

3.1.5. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 5.....	59
3.1.6. Flickr - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 1	60
3.1.7. Flickr - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 2	63
3.1.8. Flickr - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 3	64
3.1.9. Flickr - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 4	66
3.1.10. Flickr - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 5.....	70
3.2. Análise dos dados: Instagram.....	72
3.2.1. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 1	73
3.2.2. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 2	74
3.2.3. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 3	76
3.2.4. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 4	77
3.2.5. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 5	79
3.2.6. Instagram - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 1	80
3.2.7. Instagram - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 2.....	81
3.2.8. Instagram - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 3.....	83
3.2.9. Instagram - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 4.....	84
3.2.10. Instagram - Etiqueta “ <i>impeachment</i> ”: imagem 5	86
3.3. Análise dos resultados	88
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
5. REFERÊNCIAS.....	96

1. INTRODUÇÃO

Desde a chegada dos computadores com a revolução tecnológica de 1970 até o auge da *Web 2.0* que se vive nos dias atuais, a forma de se enxergar, conhecer e interpretar o mundo vem mudando e se adaptando aos novos recursos que surgem a cada dia. Tal fenômeno também acontece com a informação. A Internet vem desafiando os profissionais da informação a acompanhar a maneira como se torna possível acessar, tratar e organizar a informação nos ambientes virtuais, principalmente porque, neste ambiente, os usuários estão *online* 24h por dia, criando, compartilhando e, inclusive, organizando o próprio conteúdo, de forma livre e colaborativa.

As redes sociais e sítios de compartilhamento são grandes exemplos de ambientes da *Web 2.0* que permitiram ao usuário se tornar ativo na circulação da informação. Além de produzir e compartilhar seu conteúdo em variados formatos, o usuário adquiriu recursos para representar e organizar seu conteúdo à sua maneira: as chamadas *tags*, ou etiquetas, instrumentos do que se chama Folksonomia.

A atribuição de etiquetas ao material produzido pelos usuários confere à Folksonomia não apenas papel na representação da informação, mas também na construção da memória coletiva. Atualmente, as etiquetas são utilizadas para descrever o conteúdo e também o momento refletido por ele. Em redes sociais em que se compartilham imagens isto é muito perceptível, pois os usuários têm a liberdade de criar etiquetas para indexar suas imagens e isso inclui, além de descrever elementos e conteúdo da imagem, a possibilidade de uso de etiquetas que representam desde pensamentos e preferências individuais até movimentos sociais e culturais. O usuário, ao utilizar determinada etiqueta, insere-se em um grupo virtual de outros indivíduos que compartilham de seus pensamentos, gostos e ideologias. Na dimensão que o uso de redes sociais possui atualmente, muitas destas etiquetas passam a representar grandes momentos e movimentos sociais marcantes e que, assim, passam a fazer parte da construção da memória coletiva de uma sociedade.

Um grande exemplo da maneira como o uso de etiquetas nas redes sociais pode representar um grupo, e sobre o qual este trabalho debruçará, é a crise sociopolítica vivida até então, no primeiro semestre de 2016, em razão do processo de *impeachment* instaurado contra a presidente Dilma Rousseff sob a acusação de

crime de responsabilidade. Este trabalho acompanhou o processo até a recente aprovação do processo de *impeachment* pelo Senado, que resultou no afastamento da presidente. Em seu lugar, o governo foi assumido interinamente por seu vice, Michel Temer.

Durante toda a tramitação, o Brasil encontrou-se exaltado e dividido entre defensores do governo e defensores do *impeachment*. O Brasil dividiu-se, também, em *tags*. Além de ir às ruas, a população foi também à Internet. De um lado “#foradilma, #forapt, #impeachmentja e, de outro, “#ficadilma, #nãovaitergolpe, #golpistasnãopassarão”. A voz de um povo traduzida em *tags*, o que não apenas diz respeito à memória, como também à história.

Sendo assim, neste trabalho, etiquetas relacionadas a esta temática serão analisadas em duas grandes redes sociais: Flickr e Instagram. A primeira tem sido amplamente estudada na Ciência da Informação por ser uma pioneira da *Web 2.0*, e a segunda, ainda muito recente, tem se tornado objeto de estudo de trabalhos ainda pouco expressivos. Ambas possuem a peculiaridade de serem dedicadas majoritariamente a imagens, as quais já são, sob um forte aspecto, subjetivas e polissêmicas para a análise informacional, principalmente por conta de seu apelo sensorial, o que alimenta uma discussão recente da Ciência da Informação sobre até que ponto a Folksonomia pode ser eficaz na descrição e representação de imagens e até que ponto a mesma se torna uma barreira para a recuperação da informação.

Por esta razão, o processo de etiquetagem será estudado com base, primordialmente, nos níveis de compreensão da imagem de Panofsky (2009), na Dimensão Expressiva de Manini (2002) e nos estilos de etiquetagem de Cañada (2006). Por meio deste estudo, pretende-se identificar os padrões de etiquetagem das duas redes, para que seja possível a análise do potencial da etiquetagem como método de representação da informação imagética.

1.1. Objetivos

A presente pesquisa busca atingir os seguintes objetivos:

Objetivo geral: Analisar o potencial da etiquetagem como método de representação da informação imagética na *Web 2.0*.

Objetivos específicos:

- Analisar a relação representativa entre etiquetas referentes à crise sociopolítica brasileira de 2016 e imagens às quais foram aplicadas no Flickr e no Instagram, considerando também outras etiquetas que as indexaram;
- Classificar as etiquetas levantadas de acordo com os estilos de etiquetagem de Cañada (2006) em paralelo com os níveis de compreensão da imagem de Panofsky (2009) e a Dimensão Expressiva de Manini (2002);
- Identificar e comparar os padrões de etiquetagem do Flickr e do Instagram de acordo com a classificação proposta;
- Discutir vantagens e desvantagens dos padrões de etiquetagem identificados;
- Identificar como os níveis de Panofsky (2009) e a Dimensão Expressiva de Manini (2002) se representam nos estilos de etiquetagem de Cañada (2006);
- Analisar o potencial reflexo destes padrões de etiquetagem na construção da memória coletiva.

1.2. Justificativa

Vivenciamos a era da informação virtual. A Ciência da Informação, como sua própria denominação implica, precisa dedicar-se a conhecer e compreender as peculiaridades da informação também no ambiente virtual. Quando se trata da temática de indexação de imagens, já tão complexa por si só, é necessária maior atenção aos fenômenos agregados a este tema em razão da Folksonomia, a qual traz novos padrões de representação da informação. A Folksonomia permite agregar à

etiqueta algo além de um termo de indexação, como o papel de representante de um marco social histórico, por exemplo. A compreensão destes fenômenos é importante para que o profissional da informação saiba tratar o conteúdo virtual e atue ativamente no desenvolvimento de meios que garantam que este tipo de informação não se perca em meio às estruturas dinâmicas dos ambientes da Web 2.0, comumente vistas como caóticas pela própria Ciência da Informação. Também não se pode ignorar a tendência de acervos fotográficos de arquivos e bibliotecas migrarem cada vez mais para ambientes virtuais e utilizarem mecanismos como a Folksonomia para otimizar a disponibilização de acesso a estes acervos. O intuito deste trabalho é colaborar para tornar conhecidos alguns dos fenômenos que cercam a etiquetagem e que possam ser úteis para aprimorar os mecanismos de organização e recuperação da informação na era da Internet.

1. REVISÃO DE LITERATURA

A presente revisão de literatura tem como objetivo fornecer insumos para o desenvolvimento desta pesquisa e aborda os seguintes temas: a representação da informação, com ênfase na indexação de imagens; o contexto da *Web 2.0* em que nossos objetos de estudo se situam; a representação da informação virtual, com ênfase na Folksonomia e suas implicações; e, por fim, a memória como ponto de encontro entre a imagem e a Folksonomia.

1.1. Representação da informação: os caminhos da indexação

A informação, para ser assimilada e transformada em conhecimento, precisa ser, primeiramente, recuperada e acessada pelo usuário. Para que isto se torne possível, a informação de um documento, independente de seu suporte, passa por etapas de tratamento que visam a representar o conteúdo do documento para que, assim, a busca posterior do usuário seja facilitada.

Apesar de ser uma preocupação muito antiga, a representação da informação conquistou espaço e notoriedade como área do conhecimento com a evidência e consolidação da Ciência da Informação no século passado, quando a necessidade de recuperação cada vez mais rápida, precisa e especializada da informação motivou o desenvolvimento de um aparato metodológico e instrumental mais diversificado para tratar a informação em seu nível temático (SILVA; FUJITA, 2004).

No âmbito da Ciência da Informação, a indexação atém-se a este nível de tratamento informacional que implica a “preparação de uma representação do conteúdo temático dos documentos” (LANCASTER, 2004, p. 6).

Este tipo de representação temática se realiza por meio de termos descritores de assunto, ou rótulos semânticos, como denominou Cavalcanti (1978), os quais podem ser baseados em “elementos de uma linguagem documentária ou em termos extraídos do próprio documento na forma de palavras-chave”. (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 193).

Pozzi e Fujita (2014) relatam que o processo de indexação encontrou subsídios internacionais inicialmente pelo UNISIST, em 1981, sistema vinculado à Organização

das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o qual ocasionou a criação da primeira norma internacional sobre indexação, a ISO 5963. No Brasil, a indexação só foi normatizada em 1992 pela NBR 12676.

A indexação, segundo Lancaster (2004), envolve duas etapas: a análise conceitual, que implica decidir o assunto do documento; e a tradução, que envolve a conversão da análise conceitual em um conjunto de termos de indexação, muitas vezes baseados em um vocabulário controlado.

Assim, percebe-se que a indexação se trata de um processo complexo e bastante subjetivo, uma vez que depende da análise e interpretação do indexador para se desenvolver. É um processo intelectual, não mecânico (COLLISON, 1971), que também sofre diversas influências externas, de cunho cultural, social, político ou cognitivo, como demonstram Pozzi e Fujita (2014).

O indexador necessita ter conhecimento do assunto sobre o qual trabalha e, principalmente, sobre a clientela que busca atender. Os prováveis pontos de vista dos usuários devem ser considerados na definição dos termos a indexarem o documento pelo qual estes mesmos usuários buscarão. Como afirma Cavalcanti (1978, p. 64), “interesses diversos representam pontos de vista igualmente diferentes” e, logo, termos de indexação diferentes.

Por esta razão, dentre outras, os centros de informação e documentação costumam elaborar políticas de indexação que reflitam a missão, os objetivos e o público-alvo da instituição por meio de diretrizes técnicas, visando a servir de instrumento para o indexador em sua rotina.

A indexação pode ser considerada um instrumento de comunicação, o qual conecta o usuário ao documento de interesse. Assim, a indexação, como qualquer processo comunicativo, tem como objetivo estabelecer esta conexão com o menor ruído possível. Cavalcanti (1978, p. 37) define o ruído na indexação como o “dado irrelevante obtido por deficiência de tratamento adequado da informação ou de programação”. Lancaster (2004) trata o ruído como o resultado inútil recuperado em uma busca, o que prejudica a precisão na recuperação da informação, maior objetivo da indexação.

Na intenção de reduzir o ruído na indexação, o emprego de linguagens controladas se justifica, pois, ao controlar os termos, reduz-se a potencial ambiguidade gerada por polissemias, sinonímias, entre outros fenômenos típicos da linguagem natural (CHAUMIER, 1971). Moura, Silva e Amorim (2002) comentam, porém, que o uso de vocabulários controlados pode colocar em risco a significação, pois estes não consideram a dinamicidade da informação e acabam por perder a especificidade do conteúdo original em prol da generalidade.

Esse dilema se torna ainda mais evidente ao se tratar a informação externa ao universo bibliográfico. A ausência de informação escrita sobre a qual se basear torna necessária a consideração de outros elementos para que seja possível representar a informação contida, por exemplo, em uma imagem fotográfica, objeto deste estudo. Em razão desta maior complexidade, Lancaster (2004) recomenda a aplicação de métodos colaborativos e mais democráticos para indexação da informação imagética.

1.1.1. Indexação de imagens

As imagens fixas se tornaram objeto de estudo da Ciência da Informação a partir do momento em que se passou a reconhecer seu valor informativo e documental.

Por volta dos anos 1930, o movimento historiográfico denominado Escola dos Annales defendia uma história nova, que buscasse contar, além da história dos grandes homens e seus grandes feitos, a história do homem comum. Esta nova perspectiva na historiografia fez com que se passasse também a considerar outros tipos de materiais além dos escritos como fontes de informação (MIGUEL, 1993). Com este movimento, os centros de documentação deixaram de ser “exclusivos depósitos de atos oficiais resultantes de atividades econômicas ou administrativas. Tornaram-se instituições dedicadas a recolher, organizar, conservar e tornar acessíveis os documentos da memória coletiva” (MIGUEL, 1993, p. 123).

Assim, o tratamento informacional de documentos imagéticos se tornou uma das áreas de estudo da Ciência da Informação, se não uma das mais complexas; isto por conta de uma característica intrínseca às imagens: a polissemia. Segundo Rodrigues (2011, p. 104), “a polissemia refere-se às diversas interpretações que uma

mesma foto pode ter, dependendo do contexto no qual está inserida, da função que desempenha e da imagem mental e cognição do observador”. O caráter polissêmico da imagem emerge da relação dos signos construídos socialmente presentes na imagem com os referentes internos existentes nas mentes dos leitores da imagem, sejam indexadores ou usuários finais (PATO, 2015).

Esta característica se torna um desafio para o tratamento informacional pois, uma vez que o mesmo integra processos que envolvem a análise e a representação do assunto de um documento, como no caso da indexação, a possibilidade de leitura de variados significados para uma mesma imagem pode vir a ser um problema para a posterior recuperação da imagem pelo usuário. Por esta razão, há de se concordar com as afirmações de Manini (2009) e Smit (1987) de que uma fotografia nunca será única e de que a descrição de uma fotografia nunca será completa.

Desta forma, percebe-se que apesar da descrição e representação de aspectos denotativos da imagem serem úteis para seu tratamento informacional e posterior recuperação, a imagem parece estar, nas palavras de Rodríguez (2005, p. 348), “condenada à conotação”. No atual contexto sociopolítico brasileiro, por exemplo, é bastante provável que um usuário, ao efetuar uma busca pelo termo “golpe” em um banco de imagens, esteja buscando imagens referentes a golpe no contexto político e não a um movimento de luta corporal, como um golpe de karatê.

Ao se tentar descrever uma imagem, a própria “operação de tradução do código icônico para o código verbal cria condições para sua interpretação” (SMIT, 1987, p. 104), o que leva à conotação. A escolha que realiza o indexador de representar determinados traços como pertinentes em detrimento de outros também sugere a conotação.

Portanto, apesar da indexação poder se dedicar de certa forma apenas ao sentido denotativo da imagem representando características visuais primárias como cor, textura e forma, o que caracteriza a chamada indexação por conteúdo, acredita-se que a conotação sempre estará presente em certo nível. Assim, a perspectiva adotada nesta pesquisa será a da indexação por conceitos que, de acordo com Rodrigues (2011), abarca todas as informações contidas na imagem, tanto de cunho denotativo como conotativo.

A análise de um documento imagético também deve considerar o nível de produção do mesmo, uma vez que a tecnologia envolvida na produção da imagem reflete seu tempo e, assim, oferece um contexto histórico e cultural que pode estar silenciado na imagem em si (MIGUEL, 1993).

Considerando a afirmação de Manini (2002, p. 49) sobre a importância da indexação de imagens residir no fato de que “a leitura do profissional prepara a leitura do usuário”, compreende-se que o produto deste processo, ou seja, os termos de indexação, funcionam como uma espécie de previsão dos termos pelos quais o usuário buscará uma imagem, devendo refletir o perfil de interesse do público-alvo do banco de imagens em questão da maneira mais precisa possível. Assim, o reconhecimento do conteúdo da imagem requer, como afirma Leite (1998, p. 40), “aguçados mecanismos de percepção visual, condições culturais adequadas, imaginação, dedução e comparação dessa com outras imagens para que o intérprete possa se constituir num receptor competente”.

Alguns parâmetros para a leitura de imagens foram estabelecidos por Manini (2009) a fim de orientar a análise documentária de fotografias. Os parâmetros elencados consistem em:

- Definir quando a imagem foi produzida, conhecendo o contexto histórico de sua produção e variações de sua recepção ao longo do tempo;
- Definir o histórico da imagem fotográfica em si, conhecendo de qual processo fotográfico histórico se trata ou se sofreu migração de suporte;
- Aplicar uma metodologia de leitura de fotografias (alguns exemplos serão citados a partir do parágrafo seguinte);
- Considerar critérios de preenchimento de dados ajustáveis às necessidades informacionais dos usuários do acervo, levando em conta a política institucional e a própria missão da instituição.

Dentre os parâmetros citados por Manini (2009), será dada especial atenção às metodologias de leitura de imagens, dentre as quais serão citadas as contribuições de Manini (2002), Panofsky (2009), Pato (2015), Shatford (1986) e Smit (1987, 1996).

Dentro da problemática da indexação de imagens, buscando definir princípios os quais seguir durante a análise e leitura da imagem, Shatford (1986) propôs que as

perguntas “Quem?”, “O que?”, “Onde?” e “Quando?” devem ser respondidas para que se tenha informações suficientes para representar uma imagem de maneira completa. Além disso, fundamentou a análise do DE genérico/específico e do SOBRE, sua principal contribuição, para que se tornasse possível representar tanto o significado objetivo da imagem quanto o subjetivo, a denotação e a conotação. Define-se DE que é uma imagem de maneira genérica e específica, sendo a segunda diferenciada por identificar e dar nome aos elementos da imagem; e SOBRE o que é uma imagem a partir da dedução subjetiva de conceitos e sentimentos abstratos que podem atribuir sentido à imagem.

A partir de Shatford (1986), Smit (1987) reafirmou que as perguntas “Quem?”, “O que?”, “Onde?” e “Quando?”, incluindo agora também “Como?”, associadas, respectivamente, aos seres vivos, à ação, ao espaço, ao tempo e à técnica, culminando em uma análise em que nenhum detalhe realmente importante seria esquecido. Assim, Smit (1996) propôs uma metodologia de leitura de imagens baseada na relação das perguntas elencadas acima com o DE genérico/específico e o SOBRE de Shatford (1986). Para isso, definiu em nível mais detalhado os aspectos a serem abordados ao responder a cada uma das perguntas, o que compôs categorias, como ilustrado na tabela abaixo:

Categoria	Representação do conteúdo das imagens
QUEM	Identificação do “objeto focado”: seres vivos, artefatos, construções, acidentes naturais, etc.
ONDE	Localização da imagem no “espaço”: espaço geográfico ou espaço da imagem (por ex., São Paulo ou interior de danceteria).
QUANDO	Localização da imagem no “tempo”: tempo cronológico ou momento da imagem (por ex., 1996, noite, verão).
O QUE/COMO	Descrição de “atitudes” ou “detalhes” relacionados ao “objeto enfocado”, quando este é um ser vivo (por ex., cavalo correndo, criança trajando roupa do século XVIII).

Quadro 1 – Categorias de Smit (1996, p. 32)

Como se pode observar no trabalho que originou a grade de leitura de imagens de Smit (1996), as perguntas “O que?” e “Como?” foram unidas em uma única categoria. Esta nova concepção da questão “Como?”, de modo a descrever a ação ou

atitude relacionada ao objeto da imagem, fez com que o fator técnico mencionado no trabalho anterior de Smit¹ não fosse abordado na metodologia proposta.

Segue a grade de leitura de imagens proposta por Smit (1996, p. 36):

Categorias	DE		SOBRE
	Genérico	Específico	
QUEM			
ONDE			
QUANDO			
O QUE/COMO			

Quadro 2 – Grade de leitura de imagens de Smit (1996, p. 34)

Ao questionar os métodos tradicionais de indexação de imagens por não considerarem a recuperação da informação visual baseada na forma, mas apenas na recuperação por conteúdo, Manini (2002) propõe uma ampliação da grade de leitura de imagens de Smit (1996), incluindo então a chamada Dimensão Expressiva.

A importância de se considerar a Dimensão Expressiva na Análise Documentária de Imagens está no fato de que o ponto decisivo de escolha de uma fotografia (a partir de um conjunto de imagens recuperadas num sistema de recuperação de informações visuais) pode estar justamente na forma como a mensagem imagética foi construída para transmitir determinado conteúdo informacional. (MANINI, 2002, p. 88).

Revelada pela técnica, a Dimensão Expressiva de Manini (2002) compreende os recursos técnicos aplicados na produção da imagem, como efeitos especiais, tempo de exposição, luminosidade, enquadramento, entre outros fatores que fazem a imagem se expressar da maneira que o faz, pois “muito da técnica concorre para que o conteúdo informacional aconteça” (MANINI, 2002, p. 89).

Além de ampliar a grade de leitura de imagens de Smit (1996) por meio da inclusão da Dimensão Expressiva, Manini (2002) também propôs uma alteração nas categorias, unindo na mesma categoria as perguntas “O que?” e “Quem?”, por ambas referenciarem o sujeito ou objeto, e deixando a noção de ação para “Como?” em uma categoria única.

¹ SMIT (1987, p. 109).

Segue abaixo a grade de leitura de imagens de Manini (2002, p. 105):

	CONTEÚDO INFORMACIONAL		DIMENSÃO EXPRESSIVA
	DE		
Categorias	Genérico	Específico	SOBRE
QUEM/O QUE			
ONDE			
QUANDO			
COMO			

Quadro 3 - Grade de leitura de imagens de Manini (2002, p. 105)

A Dimensão Expressiva integra aspectos que constituem a essência produtiva da imagem fotográfica, o conjunto de possibilidades e escolhas do fotógrafo para que a foto transmita o que transmite à primeira vista. Dada a sua importância e objetividade, a Dimensão Expressiva de Manini (2002) irá compor o arcabouço teórico a partir do qual desenvolvemos nosso estudo de caso mais adiante.

Estas e outras metodologias propostas acerca da leitura de imagens acabam por se dedicar majoritariamente à identificação de objetos, dando mais ênfase no que seria muito mais uma descrição da imagem do que uma representação de seu conteúdo, o que implica na indexação. Firmando-se neste questionamento e com base na Semiótica, Pato (2015) compreende a imagem como signo, que como tal não é uma convenção estática, objetiva, caracterizando, assim, um construto social, sobre o qual a leitura não se entende pelo viés do objeto, mas pela construção dialógica entre os referentes da imagem e os referentes internalizados por quem a analisa.

Sob esta perspectiva, Pato (2015) propõe uma estruturação dos signos de uma imagem, definindo que no processo de significação da imagem o ícone aparece primeiro, identificando o objeto em si. Porém, para que este se declare presente, real e de fato na imagem, precisa ser reconhecido, e este reconhecimento dará sentido ao ícone. Os índices agem sobre este processo de atribuição de sentido ao ícone. Da relação entre o ícone e o índice, torna-se possível afirmar algo de definitivo sobre partes da imagem, caracterizando o símbolo, que, por sua vez, permite a conclusão lógica da imagem por completo e define seu assunto.

As noções de ícone, índice e símbolo da Semiótica já haviam sido tratadas por outros autores em estudos sobre imagem, porém dentro da perspectiva histórica da análise da imagem e não como proposta de leitura da imagem, como propõe Pato (2015).

A partir da estruturação dos signos apresentada no quadro abaixo, Pato (2015) pretende facilitar a indexação por conceitos ao sugerir que as palavras-chave sejam tabuladas separadamente, com uma entrada específica para cada signo, o que revelaria também as etapas a serem percorridas passo-a-passo para uma leitura completa da imagem.

ÍCONES (mostram...)	+	ÍNDICES (indicam...)	+	SÍMBOLOS (afirmam)	SÍMBOLO ASSUNTO (conclusão)

Quadro 4 - Grade de leitura de imagens de Pato (2015, p. 315)

Estas metodologias, dentre outras – podemos mencionar a de Schroeder (1998), que define camadas de indexação que englobam o objeto, o estilo (propósito) e implicações (contexto), e a de Rodrigues (2011), que propõe a tematização como procedimento para se realizar a leitura das imagens e a posterior indexação – possuem muitos aspectos em comum e muitas delas compartilham o mesmo ponto de origem teórica: a metodologia proposta por Erwin Panofsky.

Publicada originalmente no início do século passado, a obra *Significado nas Artes Visuais*, direcionada inicialmente ao estudo de pinturas renascentistas, acabou por exercer grande impacto no desenvolvimento teórico da indexação de imagens por distinguir três níveis de conteúdo a se analisar em uma imagem com base na iconografia e na iconologia.

Panofsky (2009) define iconografia como o estudo do tema de uma obra, que envolve a descrição e a classificação das imagens de maneira a tornar a percepção do conteúdo articulada e comunicável, sem se dispor a investigar a significação da obra, aspecto que compete à análise da Iconologia. Panofsky (2009, p. 54) afirma

inclusive que, na verdade, a Iconologia é um “método de interpretação que advém da síntese mais que da análise”.

A partir destas ideias, Panofsky (2009) categoriza em três níveis o tema ou conteúdo de uma imagem. São eles:

- Nível pré-iconográfico: identifica o tema primário ou natural da imagem, considerado como fatural ou expressivo. Apreendido pela identificação das formas puras, o que, no caso das fotografias, poderiam ser entendidos como os objetos ou características visuais primárias da imagem;
- Nível iconográfico: identifica o tema secundário ou convencional a partir da ligação dos objetos entre si e com assuntos e conceitos reconhecidos por quem analisa a imagem;
- Nível iconológico: representa o significado intrínseco ou o conteúdo em si da imagem, possibilitando a conexão com o contexto que a circunda e que também circunda quem a analisa. Faz da imagem:

Um sintoma de algo mais que se expressa numa variedade incontável de outros sintomas e interpretamos suas características composicionais e iconográficas como evidência mais particularizada desse ‘algo mais’”. (PANOFSKY, 2009, p. 53)

Por se tratar de uma metodologia inspiradora de tantos estudos acerca da indexação de imagens até os tempos atuais e pela possibilidade de não apenas orientar a leitura da imagem, mas também de orientar a análise da indexação de imagens já realizada, acreditamos ser pertinente utilizá-la para analisar a representação da informação imagética sob a ótica da folksonomia, conforme se realiza mais adiante neste estudo de caso.

1.2. A Web 2.0

O advento da Internet proporcionou transformações muito além das esperadas em sua origem no que diz respeito às formas da sociedade se comunicar.

Projetada inicialmente como uma rede de computadores capaz de promover a comunicação militar dos Estados Unidos de maneira estratégica em tempos da Guerra Fria, a Internet, ou melhor, a ARPANET, como foi denominada em 1969 (ALMEIDA,

2005), ainda não tinha a ambição de se expandir mundialmente, impactando até a maneira do usuário comum se comunicar.

Isto aconteceu mais tarde, no começo da década de 1990, quando a iminente expansão mundial da Internet motivou a criação da “www”, ou *World Wide Web*, desenvolvida pelos engenheiros Robert Cailliau e Tim Berners-Lee e que incluía a implementação da linguagem HTML e *Browsers* para pesquisa (ALMEIDA, 2005).

Assim, a Internet passa da condição de uma rede de computadores à de uma “rede de redes”, como destaca Almeida (2005, p. 4), conectando computadores e pessoas ao redor do mundo para se comunicarem.

Esta Internet de que estamos falando, porém, não é a mesma que se experiencia atualmente (2016). Esta primeira fase da *Web*, mais conhecida como *Web 1.0*, era “estruturada por meio de *sites* que colocavam todo o conteúdo *online*, de maneira estática, sem oferecer a possibilidade de interação aos internautas” (BLATTMAN; SILVA, 2007, p. 199). Nesse ambiente virtual, o usuário era, de fato, apenas um usuário das informações disponibilizadas, navegando pelas páginas de maneira passiva, o que mudou com a evolução para a chamada *Web 2.0*, que vive seu ápice nos dias atuais.

A *Web 2.0*, também chamada de *Web Social*, trouxe ao usuário maneiras de não apenas receber informação, mas de ser ativo na produção e compartilhamento de conteúdo, que agora pode ir além do texto e incorporar sons, imagens e vídeos. Como apontam Baeza-Yates e Ribeiro Neto (2013), a *Web 2.0* trouxe a mudança fundamental, que foi a liberdade de publicar sem intermediários.

O'Reilly (2007) define os primeiros conceitos e princípios acerca da *Web 2.0*, dentre os quais podemos apontar: a valorização da inteligência coletiva, a confiança nos usuários como co-desenvolvedores, a portabilidade, a simplicidade das interfaces e baixo custo de *softwares*. O autor, ao definir esses princípios, elenca também uma lista de sítios que pertenciam à chamada *Web 1.0* e outros que evoluíram para o conceito de *Web 2.0*, como se pode verificar no quadro a seguir:

Web 1.0	Web 2.0
<i>Double Click</i>	<i>Google AdSense</i>
<i>Ofoto</i>	<i>Flickr</i>
<i>Akamai</i>	<i>BitTorrent</i>
<i>Mp3.com</i>	<i>Napster</i>
<i>Britannica Online</i>	<i>Wikipedia</i>
<i>Sites pessoais</i>	<i>Blogs</i>
<i>Diretórios (Taxonomia)</i>	<i>Etiquetagem (Folksonomia)</i>

Quadro 5 - *Web 1.0 X Web 2.0* (resumido)

Fonte: O'Reilly (2007, tradução nossa)

O aspecto da interação social é um dos maiores diferenciais entre os sítios elencados na primeira e na segunda coluna da tabela de O'Reilly (2007). Isto torna a *Web 2.0* um canal pelo qual se desenvolvem práticas sociais, culturais, políticas e econômicas. Como afirmam Blattman e Silva:

Trata-se de um espaço interativo, de trocas, de criação e geração, além de armazenamento de informações, tornando-se uma importante ferramenta de colaboração entre os participantes do mundo digital on-line e repercute na vida de bits e átomos. (BLATTMAN e SILVA, 2007, p. 191).

Ainda segundo os autores, o fato da *Web 2.0* apresentar uma plataforma mais aberta e dinâmica torna possível ao usuário criar conexões por meio de interesses em comum representados em comunidades virtuais, as quais podem ser entendidas como as tão influentes redes sociais.

1.2.1. As redes sociais

As redes sociais, antes de serem interpretadas dentro do contexto da Internet, são objetos de estudo de áreas das Ciências Sociais, como a Antropologia e a Sociologia.

Castells (2005) interpreta a atualidade como o tempo da sociedade em rede, principalmente em razão das tecnologias de informação e comunicação disponíveis. A cultura dessa sociedade em rede se estrutura, dentre outros fatores, na troca de mensagens compostas por hipertextos oriundos das redes virtuais. O autor afirma que “na sociedade em rede, a virtualidade é a refundação da realidade através de novas formas de comunicação socializável” (CASTELLS, 2005, p. 24).

Desta forma, o conceito de rede social, definido como um “conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72), passou a ser atribuído a sítios da Internet que se transformam em verdadeiras comunidades ao possibilitar aos seus usuários este tipo de interação social.

Segundo Marteleto (2010), as Ciências Sociais interpretam as redes sociais em dois planos: as primárias, ou densas, advindas das relações cotidianas e espontâneas (família, vizinhança, amigos); e as secundárias, formadas pela atuação coletiva de grupos e movimentos que defendem interesses em comum, partilhando também conhecimentos, informações e experiências orientados para determinados fins.

O comportamento desenvolvido nas redes sociais virtuais permite inferir que nelas se integram o plano primário e secundário das redes sociais em um só ambiente. Talvez seja esta a razão destes tipos de *sítes* terem invadido o cotidiano das pessoas ao redor do mundo, afinal a partir deles se torna possível a comunicação sem fronteiras entre os usuários (redes primárias) e o desenvolvimento de comunidades destinadas ao compartilhamento de interesses ou ideologias em comum (redes secundárias), as quais motivarão o estabelecimento de novos círculos de relacionamento (redes primárias), e vice-versa.

Característica da Web 2.0, a interação social desenvolvida nestas redes sociais virtuais gera um fluxo de informação sem fim. O usuário passa a ter a possibilidade de expor sua opinião e produzir conteúdo por meio de simples postagens que podem ser acrescidas de vídeos, sons e imagens, as quais poderão ser avaliadas, comentadas e compartilhadas por outros usuários mundo afora.

Esta possibilidade de interação gerou movimentos como o ativismo virtual, no qual a Internet passa a ser um grande veículo de manifestações e protestos de cunho político, o que aproximou bastante a discussão política da população em geral. No Brasil, este fenômeno foi evidenciado a partir das manifestações de julho de 2013, quando movimentos representados por *hashtags* como “#VempraRua” e o “#OGiganteAcordou” espalharam-se pelo país, e intensificou-se mais recentemente, após as eleições de 2014, quando o *impeachment* da então Presidente Dilma Rousseff passou a ser cogitado.

As manifestações virtuais referentes a este cenário social e político deflagraram-se sob diversas formas em diversas redes sociais. Textos e notícias eram publicados no Facebook, vídeos eram postados no Youtube e imagens difundiam-se pelo Flickr e Instagram.

Uma vez que este estudo se debruça sobre a representação da informação imagética nas redes sociais no contexto sociopolítico brasileiro referente ao *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, o Flickr e o Instagram se tornam nosso objeto de estudo, fazendo-se necessária, assim, uma breve apresentação das duas redes.

1.2.2. Sobre o Flickr

Lançado em 2004, o Flickr apresenta-se como um aplicativo *online* de compartilhamento e gerenciamento de imagens e, mais recentemente, vídeos. Conforme descrito no próprio sítio, a proposta do Flickr é “ajudar as pessoas a disponibilizar suas fotos para as pessoas que são importantes para elas” (FLICKR, 2016), o que remonta ao plano primário das redes sociais, e “permitir novas maneiras de organizar as fotos e vídeos” (FLICKR, 2016), uma vez que a plataforma torna colaborativo este processo, possibilitando o compartilhamento, por exemplo, da função de atribuir *tags*, também chamadas de etiquetas, às imagens.

Esta característica, baseada na Folksonomia, nosso objeto de estudo, tornou o Flickr um dos sítios pioneiros da *Web 2.0*. Em contraste com as rígidas categorias propostas pelas taxonomias, a livre atribuição de palavras-chave, agora denominadas *tags*, passou a permitir múltiplas e sobrepostas associações de termos, tornando o processo mais humano por se aproximar das associações realizadas pelo próprio cérebro (O'REILLY, 2007).

Ao postar uma imagem no Flickr, além do usuário poder atribuir até 75 *tags* à imagem e poder permitir a outros usuários a atribuição de outras *tags* dentro deste limite, o usuário também faculta ao próprio Flickr a atribuição de *tags* à sua imagem. A plataforma possui um recurso de reconhecimento padrão de imagens que possibilita uma espécie de indexação automática, atribuindo etiquetas bastante genéricas às imagens. Diferenciadas das etiquetas atribuídas pelo próprio autor da foto por conter

apenas um contorno cinza, estas etiquetas automáticas remontam ao nível pré-
iconográfico de Panofsky e ao DE de Shatford, como se pode constatar no exemplo a
seguir:



Figura 1 - Postagem no Flickr

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/142791655@N07/27171617901/in/dateposted-public/>.
Acesso em: 24 maio 2016.



Figura 2 - Etiquetas automáticas do Flickr

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/142791655@N07/27171617901/in/dateposted-public/>.
Acesso em: 24 maio 2016.

Como se pode observar, o Flickr atribui as etiquetas “ao ar livre”, “nuvem” e “céu” à imagem contida na Figura 1, as quais representam elementos primários da imagem, que podem ser enquadrados no DE de Shatford (1986) e no nível pré-
iconográfico de Panofsky (2009). São aspectos concretos da foto, sem qualquer
subjetividade, a qual realmente só pode ser representada quando da indexação
elaborada por seres humanos, pelo menos até então.

Além deste mecanismo, o Flickr oferece um recurso de reconhecimento
automático de câmeras digitais e configurações aplicadas nas mesmas para produção

da foto postada. Este recurso possibilita a representação automática da Dimensão Expressiva de Manini (2002), pois considera a técnica como fator importante na representação e recuperação de imagens. Esta proposta é um diferencial do Flickr, pois permite ao usuário representar a técnica aplicada na elaboração da foto sem que ele mesmo precise ter o conhecimento específico sobre técnica fotográfica, geralmente dominado por fotógrafos profissionais, uma vez que ocorre de forma automática. Assim, a representação correta da dimensão técnica da fotografia não fica restrita aos fotógrafos profissionais, mas a todos os usuários sem distinção, o que otimiza a recuperação de imagens no sítio.

Ao postar a imagem representada na Figura 1, o Flickr reconheceu qual câmera utilizada, *smartphone* no caso, a abertura, distância focal, tempo de exposição, sensibilidade ISO e o uso de *flash*, dentre outras informações recolhidas no campo EXIF (*Exchangeable Image File Format*), conforme ilustrado na figura a seguir:



Figura 3 - Dimensão Expressiva representada no Flickr

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/142791655@N07/27171617901/in/dateposted-public/>. Acesso em 24 maio 2016.

Apesar de reconhecer todos estes aspectos técnicos da imagem, o único que funciona de fato como um metadado ou *tag*, pelo qual é possível desenvolver uma busca, é a câmera. Isto limita a recuperação de imagens com base na Dimensão Expressiva, porém ainda coloca o Flickr em uma posição diferenciada em relação a outros sítios de imagens na Internet.

O Flickr também possibilita a marcação de pessoas, desde que usuárias da rede, e localização nas imagens, aspectos que remontam ao “Quem?” e ao “Onde?”, referentes ao DE de Shatford (1986).

Outro diferencial do Flickr é sua política de direitos autorais, que confere ao usuário a oportunidade de definir a licença de uso de seu interesse para cada uma de suas imagens individualmente a partir de licenças *Creative Commons*². O usuário pode defini-las ao postar uma foto e alterá-las caso ache necessário.

Quanto à organização das imagens, o usuário do Flickr pode organizá-las em álbuns e galerias, bem como compartilhá-las em grupos, os quais ressaltam o caráter de rede social do sítio, uma vez que nestes grupos são partilhados interesses em comum a partir de imagens e fóruns de discussão.

Outras interações que caracterizam o Flickr como uma rede social é a possibilidade de comentar e “favoritar” imagens de outros usuários, bem como “segui-los”, para que sejam recebidas notificações sobre todas as atualizações dos usuários seguidos. Há também o recurso *FlickrMail*, que funciona como um *e-mail* dentro da rede, pelo qual os usuários podem trocar mensagens em conversas privadas.

O Flickr oferece tanto aos usuários cadastrados como aos externos a possibilidade de navegar por diversos recursos. Uma vez que nosso foco neste trabalho é a representação da informação imagética na Internet, destaca-se o recurso Tendências oferecido pelo sítio. Com base nas *tags* mais utilizadas no momento, na semana e em qualquer data, o Flickr expõe tendências de imagens pelas quais o usuário pode navegar, como mostra a Figura 4. Tais tendências foram analisadas por Pato (2015) que, ao estudar as *tags* mais utilizadas de todos os tempos, concluiu que as mesmas privilegiam os ícones, ou seja, os elementos primários, os objetos, ao invés dos símbolos, mais subjetivos, por serem estes os “mais facilmente detectáveis no mundo ou em qualquer imagem figurativa” (PATO, 2015, p. 291).

² As licenças *Creative Commons* oferecem instrumentos jurídicos gratuitos que permitem ao usuário alterar o padrão de “todos os direitos reservados” para “alguns direitos reservados” sob condições de sua escolha (CREATIVE COMMONS, 2016).

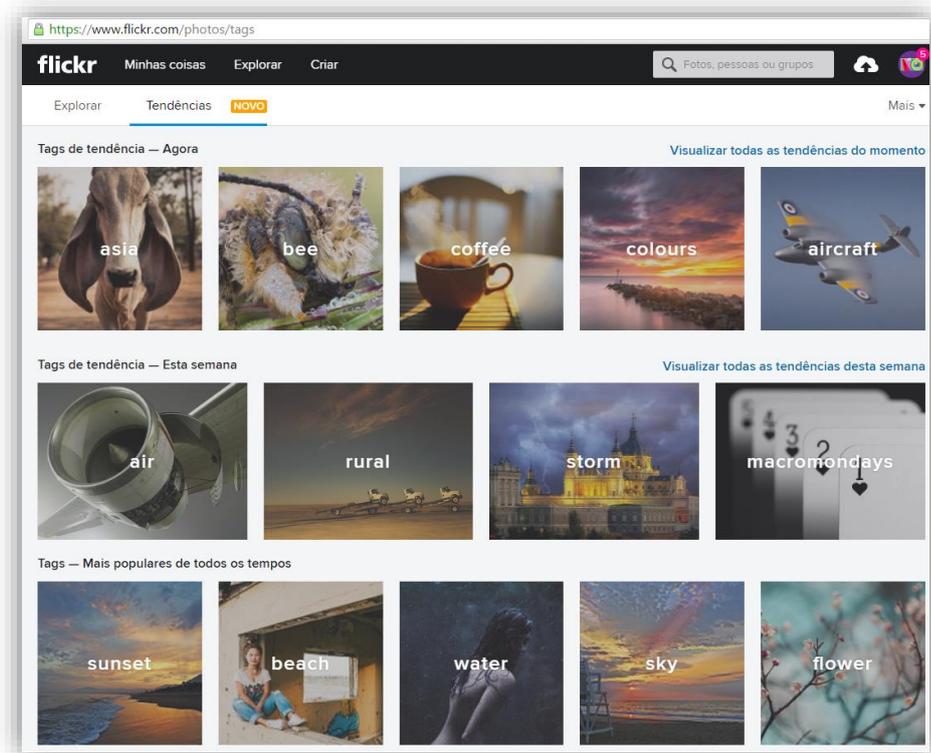


Figura 4 - Tendências do Flickr
 Fonte: <https://www.flickr.com/photos/tags>.
 Acesso em: 25 maio 2016.

No âmbito da Ciência da Informação, o Flickr tem sido estudado por nomes como Brandt (2009), Caldas e Moreira (2012), Guimarães (2012), Melo e Mota (2012), Morigi e Massoni (2014), Oliveira e Vital (2015), Pato (2015), Rodrigues (2010) e Santos (2014), que têm analisado o sítio sob a perspectiva da representação da informação imagética e, logo, da Folksonomia, assim como proposto neste trabalho.

1.2.3. Sobre o Instagram

Em meados de 2010, já em meio à era dos *smartphones*, o Instagram foi lançado como um aplicativo que promovia o compartilhamento de imagens e no qual era possível a adição de filtros (Figura 5) que conferiam um ar *vintage* às postagens, o que se tornou característico na rede.

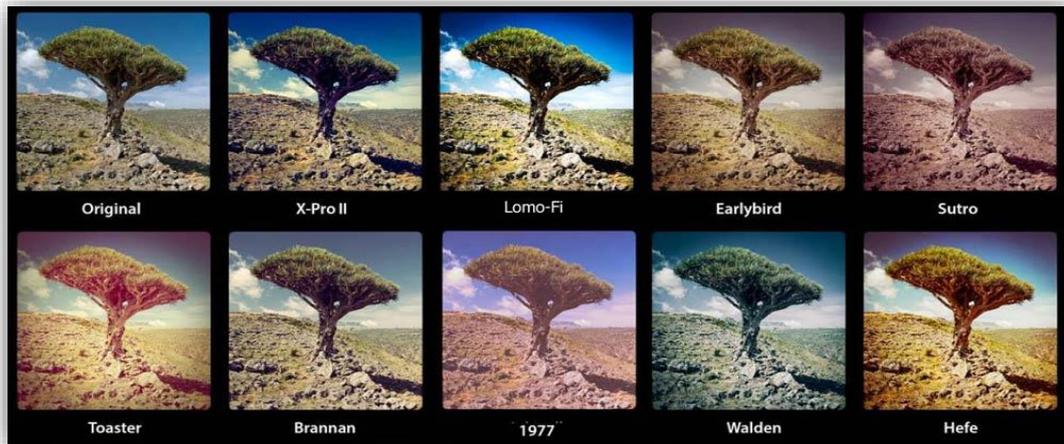


Figura 5 - Filtros do Instagram

Fonte: <http://multticlique.com.br/blog/wp-content/uploads/2013/04/010.jpg>.
Acesso em: 25 maio 2016.

Inicialmente exclusivo para sistemas operacionais IOS, da marca Apple, em 2012 passou a ser compatível com aparelhos Android, o que popularizou ainda mais o aplicativo e o tornou o fenômeno que é hoje, com mais de 40 bilhões de fotos compartilhadas ao redor do mundo (INSTAGRAM, 2016).

Na rede, os usuários passaram a compartilhar fotografias e, mais recentemente, vídeos de cunho artístico e profissional, tão característicos do Flickr, por exemplo. Os usuários passaram a relatar seu dia-a-dia por meio de imagens, seja por uma foto entre amigos em uma festa, seja pela foto de uma bela refeição em um restaurante ou por um simples retrato de si mesmo. O autorretrato, inclusive, popularizou-se com um novo nome por conta de redes como o Instagram: *selfie*.

Este comportamento despertou certa necessidade social de compartilhar todo e qualquer momento bom ou feliz, caso contrário, é quase como se o mesmo não tivesse acontecido. A rede da “felicidade”. Mas deixemos esta discussão para outras áreas do conhecimento, como a Psicologia ou Sociologia.

Ao se cadastrar e postar uma foto no Instagram, além de compartilhá-la com seus seguidores dentro da rede, é possível ao usuário compartilhá-la em outras redes sociais como Facebook, Twitter e até no próprio Flickr.

As interações sociais desenvolvem-se pela possibilidade do usuário seguir outros perfis e receber notificações dos perfis seguidos, “curtir” e comentar imagens

dentro e fora do seu círculo social virtual, além do mais recente mecanismo de troca de mensagens privadas.

No âmbito da Ciência da Informação interessa que a representação das imagens ocorre de maneira similar à do Flickr. É possível marcar nas fotografias pessoas e localizações, bem como adicionar *tags* às mesmas. A grande diferença é que, enquanto no Flickr existe um campo específico para a atribuição de etiquetas, no Instagram as mesmas são colocadas junto à legenda da imagem, diferenciadas do restante do conteúdo textual pelo símbolo de cerquilha “#”, popularmente conhecido como “jogo-da-velha” ou, em inglês, “*hash*”, o que resulta nas chamadas *#hashtags*. Esta configuração faz com que muitos usuários transformem palavras da frase que compõe a legenda em *hashtags* (Figura 6), o que geralmente foge do conteúdo exposto na imagem em si.



Figura 6 - Hashtags no Instagram

Fonte: <http://instagramers.com/wp-content/uploads/2011/01/mi-perfil-con-tags1.jpg>. Acesso em: 25 maio 2016.

A atribuição de etiquetas só ocorre se for do interesse do usuário, pois o Instagram não oferece qualquer mecanismo similar a uma indexação automática, como ocorre no Flickr. Por estas características, entre outras que são estudadas neste trabalho, o Instagram torna-se um objeto de estudo interessante por visivelmente apresentar um comportamento de representação da informação bastante diferenciado e peculiar.

Por se tratar de uma rede ainda recente, o Instagram tem sido objeto de poucos porém crescentes estudos na Ciência da Informação, a maioria deles em nível de graduação, o que faz sentido pelo caráter jovem da própria plataforma, e dentre os

quais podemos citar Barbosa (2015), Cunha, B. (2015), Seco, Santos e Bartalo (2016), Sussai (2014).

1.3. A representação da informação na *Web 2.0*

O advento da Internet trouxe um mundo de possibilidades de disseminação e acesso à informação para a sociedade, o que se intensificou ainda mais com a era da *Web 2.0*. Em contrapartida, trouxe grandes desafios para a representação da informação.

Se em uma biblioteca ou arquivo com um acervo de milhares de obras, sejam elas bibliográficas, fílmicas ou fotográficas, já é uma tarefa complexa representá-las com precisão e especificidade por meio de um tesouro ou catálogo de assunto, pode-se imaginar que estes recursos não suprem as necessidades da Internet, uma “biblioteca” de bilhões de obras bibliográficas, fílmicas e fotográficas, todas misturadas entre si.

Esta realidade gera a concepção de caos informacional com a qual se observa a organização e a representação da informação virtual. Como afirma Lancaster (2004, p. 359), “não parece provável que a situação caótica causada pelo fenômeno ‘cada um será seu próprio editor’ seja reversível”.

Quando se trata da indexação de imagens, a situação torna-se especialmente complicada, pois, além de se considerar os diversos bancos de imagens em que os usuários podem postar suas fotos (RODRIGUES, 2011), como o Flickr e o Instagram, deve-se considerar também que esta massa imagética aumentou exponencialmente em razão da popularização do uso de câmeras digitais, que atualmente se encontram em qualquer aparelho celular *smartphone*.

Para tentar minimizar o caos informacional característico da Internet, diferentes tipos de linguagem têm sido aplicados na representação da informação. Podem ser citadas: as taxonomias, baseadas em categorizações hierárquicas típicas da *Web 1.0*; as ontologias, baseadas em associações entre os termos e os conceitos, parte da ainda em desenvolvimento *Web Semântica*; e as folksonomias, baseadas em listas de palavras ou termos, que, como o próprio nome reflete (*folks* = gente), são características da *Web 2.0*, a *Web Social* (MOREIRO GONZALEZ, 2011).

Uma vez que estamos estudando a indexação de imagens no cenário das redes sociais da *Web 2.0*, torna-se necessário que este estudo se realize sob a perspectiva da Folksonomia. Sendo assim, dedicamo-nos, a seguir, ao estudo desta linguagem.

1.3.1. Folksonomia: a indexação social

O caráter social e colaborativo da *Web 2.0* também se refletiu sobre as maneiras de se representar a informação na Internet. O usuário tornou-se ativo neste processo, passando a atribuir palavras-chave aos conteúdos disponíveis em diversos sítios por conta própria, a partir de seu próprio vocabulário.

Thomas Vander Wal, em 2005, denominou este mecanismo de Folksonomia, um neologismo da palavra “taxonomia”. O prefixo “*folks*”, do inglês, traduzido por “gente” ou “povo”, construiu o termo que pode ser lido como uma “taxonomia do povo”.

Wal (2005) definiu Folksonomia como o resultado da livre etiquetagem pessoal da informação para sua futura recuperação; ou seja, a Folksonomia pode ser entendida como produto da “indexação cooperativa que adota palavras-chave para representar a informação de maneira espontânea e livre” (MOREIRO GONZÁLEZ, 2011, p. 46).

A etiquetagem, do inglês *tagging*, é o processo pelo qual o usuário atribui termos de sua preferência na forma de etiquetas, ou *tags*, para representar um conteúdo *online*, isto é, cada etiqueta carrega um *link* para cada conteúdo que foi representado pelo termo da etiqueta dentro de um sítio.

Ao contrário do que ocorre na indexação tradicional, o usuário não se utiliza de um vocabulário controlado para escolher os termos mais adequados para representar um documento virtual. Trata-se de uma escolha do usuário: livre, espontânea e, por vezes, subjetiva. Destarte, a etiquetagem realiza-se com base na linguagem natural, o que, do ponto de vista documental, pode ser algo problemático.

As características semânticas, as polissemias, as sinonímias e os modos, assim como a expressão das relações complexas e que apresentam um caráter frequentemente mal definido ou incompleto, são obstáculos fundamentais ao emprego documental da linguagem natural ou, pelo menos, tornam-na de uso difícil. (CHAUMIER, 1971, p. 51)

Isto faz com a que a Folksonomia seja comumente referenciada como vocabulário descontrolado. Todavia, o sucesso de sistemas folksonômicos não está baseado necessariamente na organização e coerência informacional e no alto grau de precisão das buscas realizadas, mas na usabilidade e na liberdade de criação envolvida, como comentam Caldas e Moreira (2012).

Wal (2005) denomina como *broad folksonomy* e *narrow folksonomy* os dois tipos de folksonomia existentes. Já Moreiro González (2011) as traduz como genérica (*broad folksonomy*) e específica (*narrow folksonomy*). Para o autor, a folksonomia genérica seria caracterizada pelo cenário em que diferentes usuários etiquetam o mesmo objeto a partir de seu próprio vocabulário, enquanto na folksonomia específica apenas uma ou poucas pessoas podem etiquetar um objeto. Brandt (2009), por sua vez, traduz *broad folksonomy* como folksonomia aberta e *narrow folksonomy* como folksonomia restrita. Segundo a autora, nas folksonomias abertas, o objeto pode receber etiquetas de milhares de usuários diferentes, o que agrega a este tipo de folksonomia a lei da potência e cauda longa, o que significa que muitas etiquetas se repetem, uma vez que muitos usuários utilizam o mesmo termo para descrever determinado objeto, ao mesmo tempo que há muitas etiquetas usadas poucas vezes, compondo, assim, a cauda longa. Assim, a lei da potência permite a identificação de tendências, destacando as etiquetas mais populares, e a cauda longa permite que o objeto seja recuperado por outros usuários que utilizem o mesmo vocabulário minoritário utilizado para o classificar com etiquetas menos populares. Neste tipo de folksonomia ocorre o benefício social e vocabulários interdisciplinares e interculturais podem ser descobertos. Ainda segundo a autora, nas folksonomias restritas, um grupo menor de usuários, muitas vezes um único usuário, produtor do conteúdo, etiqueta um objeto. Este é caso das redes estudadas neste trabalho, Flickr³ e Instagram, nas quais apenas o usuário responsável pela postagem da imagem pode etiquetar suas imagens.

Caracterizada pela ausência de hierarquia, as folksonomias costumam ser representadas pelas chamadas *tag clouds*, ou nuvens de etiquetas (Figura 7), nas

³ No Flickr, o usuário pode optar por permitir a outros usuários adicionarem *tags* à sua imagem; entretanto, como demonstra Coletto (2014), estas não são somadas às *tags* originais, tornando-se apenas parte de um conjunto isolado, inalcançável pela busca. Por esta razão, o Flickr continua sendo considerado como um sítio de folksonomia restrita.

quais constam as etiquetas mais utilizadas, geralmente com destaque tipográfico para as mais populares. Segundo alguns autores, apesar de não haver regra para a escolha do usuário por uma palavra-chave nos sistemas folksonômicos, a *tag cloud* muitas vezes pode implicar uma regra, induzindo o usuário a etiquetar seu conteúdo a partir das *tags* que sobressaem e não necessariamente pela relação representativa entre o termo indicado e o conteúdo representado (CALDAS; MOREIRA, 2012; RODRIGUES, 2011).

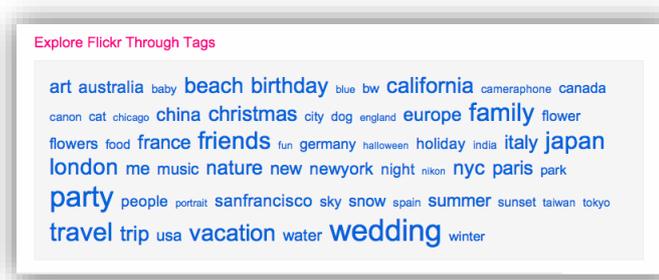


Figura 7 - *Tag cloud* do Flickr de 2007

Fonte: <http://www.formfollowsbehavior.com/wp-content/uploads/2007/03/flickr.png>.

Acesso em: 31 maio 2016.

A Folksonomia como método de representação da informação tem sido uma questão polêmica na visão da Ciência da Informação. Dentre suas vantagens, discute-se a facilidade de uso, mesmo para usuários inexperientes, o que seria difícil com outros sistemas mais complexos de classificação hierárquica; o baixo custo e esforço para implementação; a possibilidade de se acompanhar as tendências entre os usuários de uma comunidade, bem como a inserção de temas emergentes em tempo real; e, principalmente, a garantia de uso e o cunho social e colaborativo que a Folksonomia propõe à representação da informação (ALONSO; ARAÚJO, 2014; BRANDT, 2009; BRANDT; MEDEIROS, 2010; MOREIRO GONZÁLEZ, 2011).

Em contrapartida, diversas desvantagens também têm sido apontadas, como a polissemia, a ambiguidade, a sinonímia, a homonímia, o emprego indistinto de singulares e plurais, a influência de termos da moda, a possibilidade de ressignificação dos termos e conteúdos e a própria ineficiência das ferramentas de busca diante da total falta de controle de vocabulário (BRANDT, 2009; CALDAS; MOREIRA, 2012; COLETTI, 2014; MOREIRO GONZÁLEZ, 2011; MOURA; SILVA; AMORIM, 2002).

Outra complexidade da Folksonomia é o fato que a etiquetagem do usuário pode ocorrer de diferentes formas, por diferentes motivações e, assim, representar diferentes dimensões do conteúdo. Em relação a esta temática, uma das contribuições mais citadas na Ciência da Informação curiosamente vem da Comunicação, mais precisamente do Design, por meio de um estudo de Javier Cañada, realizado em 2006.

A partir de um estudo sobre os sítios Flickr e Delicious, Cañada (2006) buscou analisar as motivações e o benefício social, que se refere principalmente à recuperação da informação, por trás das etiquetas utilizadas para representar conteúdo nos dois sítios. A partir desta análise, constatou certos padrões e estilos de etiquetagem que poderiam ser classificados como: etiquetagem egoísta, etiquetagem amigável, etiquetagem altruísta e etiquetagem populista (Figura 8).

Segundo Cañada (2006), a etiquetagem egoísta seria realizada a fim, e unicamente, da recuperação posterior pelo próprio usuário etiquetador, o que faz com que sejam aplicadas etiquetas que não fazem muito sentido fora do contexto pessoal deste usuário. O autor cita como exemplos *tags* como “para ler” e “para Juan”, bem como *tags* mais genéricas, como “trabalho” e “férias”, que, mesmo tendo sido pensadas para a própria recuperação do usuário etiquetador, podem apresentar algum benefício social, no caso, para a recuperação de outros usuários que buscam por *tags* e conteúdos mais genéricos. Assim, a etiquetagem egoísta apresentaria benefício social variável, sendo baixo quando o usuário se utiliza de termos mais pessoais, os quais causam ruído na busca; e médio, quando o usuário tem maior intenção de organizar seus conteúdos e, por isso, utiliza-se de termos mais representativos e genéricos. Como se trata, nos dois casos, de organizar a informação para si mesmo, a motivação do usuário é alta neste padrão de etiquetagem.

A etiquetagem amigável, por sua vez, ocorre quando a intenção do usuário é compartilhar um conteúdo dentro de seu círculo social, seja entre familiares, amigos ou grupo dentro do qual se compartilha interesses em comum. Destarte, são utilizadas etiquetas “internas” ao círculo, representando um consenso de significação dentro do mesmo e pouco significado se externas ao mesmo. Cañada (2006) afirma que este estilo de etiquetagem tem benefício social alto, principalmente para grupos pequenos, e a motivação é igualmente alta, pois reforça o sentimento de comunidade dentro de

um grupo. No caso do contexto sociopolítico estudado neste trabalho, por exemplo, *tags* como “não vai ter golpe” ou “*impeachment* já”, se aplicadas a conteúdos, respectivamente, contra e a favor do *impeachment*, refletem o estilo de etiquetagem amigável, uma vez que são internas aos grupos a favor e contra o governo de Dilma Rousseff e refletem os interesses internos a cada grupo, reforçando o sentimento de comunidade dentro de cada um.

Na real intenção de se compartilhar um conteúdo com o resto do mundo se desenvolve a chamada etiquetagem altruísta. As etiquetas deste estilo são de caráter mais descritivo e representativo do conteúdo, uma vez que o objetivo da etiquetagem é a recuperação por outros usuários. Isto agrega a este estilo um benefício social alto, pois é o que mais contribui para a recuperação da informação. Em contrapartida, a motivação do usuário na etiquetagem altruísta é baixa, uma vez que a etiquetagem exige um maior esforço intelectual e se torna muito mais trabalhosa. Segundo Rodrigues (2010, p. 42), “a motivação para este tipo surge da alta relação do usuário com o conteúdo que disponibiliza”.

Por fim, a etiquetagem populista é realizada na intenção de tornar um conteúdo mais atrativo e obter mais acessos, representando o mesmo por etiquetas populares que não têm relação direta com o conteúdo em si. Neste estilo o benefício social é praticamente nulo, uma vez que agrega termos inúteis para a navegação e recuperação. A motivação do usuário, porém, é alta, uma vez que neste padrão de etiquetagem se busca evidentemente benefício próprio, no caso, o de obter mais acessos. As *tag clouds* podem funcionar como fontes para este estilo de etiquetagem.

Para ilustrar melhor cada estilo de etiqueta, indexaremos a imagem a seguir de acordo com a proposta de Cañada.



Figura 8 - Exemplo para etiquetagem proposta por Cañada (2006)
Fonte: da autora.

Seguem possíveis etiquetas de acordo com os estilos de Cañada (2006):

- Etiquetagem egoísta: “hora do estágio”, “cheguei”, “cam”;
- Etiquetagem amigável: “Niemeyer”; “Brasília moderna”;
- Etiquetagem altruísta: “Congresso Nacional”; “Brasília”; “arquitetura”;
- Etiquetagem populista: “top”, “troco likes”, “foto do dia”.

Cañada (2006) acrescenta que estes são estilos de etiquetagem e não de etiquetador. Um usuário provavelmente aplicará etiquetas de mais de um tipo ao representar um conteúdo, a depender do momento e, principalmente, do objeto a ser etiquetado. “O estilo pode ser fruto de um esforço consciente e voluntário (etiquetagem altruísta, etiquetagem populista) ou venha a surgir de forma mais natural (etiquetagem egoísta, etiquetagem populista)” (CANÃDA, 2006, *online*, tradução nossa).

Por meio da análise destes estilos de etiquetagem, pode-se detectar padrões que predominam em diferentes sistemas e que influenciam na forma como os mesmos funcionam. Na intenção de analisar as folksonomias dentro das redes sociais Flickr e Instagram, como propõe este trabalho, torna-se fundamental um estudo sobre os padrões de etiquetagem de ambas as redes. Para isso, a contribuição de Cañada (2006) serve como base para o desenvolvimento de nossa pesquisa.

1.4. Folksonomia, imagem e memória

A informação, como estado, não é permanente. Quando acessada, é assimilada, interpretada, ressignificada e absorvida sob o exercício do pensamento do usuário, transformando-se, assim, em conhecimento. Este processo é extremamente subjetivo e individual, a depender dos conhecimentos e impressões que o usuário já carrega em si por toda a vida, que o farão interpretar a informação de tal maneira que o conhecimento resultante pode ser totalmente diferente do conhecimento de outro usuário que acessou a mesma informação. Estes conhecimentos podem ser considerados memórias, afinal, para assimilar a informação, buscamos outros conhecimentos, mesmo que inconscientemente, em nossas memórias, que se relacionam com a informação analisada para que tiremos alguma conclusão a respeito e a absorvamos, integrando, assim, uma nova memória. Nas palavras de Le Goff (1990, p. 366):

A memória, como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas.

Desta forma, a memória dá-se por um conjunto de relações que, segundo Halbwachs (2006), tratam-se de relações sociais, uma vez que os indivíduos estão em constante socialização desde o nascimento e, assim, formam impressões não somente apoiados em sua memória, mas também na memória dos outros, a depender principalmente do envolvimento do indivíduo com o momento a ser rememorado. Para o autor, então, toda memória seria coletiva, podendo ser individual apenas o ponto de vista sobre o fato.

Embora a relação entre informação e memória não dependa da natureza do suporte em que a primeira se deposita, a informação imagética parece ter uma relação diferenciada com a construção da memória. Primeiramente por ser muito natural a associação de lembranças a imagens mentais. “A memória é, por si só, uma espécie de imagem; certamente não uma fotografia, mas um desenho, que esboçamos na mente, de maneira tímida e que pode, sim, completar-se na visualização de uma fotografia”. (MANINI, 2011, p. 80). Assim, a imagem fotográfica multiplicou e democratizou a memória, dando-lhe uma precisão e uma verdade visuais nunca antes

atingidas, o que tornou possível a guarda e a preservação da memória do tempo e da evolução cronológica (LE GOFF, 1990).

Estas características fizeram com que a imagem fotográfica passasse a ser considerada como documento, fonte de informação para a construção da história. A análise de alguns registros fotográficos permite a reconstituição da história cultural de grupos sociais, bem como um melhor entendimento dos processos de mudança social (BITTENCOURT, 1998). Estes aspectos permitem considerar a imagem fotográfica como um potencializador da memória coletiva.

A sociedade caminha na direção de um mundo acrescido de memórias coletivas (LE GOFF, 1990). Na era da *Web 2.0*, em que o objetivo é proporcionar uma Internet cada vez mais colaborativa e social, uma infinidade de ambientes sociais virtuais surge e, com base no compartilhamento de interesses, pensamentos, opiniões e ideologias, são construídas novas memórias coletivas.

Por meio da Folksonomia, por exemplo, as *tags* publicadas compartilham a memória daquilo que foi visitado por vários usuários (AQUINO, 2007). Desta forma, as *tags* representam uma interconexão entre os usuários que

[...] movimenta o conteúdo da memória disponível nos sistemas e que se configura como coletiva a partir das atividades dos usuários, que com o auxílio dos sistemas, constroem, modificam e atualizam essa memória através da folksonomia. (AQUINO, 2008, p. 316)

Apesar do foco deste trabalho não ser a memória coletiva nas redes sociais de imagens, esta temática precisa ser considerada, principalmente em se tratando de um contexto sociopolítico histórico como o processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff. As intensas manifestações virtuais precisam ser analisadas sob este prisma, pois as imagens e *tags* compartilhadas pelos grupos a favor e contra o impedimento de Dilma construíram não apenas as memórias coletivas destes grupos, mas a história de um ainda grupo maior: o Brasil.

2. METODOLOGIA

A pesquisa desenvolvida neste trabalho se caracteriza como um estudo de caso, que, para Santos (2009, p. 194), define-se como um “estudo que analisa com profundidade um ou poucos fatos, com vistas à obtenção de um grande conhecimento com riqueza de detalhes do objeto estudado”. Os objetos de estudo são as redes Flickr e Instagram sob a perspectiva da Folksonomia na indexação de imagens, voltando-se para o momento de crise sociopolítica vivido no Brasil no primeiro semestre de 2016 em decorrência do processo de *impeachment* contra a presidente Dilma Rousseff.

Com base na revisão de literatura da seção anterior, foram aplicadas a este estudo de caso as teorias de Manini (2002) e Panofsky (2009) à respeito da representação da informação imagética, em paralelo com a teoria de Cañada (2006), voltada para a Folksonomia como método de representação da informação. Os níveis de conteúdo da imagem de Panofsky (2009) e a Dimensão Expressiva de Manini (2009) nos permitiram uma análise completa das imagens levantadas, as quais também foram analisadas pelas etiquetas que as representam por meio dos estilos de etiquetagem de Cañada (2006). Desta forma, além de identificarmos padrões de etiquetagem no Flickr e no Instagram relativos ao momento sociopolítico do *impeachment*, foi possível constatar em quais estilos de etiquetagem os níveis pré-iconográfico, iconográfico e iconológico e a Dimensão Expressiva predominam, o que nos proporciona uma nova perspectiva a respeito da Folksonomia na indexação de imagens.

Para que todas estas variáveis fossem analisadas, foi elaborada uma grade de análise que permitisse a classificação das etiquetas de acordo com as variáveis referentes à imagem e à etiquetagem simultaneamente, possibilitando tanto a análise qualitativa como quantitativa para atingir os objetivos propostos. No intuito de tornar isto possível, a grade se estrutura em uma tabela cruzada que permite justamente o estabelecimento desta relação entre as variáveis, as quais se baseiam, no que se refere à análise completa da imagem, nos níveis de compreensão de Panofsky (2009) e na Dimensão Expressiva de Manini (2002) e, no que se refere à etiquetagem, nos estilos de Cañada (2006). A seguir, apresenta-se a grade de análise proposta para realização do estudo de caso:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico				
Dimensão Expressiva				

Quadro 6 - Grade aplicada ao estudo de caso
Fonte: da autora

A partir desta grade foi possível coletar dados qualitativos ao classificar cada etiqueta de acordo com os conceitos de cada variável, já apresentados e discutidos na revisão de literatura, como também coletar dados quantitativos ao identificarmos a quantidade de etiquetas classificadas de acordo com cada variável para, assim, constatar os padrões de etiquetagem de cada rede pesquisada.

Sendo assim, esta pesquisa também se caracteriza como qualitativa e quantitativa ou, como designa Michel (2009, p. 39), “qualiquanti”, que, segundo a autora, trata-se de uma pesquisa que “quantifica e percentualiza opiniões, submetendo seus resultados a uma análise crítica qualitativa”.

2.1. Caracterização da pesquisa

Para a realização deste estudo de caso, foram propostas 2 etiquetas relativas ao momento sociopolítico do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, as quais foram aplicadas na busca no Flickr e no Instagram. As etiquetas propostas foram: “Dilma” e “*impeachment*”. A escolha das *tags* se deu pela intenção de se traduzir o principal assunto do momento sociopolítico em questão – *impeachment* da presidente Dilma Rousseff – em termos representativos e específicos. Na escolha também se buscou definir termos que poderiam ser considerados em uma indexação realizada conforme a base metodológica que levantamos na revisão de literatura. O termo “Dilma” responde à questão “Quem?” e o termo “*impeachment*” responde ao SOBRE de Shatford (1986).

A partir da busca com as duas etiquetas, foram levantadas as 5 imagens mais recentes postadas em perfis públicos em ambas as redes, de acordo com critérios que serão elencados na próxima subseção.

Levantadas as imagens, as etiquetas que indexam cada uma delas foram analisadas e classificadas conforme a grade proposta que inter-relaciona os níveis de conteúdo das imagens de Panofsky (2009), a Dimensão Expressiva de Manini (2002) e os estilos de etiquetagem de Cañada (2006).

Classificadas as etiquetas do total das 20 imagens levantadas nas duas redes, as etiquetas foram quantificadas de acordo com cada variável para que, assim, fosse possível constatar os padrões de etiquetagem de cada rede e as possíveis relações entre as variáveis.

Com base nestas constatações, tornou-se possível estabelecer as relações dos padrões de etiquetagem com a construção da memória coletiva relativa ao momento social e histórico vivido pelos brasileiros dentro e fora das postagens da Internet. Halbwachs (2006) considera o envolvimento um fator importante a construção e evocação da memória. Este envolvimento se relaciona ao interesse depositado naquele momento. Destarte, poderíamos relacionar este envolvimento, este interesse, à motivação, assim como nos estilos de etiquetagem de Cañada (2006). Se há interesse em um momento, há motivação para se inserir neste momento de maneira mais aprofundada, ou seja, há envolvimento. A partir desta relação, analisamos a construção da memória coletiva pela etiquetagem de imagens a partir dos estilos de etiquetagem com motivação mais elevada, verificando se estes são predominantes nos padrões de etiquetagem identificados.

2.2. Critérios para pesquisa

Os objetos de estudo desta pesquisa são os sítios Flickr e Instagram. Apesar de ambos oferecerem atualmente a possibilidade de se postar vídeos, estes não foram considerados, afinal o foco desta pesquisa é a imagem fotográfica.

Conforme oferecido pelas ferramentas de busca de ambos os sítios, as etiquetas propostas foram pesquisadas em campo específico de busca por *tags*.

A busca foi realizada visando a recuperação das imagens mais recentes etiquetadas com as *tags* propostas, “Dilma” e “*impeachment*”, até o dia 19 de maio de 2016, data da coleta de dados e data em que, a propósito, o processo de *impeachment* já havia sido aprovado pelo Congresso e Dilma Rousseff se encontrava afastada da presidência, tendo assumido em seu lugar o vice-presidente Michel Temer⁴.

Uma das razões da definição da busca pelas imagens mais recentes é o fato do Instagram não possuir qualquer mecanismo para refinar a busca por *tags*. Ao pesquisar por uma etiqueta no Instagram, os resultados surgem como uma linha do tempo vertical dividida em: principais publicações – oriunda de postagens e perfis populares; e publicações mais recentes, que de fato atualizam as postagens mais recentes em tempo real (Figura 9). O Flickr, em contrapartida, conta com uma ferramenta de busca que permite refinar a pesquisa de diversas maneiras, incluindo pelas postagens mais recentes, que no sítio são organizadas pela “data de *upload*” (Figura 10).

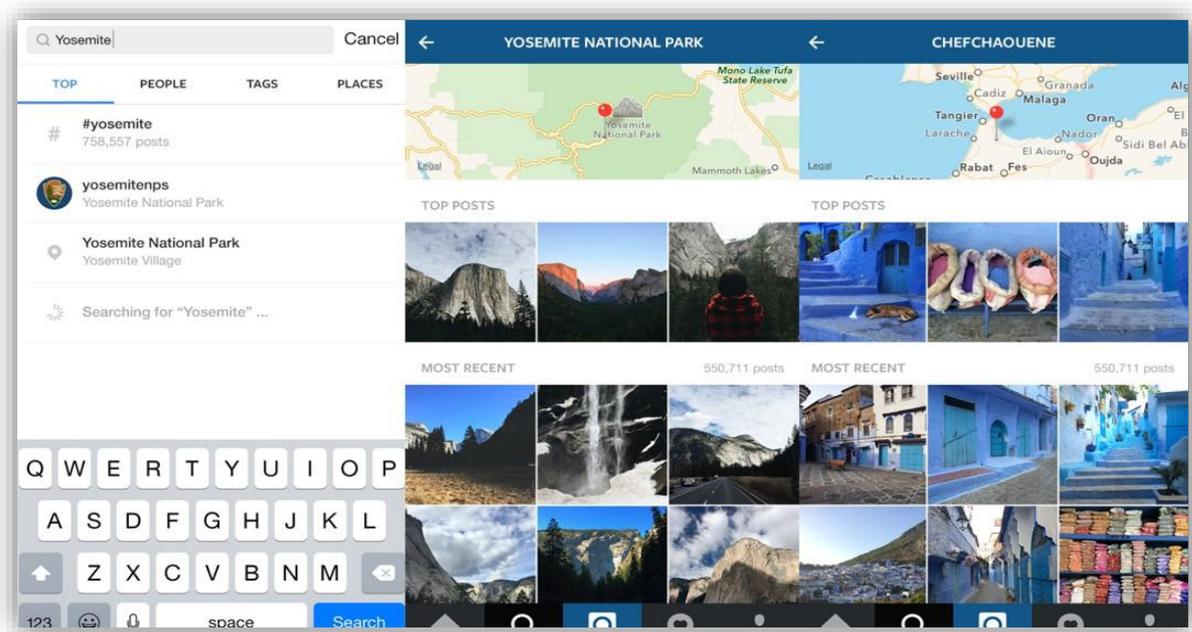


Figura 9 - Ferramenta de busca do Instagram

Fonte: <http://assets.b9.com.br/wp-content/uploads/2015/06/instagram-busca-renovada-1060x596.jpg>.

Acesso em: 02 jun. 2016.

⁴ O Senado, última instância para abertura do processo de impedimento da presidência, votou a favor da abertura do mesmo no dia 12 de maio de 2016, data em que o então vice-presidente, Michel Temer, assumiu interinamente a presidência do Brasil.

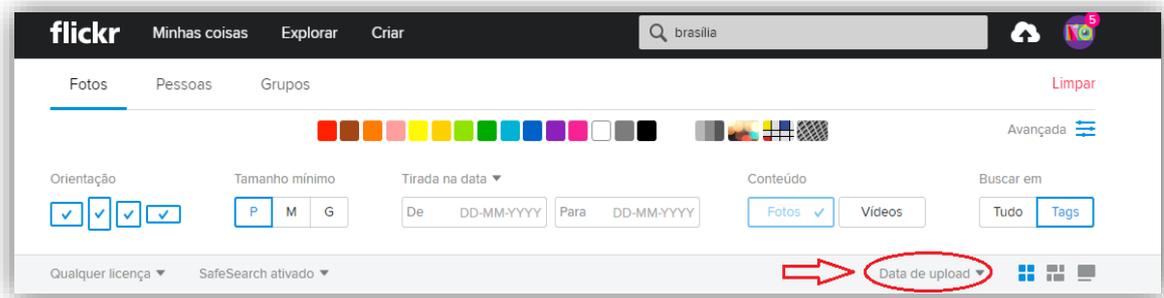


Figura 10 - Ferramenta de busca do Flickr
 Fonte: <https://www.flickr.com/search/?sort=date-posted-desc&tags=bras%C3%ADlia&media=photos>.
 Acesso em: 02 jun. 2016.

Para analisar os resultados e definir as 20 imagens para compor a amostra da pesquisa, não foram consideradas:

- Imagens de natureza não fotográfica, como *memes*⁵, manchetes de notícias, charges, tirinhas, entre outras;
- Imagens postadas por perfis institucionais e jornalísticos, em razão da possibilidade destas entidades possuírem algum tipo de política de indexação ou até mesmo um vocabulário controlado para indexação de suas imagens, o que foge à nossa abordagem uma vez que a intenção da pesquisa é conhecer os padrões de etiquetagem a partir do comportamento espontâneo do usuário comum;
- Imagens postadas por perfis de políticos e partidos políticos, uma vez que esta pesquisa preza por uma postura neutra em relação ao debate político instaurado;
- Imagens indexadas com menos de 3 etiquetas, uma vez que não nos forneceriam dados suficientes para estabelecer um padrão;
- Imagens com qualquer conteúdo ofensivo, obsceno ou contendo mensagens de ódio, seja por meio da própria imagem ou por meio das etiquetas;
- Etiquetas aplicadas pelo próprio sistema, como ocorre no Flickr;

⁵ Memes são compreendidos como palavras, imagens, fotos, bordões, desenhos, entre outros, que se multiplicam e se espalham a partir da cópia e imitação nos ambientes virtuais (SOUZA, 2014).

- Mais de uma imagem por um mesmo usuário, uma vez que nossa amostra é modesta e deve prezar, então, pela heterogeneidade.

Etiquetas com termos em idiomas diferentes do português foram classificados de acordo com seu significado traduzido.

A classificação das etiquetas se desenvolveu unicamente a partir da análise das imagens e das informações disponibilizadas nas postagens. Em alguns casos, os quais serão explicitados no estudo de caso, foram consideradas informações complementares presentes nas legendas, descrições e dados EXIF, no caso do Flickr.

De acordo com a base teórica desenvolvida na revisão de literatura, a classificação nas variáveis da grade foi realizada conforme os seguintes critérios:

- Nível pré-iconográfico: etiquetas que identificam objetos ou características visuais primárias da imagem;
- Nível iconográfico: etiquetas que reconhecem os objetos visuais através de ligações entre os mesmos e também com assuntos reconhecidos por quem a analisa;
- Nível iconológico: etiquetas que representam sentidos e significados intrínsecos à imagem, aproximando-se do que se interpreta como seu conteúdo, baseando-se na conexão do contexto que a circunda com o contexto de quem a analisa;
- Dimensão Expressiva: etiquetas que representem características técnicas ou referentes, de maneira geral, à produção e composição fotográfica;
- Etiquetagem egoísta: etiquetas que se apresentam insuficientes para compreensão fora do contexto do próprio usuário etiquetador, possuindo pouca ou nenhuma relação representativa direta com a imagem e transitando pelos extremos de uma etiquetagem muito genérica ou excessivamente específica;
- Etiquetagem amigável: etiquetas que implicam o compartilhamento de interesses, opiniões e pensamentos em comum, bem como de informações internas a um círculo social de usuários das redes por meio

de uma espécie de consenso interno de significação que se sustenta por algum nível de relação representativa com a imagem;

- Etiqueta altruísta: etiquetas que, de fato, descrevem ou representam a imagem com base em seus aspectos visuais, contextuais ou técnicos, tornando-se úteis na otimização da busca e recuperação da respectiva imagem;
- Etiqueta populista: etiquetas que não apresentam relação representativa com a imagem e que são reconhecidas por sua popularidade, o que implica a intenção do usuário de atrair acessos à imagem.

Outro fator sobre o qual foi necessário estabelecer critérios foi a respeito da etiquetagem de termos compostos do Flickr. O sítio separa uma etiqueta da outra na entrada por meio do espaço e não da vírgula, traço, ponto, entre outros, como ocorre em outros sítios. Isto faz com que sejam observadas diversas etiquetas que, provavelmente, deveriam compor uma apenas. A este respeito, podemos citar um exemplo levantado na própria pesquisa: uma imagem estava etiquetada com as *tags* “rio”, “de” e “janeiro”, as quais sequer fazem sentido separadamente, principalmente no caso da imagem que retratava um lugar do Rio de Janeiro. Em casos como este, consideramos as etiquetas como se fossem uma só, pela ideia que representam e para que seja possível prosseguir com a análise de maneira coerente, uma vez que nossa pesquisa se debruça mais sobre a perspectiva do uso do que pela perspectiva do sistema.

Um último critério que precisou ser levado em conta foi referente aos direitos autorais das imagens. Ao contrário do que acontece no Instagram, o Flickr permite ao usuário a definição dos direitos autorais de suas imagens por meio de licenças *Creative Commons*. Talvez pelo real desejo de reservar todos os direitos da imagem, ou talvez pelo simples fato desta ser a marcação de direitos automática do Flickr, que muitas vezes pode fugir aos olhos do usuário, muitas das imagens levantadas tinham todos os direitos reservados. Para contornar este problema, os usuários responsáveis por tais imagens foram contatados por meio do FlickrMail para ceder ou não o direito de uso de suas imagens para esta pesquisa. Sendo assim, todas as imagens elencadas neste trabalho que possuíam a marcação de “Todos os direitos reservados” no Flickr foram autorizadas por seus criadores a serem utilizadas na pesquisa.

3. ESTUDO DE CASO

Como descrito na metodologia, no dia 19 de maio de 2016 efetuamos a busca pelas etiquetas “Dilma” e “*impeachment*” no Flickr e no Instagram, respectivamente, visando a recuperar e analisar os 5 resultados mais recentes para cada etiqueta em cada rede. Foram analisadas 10 imagens para cada etiqueta e 10 imagens para cada rede, totalizando uma amostra de 20 imagens. A análise desenvolveu-se com base na grade elaborada a partir dos níveis de conteúdo da imagem de Panofsky (2009), da Dimensão Expressiva de Manini (2002) e dos estilos de etiquetagem de Cañada (2006).

3.1. Análise dos dados: Flickr

Primeiramente, foi realizada a busca no Flickr pelas *tags* “Dilma” e “*impeachment*”, respectivamente, a qual recuperou as imagens e *tags* apresentadas e analisadas a seguir.

3.1.1. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 1

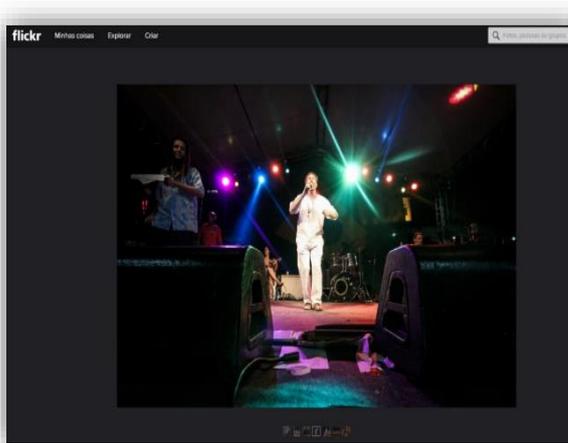


Figura 11 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 1

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/nathaliagregory/27079597815/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 12 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 1 – etiquetas

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/nathaliagregory/27079597815/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.

Para a análise de algumas etiquetas desta imagem, foi necessário recorrer à legenda “Jornada Pela Democracia | 31/03/2016 | Rio de Janeiro RJ”, e à descrição “Local: Carioca”.

No nível iconográfico de compreensão da imagem foram classificadas as etiquetas “carioca”, “brasil” e “jovem”. De acordo com informações da descrição da imagem, a etiqueta “carioca” se refere ao local em que o evento fotografado se realizou, o qual pode ser reconhecido por quem frequenta pela disposição e composição do palco e do espaço. Por esta razão a etiqueta será classificada como amigável. Já a etiqueta “brasil” se relaciona visualmente com a bandeira do Brasil ao fundo da imagem, constatação que depende do reconhecimento dos elementos da bandeira para compreendê-la como bandeira do Brasil e relacioná-la com a etiqueta. Por se tratar de uma imagem que faz referência a um evento de manifestação social e política do país, a *tag* “brasil” é útil para a recuperação. Desta forma, consideraremos a etiquetagem altruísta.

Já no nível iconológico de compreensão da imagem foram classificadas as etiquetas “rj”, “rio de janeiro”, “jovem cerebral”, “golpe”, “dilma”, “pt”, “temer”, “cunha”, “renuncia” e “lindbergh”. As duas primeiras caracterizam o estado da federação em que aconteceu o evento registrado, ou seja, uma informação intrínseca à imagem que a circunda como cenário, mesmo não estando de fato representada visualmente em qualquer elemento da imagem. Por representar o estado onde se realizou um evento de cunho sociopolítico no Brasil, acreditamos que a etiqueta é útil para a recuperação, configurando uma etiquetagem altruísta, assim como a etiqueta “brasil”. Já a etiqueta “jovem cerebral”, considerada como uma única etiqueta, não nos permite uma associação clara destes termos com elementos da imagem, principalmente observando de fora do contexto do evento. Depreende-se, então, que essa etiqueta se baseia em alguma associação feita pelo usuário criador da foto e que, por registrar um evento, possivelmente deve ser compreendida pelos participantes envolvidos, caracterizando uma etiquetagem amigável. Intitulado “Jornada pela Democracia”, percebe-se que o evento tem um posicionamento pró-governo, uma vez que, sob esta perspectiva, o *impeachment* seria um golpe contra Dilma. Por esta razão, a etiqueta “golpe” foi classificada como amigável e “Dilma” foi classificada como altruísta, afinal embasa todo o contexto da fotografia. Por fim, apesar de sabermos que o evento se dedicou ao debate político provocado pelo *impeachment*, não há qualquer elemento

na imagem, legenda e descrição que se refira a outros personagens envolvidos ou perspectivas partidárias. Por esta razão, as etiquetas “temer”, “cunha”, “renuncia” e “lindbergh” e “pt” foram consideradas populistas.

Feita a análise, as etiquetas foram classificadas na grade da seguinte forma:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico		“carioca”	“brasil”	
Nível iconológico		“jovem cerebral”, “golpe”	“rj”, “rio de janeiro”, “dilma”	“temer”, “cunha”, “renuncia”, “lindbergh”, “pt”
Dimensão Expressiva				

3.1.2. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 2

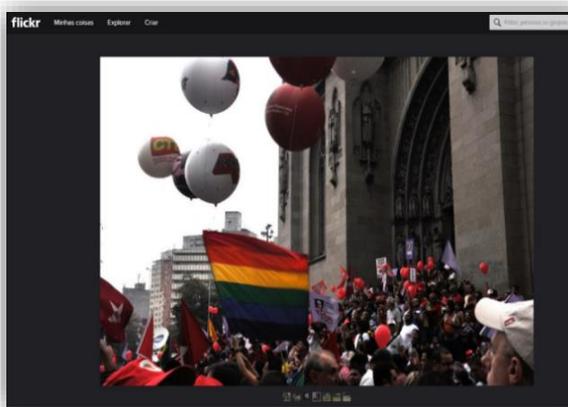


Figura 13 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 2

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/guilhermeguerraoc/26888200442/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 14 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 2 – etiquetas

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/guilhermeguerraoc/26888200442/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.

No nível iconográfico da imagem foram classificadas as etiquetas “dilma rousseff”, “partido dos trabalhadores”, “pt” e “sé”. A etiqueta “dilma rousseff” reconhece o desenho estampado em vários cartazes com o rosto da presidente, desenho este

muito familiar aos brasileiros por ter sido utilizado em sua campanha eleitoral. O mesmo ocorre com as etiquetas “partido dos trabalhadores” e “pt”, que reconhecem o partido da presidente estampado em algumas bandeiras fotografadas. Já quanto a etiqueta “sé”, esta reconhece a fachada da igreja em que os manifestantes se localizam, a famosa Catedral da Sé.

Já as etiquetas “são paulo” e “brazil”, foram classificadas no nível iconológico, uma vez que refletem a associação da Catedral da Sé com a cidade e país em que se localiza, bem como a conexão da manifestação registrada com o contexto sociopolítico brasileiro.

Pelo alto índice de reconhecimento das etiquetas em elementos da imagem e seu contexto, o que confere muito valor para a recuperação, todas as etiquetas foram classificadas como altruístas.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico			“dilma roussef”, “partido dos trabalhadores”, “pt”, “sé”	
Nível iconológico			“brazil”, “são paulo”,	“
Dimensão Expressiva				

3.1.3. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 3



Figura 15 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 3

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/andrefelipec-arvalho/26795759065/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016



Figura 16 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 3 - etiquetas

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/andrefelipec-arvalho/26795759065/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.

Na imagem em questão, as *tags* “*Olympic*” e “*games*” foram analisadas como uma única *tag* pois sua tradução compõe o termo composto “Jogos olímpicos”, provavelmente o termo idealizado pelo usuário e que, em relação à imagem, não revelam sentido se considerados separadamente.

Destarte, as etiquetas “*Olympic games*”, “*Olimpíadas*”, “*Brasil*”, “*Impeachment*” e “*Dilma Roussef*” representam conteúdos visualmente expressos na imagem, uma vez que se trata do registro de uma manifestação pró-*impeachment* na chegada da tocha olímpica ao Brasil, que sediará os jogos olímpicos de 2016, em meio à crise social e política. Estas etiquetas foram consideradas representativas do nível iconográfico da imagem e do estilo altruísta de etiquetagem.

A etiqueta “2016”, porém, foi considerada representante do nível iconológico da imagem, afinal traz uma informação que transcende os elementos visuais da imagem, dependendo do conhecimento do contexto. Foi considerada igualmente uma etiqueta altruísta, afinal representa o ano em que todos os eventos que compõem o contexto da imagem se desenvolvem.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico				
Nível iconográfico			“Olympic games”, “Olimpíadas”, “Brasil”, “Impeachment”, “Dilma Rousef”	
Nível iconológico			“2016”	
Dimensão Expressiva				

3.1.4. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 4

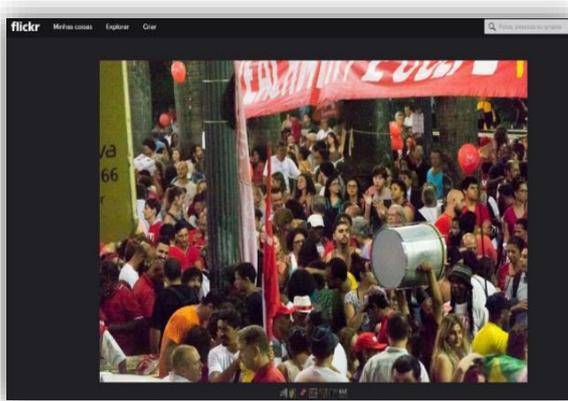


Figura 17 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 4 - etiquetas

Fonte:

https://www.flickr.com/photos/artur_fotos/26097994132/in/dateposted/.

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 18 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 4 – tags

Fonte:

https://www.flickr.com/photos/artur_fotos/26097994132/in/dateposted/.

Acesso em: 19 maio 2016.

A imagem em questão, com a legenda “Não vai ter golpe”, representa uma manifestação contra o *impeachment*, o que se pode inferir pelas frases em alguns balões e pela própria cor vermelha, que simboliza os movimentos de esquerda e o próprio partido político da presidente Dilma Rousseff, cor esta que é predominante entre as pessoas e faixas. Estas são constatações que se restringem ao contexto

intrínseco à imagem, afinal não há qualquer elemento como cartazes ou faixas com a palavra *impeachment*, nem com o símbolo do Partido dos Trabalhadores (PT), entre outros. Por esta razão, todas as etiquetas representam o nível iconológico da imagem.

No caso das etiquetas “*impeachment*” e “impitimam”, a intenção de se promover a futura recuperação da imagem é visível, afinal, além de representar o assunto da imagem, o usuário ainda propôs uma etiqueta com a escrita incorreta, porém popular, do termo, “impitimam”, que acaba funcionando como uma espécie de remissiva, o que ressalta a preocupação de que a imagem seja recuperada pela maior quantidade possível de usuários que busquem pelo assunto. São etiquetas altruístas. A etiqueta “Dilma” também foi considerada altruísta pelo fato de toda a manifestação registrada na fotografia ser em apoio da presidente, o que faz desta etiqueta uma informação importante para a contextualização da imagem e para a própria recuperação.

A etiqueta “golpe”, oriunda da expressão “Não vai ter golpe”, presente em diversos balões da imagem e na própria legenda, será considerada como uma etiqueta amigável. Isto porque o termo “golpe”, individualmente, só é relacionado à expressão do *impeachment* “Não vai ter golpe” por aqueles que estão inseridos neste contexto, mais precisamente por aqueles que foram contra o processo do impedimento e definiram em consenso a expressão como palavra de ordem.

As demais etiquetas “Lula”, “PT” e “Globo” foram categorizadas como etiquetas populistas, pois não há menção nem representação direta, de maneira alguma, a estes personagens na imagem.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico		“golpe”	“ <i>impeachment</i> ”, “impitimam”, “Dilma”	“Lula”, “PT”, “Globo”
Dimensão Expressiva				

3.1.5. Flickr - Etiqueta “Dilma”: imagem 5



Figura 19 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 5

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/isaacribeiro/25964276421/in/dateposted/>

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 20 - Etiqueta "Dilma" (Flickr):
imagem 5 – etiquetas

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/isaacribeiro/25964276421/in/dateposted/>

Acesso: 19 maio 2016.

De acordo com a análise da imagem, as etiquetas “Dilma”, “Dilma Rousseff”, “Lula”, “Partido dos Trabalhadores”, “manifestações”, “protestos” e “movimentos sociais” foram classificadas como representantes do nível iconográfico da imagem. As quatro primeiras são objetivas e descritivas, pois apontam para elementos visuais concretos na imagem reconhecíveis dentro do contexto sociopolítico geral, o que confere às etiquetas o estilo altruísta. A preocupação com a recuperação da imagem fica ainda mais estampada ao analisarmos o fato do usuário ter etiquetado a imagem tanto com a *tag* “Dilma” como com a *tag* “Dilma Rousseff”, o que, funcionando como uma espécie de remissiva, amplia as possibilidades de recuperação pelo usuário.

A *tag* “*impeachment*” já representa a imagem a partir da perspectiva de seu conteúdo específico, o que caracteriza o nível o iconológico de compreensão da imagem e o estilo de etiquetagem altruísta.

Por fim, as etiquetas “NãoVaiTerGolpe” e “golpe”, assim como na imagem 4, representam a imagem em nível iconológico e caracterizam uma etiquetagem amigável.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico				
Nível iconográfico			“Dilma”, “Dilma Rousseff”, “Lula”, “Partido dos Trabalhadores” “manifestações”, “protestos”, “movimentos sociais”	
Nível iconológico		“NãoVaiTerGolpe”, “golpe”	“ <i>impeachment</i> ”	
Dimensão Expressiva				

3.1.6. Flickr - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 1

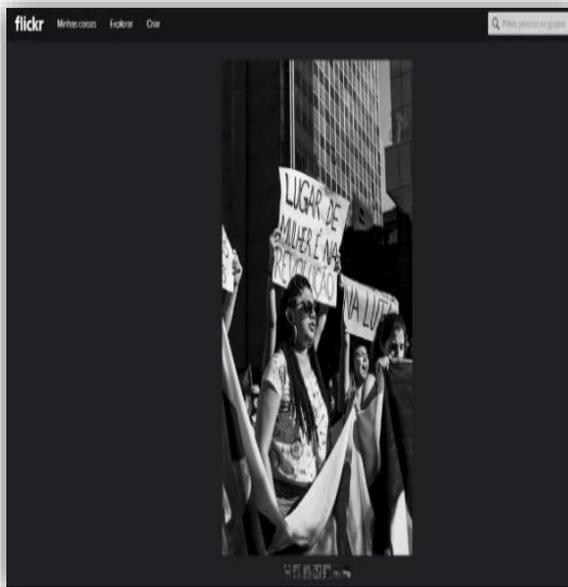


Figura 21 - Etiqueta "*impeachment*" (Flickr): imagem 1

Fonte:

https://www.flickr.com/photos/th_nf/26978732312/in/dateposted/.

Acesso em: 19 maio 2016.

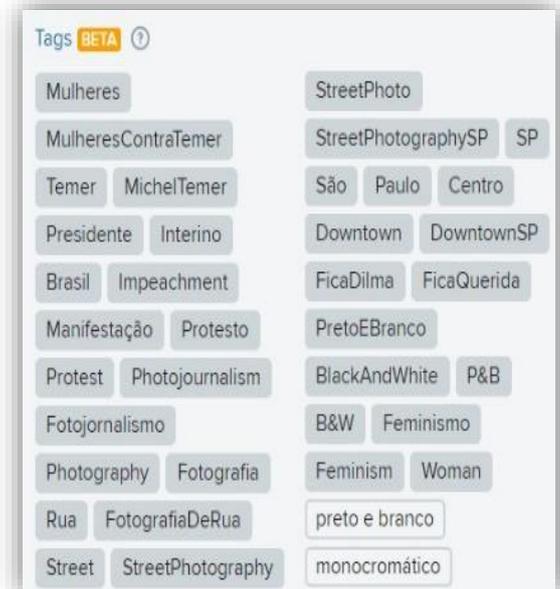


Figura 22 - Etiqueta "*impeachment*" (Flickr): imagem 1 – etiquetas

Fonte:

https://www.flickr.com/photos/th_nf/26978732312/in/dateposted/.

Acesso em: 19 maio 2016.

Analisando a foto e as etiquetas, percebe-se que o usuário indexou a imagem de maneira completa, pois abarcou todos os níveis de conteúdo da imagem e também a Dimensão Expressiva.

Para a análise de algumas etiquetas desta imagem precisamos recorrer à legenda “Mulheres contra Temer, SP”.

No nível pré-iconográfico de compreensão da imagem foram classificadas as etiquetas “Mulheres”, “*Woman*”, “Rua” e “*Street*”, que, pelo fato do principal elemento da imagem ser uma mulher cercada por outras manifestantes em uma rua, são consideradas úteis para a recuperação da informação, caracterizando, então, uma etiquetagem altruísta.

No nível iconográfico de compreensão da imagem foram classificadas as etiquetas “Manifestação”, “Protesto”, “*Protest*”, “Centro” e “*Downtown*” por representarem o reconhecimento sobre os elementos visuais da imagem, no caso, um grupo de mulheres com cartazes e faixas em uma rua cercada por prédios.

As etiquetas classificadas no nível iconológico de representação foram analisadas também à luz do conteúdo da legenda, que esclarecia que a manifestação registrada se chamava “MulheresContraTemer”, ou seja, tratava-se de um protesto feminista contra o *impeachment* realizado na cidade de São Paulo. Desta forma, as etiquetas “MulheresContraTemer”, “Temer”, “MichelTemer”, “Presidente interino”, “Brasil”, “*Impeachment*”, “SP”, “São Paulo”, “*DowntownSP*”, “Feminismo” e “*Feminism*” foram classificadas como iconológicas e altruístas, pois, ao apontar variados aspectos que circundam o assunto principal da imagem, tornam-se muito úteis para a recuperação. O mesmo não ocorre, porém, com as etiquetas “FicaDilma” e “FicaQuerida”, que, apesar de também representarem o nível iconológico da imagem, retratam termos definidos dentro do círculo de manifestação contra o *impeachment*, podendo não fazer muito sentido a externos a este círculo. Por esta razão, as etiquetas foram consideradas amigáveis.

Por fim, foram aplicadas algumas etiquetas que sugerem a representação da Dimensão Expressiva da imagem. Apesar de algumas não retratarem detalhes técnicos específicos da fotografia, referem-se ao processo fotográfico em geral e não se enquadrariam nas outras variáveis estipuladas nesta pesquisa para a análise da

imagem. Dentre essas, foram consideradas altruístas as etiquetas “*Photojournalism*”, “fotojornalismo”, “FotografiaDeRua”, “*StreetPhotography*”, “*StreetPhoto*”, “*StreetPhotographySP*”, “PretoEBranco”, “*BlackAndWhite*”, “P&B” e “B&W”, pelo seu caráter representativo que otimiza a recuperação, e populistas as etiquetas “*Photography*” e “Fotografia”, uma vez que não representam qualquer informação relevante para a busca, principalmente pelo fato do próprio mecanismo de busca do Flickr oferecer filtro para imagens e vídeos, o que nos permite inferir que a intenção por trás desta etiquetagem é apenas aumentar acessos.

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico			“Mulheres”, “ <i>Woman</i> ”, “Rua”, “ <i>Street</i> ”	
Nível iconográfico			“Manifestação”, “Protesto”, “ <i>Protest</i> ”, “Centro”, “ <i>Downtown</i> ”	
Nível iconológico		“FicaDilma”, “FicaQuerida”	“MulheresContraTemer”, “Temer”, “MichelTemer”, “Presidente interino”, “Brasil”, “ <i>Impeachment</i> ”, “SP”, “São Paulo”, “ <i>DowntownSP</i> ”, “Feminismo”, “ <i>Feminism</i> ”	
Dimensão Expressiva			“ <i>Photojournalism</i> ”, “fotojornalismo”, “FotografiaDeRua”, “ <i>StreetPhotography</i> ”, “ <i>StreetPhoto</i> ”, “ <i>StreetPhotographySP</i> ”, “PretoEBranco”, “ <i>BlackAndWhite</i> ”, “P&B”, “B&W”	“ <i>Photography</i> ”, “Fotografia”

3.1.7. Flickr - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 2



Figura 23 - Etiqueta "*impeachment*"
(Flickr): imagem 2

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/plopesfoto/6443358733/in/dateposted/>

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 24 - Etiqueta "*impeachment*"
(Flickr): imagem 2 – etiquetas

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/plopesfoto/6443358733/in/dateposted/>

Acesso em: 19 maio 2016.

Para analisar a imagem, consideramos também as informações contidas na legenda, “Manifestação Av. Paulista”, e na descrição, “Manifestantes no Ato Mulheres contra Temer [...]”.

Todas as etiquetas foram classificadas no nível iconológico de compreensão da imagem, pois se referem ao reconhecimento do assunto maior representado pela imagem: o momento sociopolítico do *impeachment*. A etiqueta “Dilma” e “*impeachment*” foram classificadas como altruístas por representarem de forma mais literal o assunto principal que trata do momento sociopolítico, o que aperfeiçoa a recuperação. O mesmo se aplicou à etiqueta “temer”, com base, principalmente, nos dados da descrição oficial da imagem e no contexto em que se insere, sendo uma informação muito pertinente no momento atual, em que Michel Temer exerce a função de presidente interino. A etiqueta “movimento” e “golpe” foram classificadas como amigáveis por carregarem termos se relacionam à temática, mas são internos aos grupos de esquerda e que não apoiaram o impedimento, fazendo mais sentido dentro deste contexto do que fora dele. Embora já se reconheça a temática sociopolítica representada na imagem, as etiquetas “psdb”, “política”, “governo”, “pt”, “pmdb” e “políticos” se referem a elementos e personagens ausentes na imagem, na legenda e

na descrição. Por esta razão, infere-se que a intenção das etiquetas é somente atrair acessos, o que caracteriza uma etiquetagem populista.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico		“golpe”, “movimento”	“ <i>impeachment</i> ”, “temer”, “dilma”	“psdb”, “política”, “governo”, “pt”, “pmdb”, “políticos”
Dimensão Expressiva				

3.1.8. Flickr - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 3



Figura 25 - Etiqueta “*impeachment*” (Flickr) - imagem 3

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/pedivela/26931610311/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 26 - Etiqueta “*impeachment*” (Flickr): imagem 3 – etiquetas

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/pedivela/26931610311/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.

Todas as etiquetas desta imagem foram classificadas no nível iconológico de conteúdo por representarem aspectos não visuais, os quais não seriam perceptíveis se analisados fora do contexto que circunda a imagem.

As etiquetas “*Impeachment*” e “*Coup d’etat*” (golpe de Estado) foram classificadas como altruístas por representarem o assunto principal por trás da imagem, tanto pela perspectiva de impedimento legal quanto pela perspectiva de golpe de Estado, oferecendo, ainda, uma maior visibilidade por conta do uso do termo em francês.

As etiquetas “Golpe” e “Não vai ter golpe” foram classificadas como amigáveis por carregarem termos de uso interno entre grupos contra o *impeachment*. Apesar de “golpe” ser menos abstrato ao olhar externo, ainda se trata de um termo muito polissêmico, que poderia ser utilizado na busca para recuperar uma imagem de golpe de luta física, por exemplo, o que não enquadraríamos desta forma se a etiqueta fosse “Golpe de Estado”; seria essa uma etiqueta altruísta, assim como classificamos “*Coup d’etat*”.

Por fim, as etiquetas “Cidade Baixa” e “Porto Alegre” foram classificadas como populistas. Apesar de provavelmente representarem o local de registro da imagem, não há elementos visuais que evidenciem estas informações, o que, sob o ponto de vista da recuperação da informação imagética, não apresenta muita utilidade além da de atrair acessos de usuários buscando por imagens da cidade ou mesmo de manifestações relacionadas ao *impeachment* realizados na cidade. Apesar de haver uma bandeira do partido de Dilma Rousseff no semáforo, tratam-se de referentes bastante genéricos que poderiam ter sido registrados em praticamente qualquer outro lugar do Brasil e até mesmo em outro contexto, como nas eleições, por exemplo. São informações importantes para o conhecimento dos usuários que a visualizam, mas não necessariamente por meio de etiquetas e sim constando na legenda ou na descrição da imagem.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico		“Golpe”, “Não vai ter golpe”	“ <i>Impeachment</i> ”, “ <i>Coup d’etat</i> ”	“Cidade Baixa”, “Porto Alegre”
Dimensão Expressiva				

3.1.9. Flickr - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 4

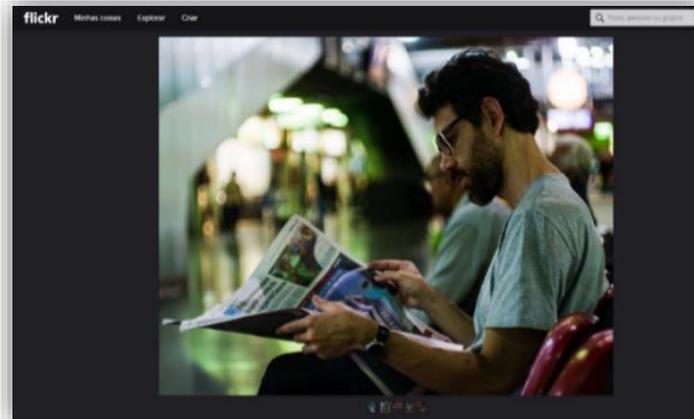


Figura 27 - Etiqueta "*impeachment*" (Flickr): imagem 4
 Fonte: <https://www.flickr.com/photos/adrianof14/26995005375/in/dateposted/>.
 Acesso em: 19 maio 2016.

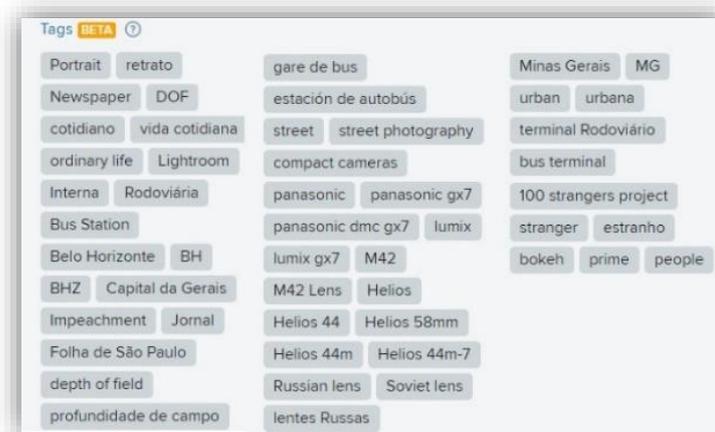


Figura 28 - Etiqueta "*impeachment*" (Flickr) - imagem 4 – etiquetas
 Fonte: <https://www.flickr.com/photos/adrianof14/26995005375/in/dateposted/>.
 Acesso em: 19 maio 2016.

Analisando a foto e as etiquetas, percebe-se que o usuário indexou a imagem de maneira completa, pois abarcou todos os níveis de conteúdo da imagem e também a Dimensão Expressiva.

No nível pré-iconográfico de compreensão da imagem foram classificadas as etiquetas “*Newspaper*”, “*Jornal*” e “*people*”, por serem elementos visuais primários da

imagem identificados à primeira vista. Pela literalidade dos termos, em dois idiomas, em relação aos elementos visuais, o que otimiza a recuperação, consideramos a etiquetagem altruísta.

No nível iconográfico, classificamos as etiquetas “Rodoviária”, “*Bus Station*”, “*estación de autobús*”, “terminal Rodoviário”, “*bus terminal*”, “*stranger*” e “estranho”, por caracterizarem a percepção e interpretação do usuário sobre os elementos visuais, que implicam que se trata de um ambiente urbano, provavelmente uma estação rodoviária, em que há uma pessoa estranha ao fotógrafo. Classifica-se na mesma categoria a etiqueta “Folha de São Paulo”, pois com algum esforço é possível reconhecer três estrelas no topo da página direita do jornal que o fotografado lê, as quais são marca do jornal Folha de São Paulo e podem ser reconhecidas como tal. Estas associações caracterizam a etiquetagem altruísta, pois a busca por cada termo seria precisamente satisfeita pela imagem.

No nível iconológico foram categorizadas as etiquetas “cotidiano”, “vida cotidiana”, “*ordinary life*”, “*100 strangers project*”, “Belo Horizonte”, “BH”, “BHZ”, “Capital de Gerais”, “*Impeachment*”, “Minas Gerais”, “MG” e “*prime*” por representarem significados intrínsecos à imagem que vão além dos elementos visuais e suas implicações, conferindo a ela contexto e cenário. As três primeiras etiquetas se baseiam na ação do sujeito da foto, que, ao ler um jornal numa estação rodoviária, executa uma atividade de caráter rotineiro da vida comum. Por esta razão, a escolha dos termos para as etiquetas caracterizou uma etiquetagem altruísta, pois a imagem representa exatamente o que os termos sugerem. A etiqueta “*100 strangers project*”, por sua vez, foi considerada amigável por se referir a um projeto fotográfico desenvolvido dentro de um grupo e que, por esta razão, tem a intenção de ser recuperada principalmente por usuários que se relacionem a este grupo. Já as etiquetas “Belo Horizonte”, “BH”, “BHZ”, “Capital de Gerais”, “Minas Gerais”, “MG”, “*Impeachment*” e “*prime*” foram classificadas como populistas por não se relacionarem com qualquer elemento reconhecível na imagem, sendo úteis, assim, apenas para levantar acessos. As seis primeiras etiquetas sugerem que a rodoviária fotografada se localiza em Belo Horizonte, Minas Gerais. Porém, isto não pode ser confirmado pela imagem e se acredita que um usuário, ao buscar por alguma destas *tags*, provavelmente estará buscando por uma imagem com elementos reconhecíveis da cidade/estado, o que não é o caso desta fotografia. A etiqueta “*Impeachment*”, em seu

significado, também não consegue ser percebida na imagem. Apesar da legenda ser “*The Day After*” (O dia seguinte), que, pela data da postagem, refere-se ao dia seguinte à aprovação do processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff pelo Senado, a relação desta informação com a imagem é muito abstrata e subjetiva, o que não traz benefícios para a recuperação. Mesmo que esta não tenha sido a intenção do autor, a principal consequência da aplicação desta etiqueta provavelmente será o aumento no número de acessos. A etiqueta “Folha de São Paulo” foi considerada populista: por mais que o sujeito fotografado esteja lendo um jornal, não há qualquer indício que este jornal seja a Folha de São Paulo, um jornal extremamente popular e que, por esta razão, também deve levantar acessos. Por fim, a etiqueta “*prime*” também foi considerada populista, pois, pela nossa interpretação, atribui uma qualidade de superioridade da imagem que não é importante para a recuperação, mas que pode angariar acessos.

Por fim, observou-se a grande preocupação do usuário em representar a Dimensão Expressiva da imagem, apresentando diversos aspectos relacionados à técnica fotográfica aplicada e à produção da foto em geral. As etiquetas “*Portrait*”, “retrato”, “*Lightroom*”, “Interna”, “*depth of field*”, “*DOF*”, “profundidade de campo”, “*street photography*”, “*compact cameras*”, “Panasonic”, “panasonic gx7”, “panasonic dmc gx7”, “lumix”, “lumix gx7”, “M42”, “M42 Lens”, “Helios”, “Helios 44”, “Helios 58mm”, “Helios 44mm”, “Helios 44m-7”, “Russian lens”, “Soviet lens”, “lentes russas”, bokeh”, “street”, “urban” e “urbana” foram consideradas altruístas por representarem informações técnicas que podem ser muito úteis na recuperação, como composição, profundidade de campo, tipo de fotografia, marca e modelo da câmera, tipos de lentes, ferramenta de edição, efeitos especiais aplicados bem como o próprio estilo de fotografia.

Segu me a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico			<i>"Newspaper", "Jornal", "people"</i>	
Nível iconográfico			<i>"Rodoviária", "Bus Station", "estación de autobús", "terminal Rodoviário", "bus terminal", "stranger", "estranho", "Folha de São Paulo"</i>	
Nível iconológico		<i>"100 strangers project"</i>	<i>"cotidiano", "vida cotidiana", "ordinary life",</i>	<i>"Belo Horizonte", "BH", "BHZ", "Capital de Gerais", "Impeachment", "Minas Gerais", "MG", "prime"</i>
Dimensão Expressiva			<i>"Portrait", "retrato", "Lightroom", "Interna", "depth of field", "DOF" "profundidade de campo", "street photography", "compact cameras", "Panasonic", "panasonic gx7", "panasonic dmc gx7", "lumix", "lumix gx7", "M42", "M42 Lens", "Helios", "Helios 44", "Helios 58mm", "Helios 44mm", "Helios 44m-7", "Russian lens", "Soviet lens", "lentes russas", "bokeh", "urbana", "urban", "street"</i>	

3.1.10. Flickr - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 5

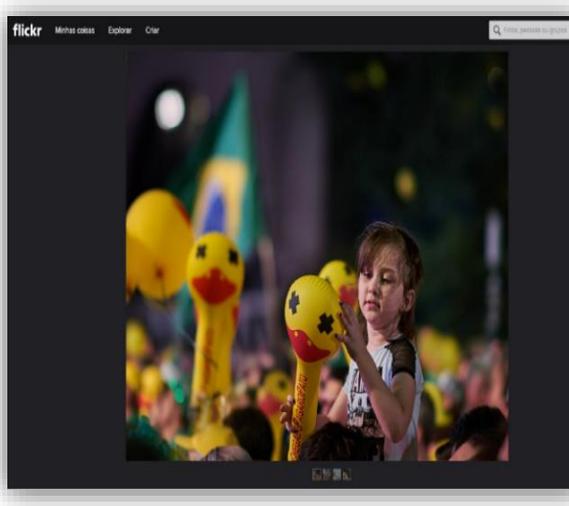


Figura 29 - Etiqueta “*impeachment*” (Flickr): imagem 5

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/sergiocruz/26248715130/in/dateposted/>.

Acesso em: 19 maio 2016.



Figura 30 - Etiqueta “*impeachment*” (Flickr) - imagem 5

Fonte:

<https://www.flickr.com/photos/sergiocruz/26248715130/in/dateposted/>.

Acesso: 19 maio 2016.

Analisando a fotografia e as etiquetas, percebe-se que o usuário indexou a imagem de maneira completa, pois abarcou todos os níveis de conteúdo e também a Dimensão Expressiva.

No nível pré-iconográfico foram classificadas as etiquetas “garota”, “criança”, “*child*”, “*children*”, “*girl*”, “*flag*”, “bandeira” e “*people*”, por representar elementos visuais primários da imagem identificados à primeira vista. Pelo uso de dois idiomas e pela literalidade dos termos em relação aos elementos da imagem, o que otimiza a recuperação, consideramos a etiquetagem altruísta.

No nível iconográfico, classificamos as etiquetas “Manifestações”, “*demonstration*” e “bandeira do Brasil” por caracterizarem o reconhecimento dos elementos visuais pelo usuário: o conjunto de pessoas com balões contendo mensagens de ordem, carregando a bandeira, reconhecida como do Brasil, vestindo também as cores da bandeira, depreendem que o evento da foto é uma manifestação ou *demonstration*, em inglês. As etiquetas, como se percebe, representam

exatamente o cenário da imagem, o que caracteriza, portanto, uma etiquetagem útil para a recuperação, uma etiquetagem altruísta.

No nível iconográfico foram classificadas as etiquetas “Manifestações anti-Dilma”, “Dilma”, “*impeachment*”, “Brasil”, “*Brazil*”, “Avenida Paulista”, “São Paulo”, “Paulista” e “pixuleco” por representarem características intrínsecas à imagem e que se conectam a ela pelo contexto. As cinco primeiras etiquetas foram consideradas altruístas por representarem aspectos do assunto específico que está por trás da imagem, ou seja, manifestações anti-Dilma e a favor do *impeachment* no Brasil. Já as etiquetas “Avenida Paulista”, “São Paulo”, “Paulista” e “pixuleco” foram consideradas populistas. Apesar de constar na legenda da imagem que a manifestação fotografada foi realizada na Avenida Paulista, em São Paulo, na imagem não há qualquer elemento que permita o reconhecimento do local, principalmente por conta da proximidade do referente. Por esta razão, não são informações relevantes para a recuperação da imagem, porém fornecem maior visibilidade à mesma na rede. Já a etiqueta “pixuleco, faz referência ao termo, sinônimo de propina, que apelidou bonecos infláveis usados em muitas manifestações *pró-impeachment*; os bonecos representavam o ex-presidente Lula como presidiário. Porém, na imagem, não há qualquer referência que possa ser representada pelo termo, não há sequer o dito boneco inflável, o que nos permite inferir que a principal utilidade deste termo é arrecadar acessos.

Por fim, observou-se a grande preocupação deste usuário em representar a Dimensão Expressiva da imagem, sob diversos aspectos relacionados à técnica fotográfica aplicada e à produção da foto em geral. As etiquetas “*street photography*”, “*street shot*”, “*outdoor*”, “*depth of field*”, “*bokeh*”, “*candid*”, “*mirrorless*”, “Samyang 85mm F1.4”, “Rokinom 85mm F1.4”, “Fujifilm X-E2”, “X-E2”, “Fuji”, “Fujifilm”, “Rokinom”, “Samyang” e “Sérgio Cruz” foram classificadas como altruístas, pois otimizam a recuperação por representarem o tipo de fotografia, a profundidade de campo, a marca e modelo da câmera utilizada e algumas de suas características, como as lentes utilizadas, os efeitos especiais aplicados e, inclusive, o nome do próprio fotógrafo. A opção de classificar esta última informação como Dimensão Expressiva foi motivada primeiramente por não se tratar de uma informação da imagem, ou seja, não se enquadra confortavelmente nos níveis de Panofsky (2009), e por se tratar de uma informação que não apenas circunda os aspectos de produção

da imagem, mas representa o grande responsável pela produção da fotografia, o criador da imagem: o fotógrafo. Por fim, as etiquetas “Fujifilm X-T1”, “Fujifilm XT10”, “Fujifilm X70”, “Fujifilm X-PRO2”, “Fujifilm X-E2s” e “Fujifilm X100T” foram categorizadas como populistas por representarem outros modelos de câmera diferentes do que foi utilizado, de acordo com dados da descrição da imagem no Flickr, deixando clara a intenção de atrair acessos à imagem.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico			“garota”, “criança”, “ <i>child</i> ”, “ <i>children</i> ”, “ <i>girl</i> ”, “ <i>flag</i> ”, “bandeira”, “ <i>people</i> ”	
Nível iconográfico			“Manifestações”, “bandeira do Brasil”, “ <i>demonstration</i> ”	
Nível iconológico			“Manifestações anti- Dilma”, “Dilma”, “ <i>impeachment</i> ”, “Brasil”, “ <i>Brazil</i> ”	“Avenida Paulista”, “São Paulo”, “Paulista”, “pixuleco”
Dimensão Expressiva			“ <i>street photography</i> ”, “ <i>street shot</i> ”, “ <i>outdoor</i> ”, “ <i>depth of field</i> ”, “ <i>bokeh</i> ”, “ <i>candid</i> ”, “ <i>mirrorless</i> ”, “Fuji”, “Fujifilm”, “Rokinom”, “Samyang”, “Samyang 85mm F1.4”, “Rokinom 85mm F1.4”, “Fujifilm X-E2”, “X- E2” “Sérgio Cruz”	“Fujifilm X-T1”, “Fujifilm XT10”, “Fujifilm X70”, “Fujifilm X-PRO2”, “Fujifilm X-E2s”, “Fujifilm X100T”

3.2. Análise dos dados: Instagram

Concluído o levantamento e análise das imagens e etiquetas selecionadas no Flickr, foi realizada a busca no Instagram pelas mesmas *tags*, “Dilma” e “*impeachment*”, respectivamente, a qual recuperou as imagens e *tags* apresentadas e analisadas a seguir.

3.2.1. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 1



Figura 31 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 1

Fonte: https://www.instagram.com/p/BFm2svrFhA9/?taken-by=eugenio_aquino.
Acesso em: 19 maio 2016.

Analisando a imagem, percebe-se que seu objeto principal é uma boneca gigante inspirada na presidente afastada Dilma Rousseff. Por esta razão, classificou-se a etiqueta “Dilma” como do nível iconográfico de conteúdo e estilo de etiquetagem altruísta.

Já as etiquetas “ferias” e “boladona” representam o nível iconológico de conteúdo da imagem, uma vez que são produtos de associações internas do usuário entre os objetos da imagem e seu contexto, caracterizando, assim, uma etiquetagem egoísta.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico			“Dilma”	
Nível iconológico	“ferias”, “boladona”			
Dimensão Expressiva				

3.2.2. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 2



Figura 32 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 2

Fonte: <https://www.instagram.com/r.a.q.u.e.ill/>.

Acesso em: 19 maio 2016.

No nível iconográfico de compreensão da imagem foram classificadas as etiquetas “artistas” e “brasil”, uma vez que houve o exercício de reconhecimento para definir que as pessoas na foto são artistas e as frases nos cartazes se referem ao Brasil. Por representarem, de fato, informações da imagem, as etiquetas foram consideradas úteis para a representação, ou seja, são de etiquetagem altruísta.

A imagem em questão permitiu diversas associações com o contexto sociopolítico brasileiro, fazendo com que as demais etiquetas aplicadas pelo usuário fossem representantes do nível iconológico da imagem. A etiqueta “dilma” foi considerada altruísta em razão do contexto e também pelo fato dos artistas na imagem estarem realizando uma espécie de denúncia segundo o ponto de vista do *impeachment* ter sido um golpe contra Dilma. As etiquetas “foracorrupcos”, “chegadecorruptao”, “cadeianeles”, “lulanacadeia”, “dilmanacadeia”, “forapt”, “foraCUT”, “forarede”, “forapcdob”, “foramst”, “foracomunismo” e “tchauquerida” representam abstrações do conteúdo da imagem com a perspectiva pró-*impeachment* do debate político, representando termos de uso comum dentro dos grupos que apoiam o impedimento, o que é exatamente o contrário do que a imagem representa. Se fôssemos levar em conta apenas a intenção do usuário, estas etiquetas poderiam ser consideradas amigáveis por conta do teor da legenda da imagem, mas esta

pesquisa tem como principal fonte a imagem, o que faz destas etiquetas populistas, afinal a imagem em si não tem nenhum grau de correspondência com estas *tags*. O mesmo ocorre na análise da etiqueta “naovaitergolpe”, que seria considerada populista se analisada com base na legenda, mas que considerando a imagem em si, torna-se amigável, afinal é exatamente esta a mensagem contra o *impeachment* que consta na imagem. Já a etiqueta “sanguessugas” foi classificada como egoísta por caracterizar outra abstração do usuário em relação ao conteúdo da imagem e o contexto sociopolítico, resultando em uma analogia que não favorece a recuperação de outros usuários além dele próprio. Por fim, as etiquetas “PT”, “lula” e “brasil” não se referem de maneira direta com os elementos da imagem e, no momento atual, encontram-se bastante populares. Assim, estas etiquetas foram classificadas como populistas, pois pretendem atrair acessos à imagem.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiqueta gem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico			“artistas”, “brasil”	
Nível iconológico	“sanguessugas”	“naovaitergolpe”	“dilma”	“PT”, “lula”, “brasil”, “foracorrup cao”, “cadeiানেles”, “lulanacadeia”, “dilmanacadeia”, “forapt”, “foraCUT”, “forarede”, “forapcdob”, “foramst”, “foracomunismo”, “tchauquerida”
Dimensão Expressiva				

3.2.3. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 3



Figura 33 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 3

Fonte: https://www.instagram.com/p/BFmOAIFAxVL/?taken-by=geiko_mimi.
Acesso em: 19 maio 2016.

De acordo com a análise da imagem, as etiquetas “*manifestation*” e “brasil” foram classificadas como representantes do nível iconográfico. O sujeito central da imagem, cercado por bandeiras e uma faixa contendo uma frase de ordem, aparenta estar fazendo um discurso. O reconhecimento destes elementos como uma manifestação ou, no caso, *manifestation*, é válida para a recuperação, assim como a associação dos três balões nas cores verde e amarelo e o Brasil também é útil para a recuperação, dentro do contexto, caracterizando então etiquetas altruístas.

No nível iconológico foi classificada a etiqueta “dilma”, uma vez que o assunto que circunda a imagem tem ligação direta com esta personagem, o que caracteriza também uma etiquetagem altruísta; bem como as etiquetas “*noalgolpe*” e “*notemer*”, que, no entanto, implicam uma etiquetagem amigável, uma vez que usa termos que representam o ponto de vista dos grupos que se opõem ao impedimento e, assim, têm sentido reforçado dentro deles.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico				
Nível iconográfico			“manifestation”, “brasil”	
Nível iconológico		“noalgolpe”, “notemer”	“dilma”	
Dimensão Expressiva				

3.2.4. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 4



Figura 34 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 3

Fonte: https://www.instagram.com/p/BFmLyxIC_hB/?taken-by=luis_quiii.

Acesso em: 19 maio 2016.

No nível pré-iconográfico foi classificada a etiqueta “ar”, que apesar de sua aplicação aparentar ter sido resultante de uma abstração do usuário em relação a um discurso da presidente afastada Dilma sobre a estocagem de vento, pode ser de fato identificado um logotipo com a sigla “AR” na lata fotografada, o que na verdade diz respeito a um tipo de leite. Por esta razão, prezando-se mais pela análise da imagem

do que pela legenda do usuário, a etiqueta foi categorizada como de nível pré-
iconográfico e de estilo altruísta.

Todas as demais etiquetas da imagem configuram o nível iconológico de
conteúdo, uma vez que também são fruto de abstrações de elementos da imagem
para relacioná-la ao tal discurso da presidente. A etiqueta “ventoestocado” foi
classificada como egoísta, pois se relaciona com a abstração específica do usuário
em relação à imagem e, por isso, provavelmente só vão auxiliar a sua própria
recuperação. Já as etiquetas “Dilma”, “brazil”, “brasil” e “Instagram” foram
classificadas como populistas por não terem qualquer ligação, nem mesmo abstrata,
com os elementos da imagem, o que só tem utilidade para atrair acessos.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico			“ar”	
Nível iconográfico				
Nível iconológico	“ventoestocado”,			“Dilma”, “brazil”, “brasil”, “Instagram”
Dimensão Expressiva				

3.2.5. Instagram - Etiqueta “Dilma”: imagem 5



Figura 35 - Etiqueta "Dilma" (Instagram): imagem 5

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BFkb-SSIMeg/?taken-by=matheusotelles>.

Acesso em: 19 maio 2016.

No nível iconográfico de compreensão da foto foram categorizadas as etiquetas “bus”, “ônibus”, “*intervention*”, “*intervenção*” e “Dilma” por representarem características que podem ser lidas pelos elementos da imagem: a porta em que há a intervenção em apoio à Dilma é reconhecida como a porta de um ônibus. Por representarem com fidelidade informações da imagem, são úteis para a recuperação, o que caracteriza uma etiquetagem altruísta.

As demais etiquetas foram classificadas no nível iconológico de compreensão da imagem por representarem associações que dependem do contexto que circunda a fotografia. As etiquetas “esquerdas”, “*left*”, “*leftwing*”, “politica”, “*politics*” e “Brazil” foram consideradas altruístas, pois a busca por qualquer destas *tags* seria satisfatoriamente atendida pela imagem, que demonstra justamente uma intervenção que manifesta apoio a um governo e a uma política de esquerda dentro do Brasil. As etiquetas “petralha”, “contraogolpe” e “foratemer” representam termos de uso comum entre grupos contrários ao impedimento, sendo mais úteis para recuperação dentro deste grupo, o que caracteriza uma etiquetagem do tipo amigável. Por fim, as

etiquetas “street”, “art”, “arte”, “hope” e “esperança” foram classificadas como populistas, pois não se relacionam diretamente com elementos da imagem e se utilizam de termos genéricos e populares, úteis para angariar acessos. O mesmo ocorre com as etiquetas “Rio” e “errejota”, sobre as quais a intenção também aparenta ser a mesma, uma vez que não há como concluir na imagem que se trata de um ônibus que circula dentro do Rio de Janeiro.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico			“bus”, “ônibus”, “intervention”, “intervenção”, “Dilma”	
Nível iconológico		“petralha”, “contraogolpe”, “foratemer”	“esquerda”, “left”, “leftwing”, “politica”, “politics”, “Brazil”	“street”, “art”, “arte”, “hope”, “esperança”, “Rio”, “errejota”
Dimensão Expressiva				

3.2.6. Instagram - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 1



Figura 36 - Etiqueta “*impeachment*” (Instagram): imagem 4

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BFm084vFmSc/?taken-by=rodrigocgarcez>.

Acesso em: 19 maio 2016.

Todas as etiquetas são de nível iconológico, uma vez que resultam da associação dos elementos da imagem com o contexto sociopolítico brasileiro. O usuário associa o alto preço das frutas fotografadas com a inflação, fato que o faz desejar a saída do governo Dilma, por isso aplica *tags* relacionadas ao impedimento: “*impeachment*”, “*tchauquerida*”, “*foradilma*” e “*foraptralhas*”. Pode-se inferir que o uso destas etiquetas visava a chamar a atenção dos usuários para questões que poderiam influenciar suas opiniões, o que caracteriza uma etiquetagem populista.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico				“ <i>impeachment</i> ”, “ <i>tchauquerida</i> ”, “ <i>foradilma</i> ”, “ <i>foraptralhas</i> ”
Dimensão Expressiva				

3.2.7. Instagram - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 2



Figura 37 - Etiqueta “*impeachment*” (Instagram): imagem 2

Fonte: https://www.instagram.com/p/BFm0SgXiq_A/?taken-by=edleneroque.

Acesso em: 19 maio 2016.

Todas as etiquetas foram classificadas como representantes do nível iconológico de compreensão da fotografia, afinal associam elementos da imagem com o contexto sociopolítico que figura como principal assunto.

Apesar da mulher fotografada estar vestindo as cores verde e amarelo, a participação dela nas manifestações pró-*impeachment* é sugerida, porém não é confirmada por outros elementos da imagem e até mesmo da legenda. Sendo assim, a etiquetagem é considerada populista, pois a *tag* se mostra mais útil para atrair acessos do que para representar de fato a informação da imagem.

As etiquetas “ForaDilma” e “ForaPT” representam expressões comuns dentro dos grupos que apoiam o impedimento, dentro dos quais a imagem pode até atender à busca. Por esta razão, as etiquetas foram consideradas de estilo amigável.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico		“ForaDilma”, “ForaPT”		“ <i>impeachment</i> ”
Dimensão Expressiva				

3.2.8. Instagram - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 3

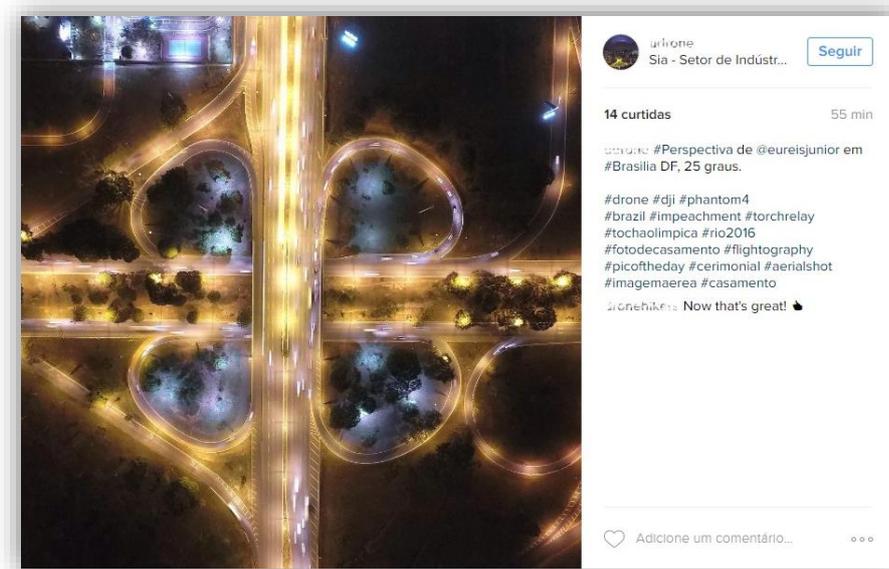


Figura 38 - Etiqueta "*impeachment*" (Instagram): imagem 3
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/BFmz0mFqS29/?taken-by=udrone>.
 Acesso em: 19 maio 2016.

No nível iconológico de compreensão da foto foram classificadas as *tags* “*impeachment*”, “*torchrelay*”, “*tochaolimpica*”, “*rio2016*”, “*fotodecasamento*”, “*picoftoday*”, “*cerimonial*”, “*casamento*” e “*Brasília*”, por serem fruto de uma abstração que vai além dos elementos da imagem e suas associações. A etiqueta “*Brasília*” foi a única a ser classificada como altruísta, pois a identificação do viaduto fotografado como pertencente à cidade de Brasília é útil para a recuperação. Todas as restantes foram consideradas populistas, afinal não há qualquer elemento de ligação entre a imagem e os contextos sociopolítico e olímpico. As *tags* que fazem referência a casamento provavelmente implicam um serviço de fotografia oferecido pelo usuário, o que não tem a ver com a imagem em si. Já a *tag* “*picoftoday*” é uma etiqueta populista por natureza, uma vez que representa apenas imagens que os usuários elegeram como fotos do dia para atrair acessos, sem qualquer relação com seu conteúdo.

As etiquetas “*perspectiva*”, “*drone*”, “*dji*”, “*phantom4*”, “*flightography*” e “*imagemaerea*” representam a Dimensão Expressiva da imagem, uma vez que denotam os equipamentos utilizados e o tipo de fotografia. Por retratar informações

técnicas importantes para a recuperação, a etiquetagem foi classificada como altruísta.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré- iconográfico				
Nível iconográfico				
Nível iconológico			"Brasília"	" <i>impeachment</i> ", "torchrelay", "tochaolimpica", "rio2016", "fotodecasamento", "picoftheday", "cerimonial", "casamento"
Dimensão Expressiva			"perspectiva", "drone", "dji", "phantom4", "flightography", "imagemaerea"	

3.2.9. Instagram - Etiqueta "*impeachment*": imagem 4



Figura 39 - Etiqueta "*impeachment*" (Instagram): imagem 4
 Fonte: https://www.instagram.com/p/BFmxQK1u-G6/?taken-by=andre_liohn.
 Acesso em: 19 maio 2016.

No nível iconográfico de compreensão da imagem foi classificada a etiqueta “rede globo”, uma vez que o símbolo anexado ao microfone fotografado é reconhecido como marca da Rede Globo de Televisão, o que caracteriza uma etiquetagem altruísta.

No nível iconológico, foram classificadas as etiquetas “*impeachment*”, “*brazil*” e “*politics*” por representarem o contexto que circunda a imagem. Apesar de na legenda o usuário discorrer sobre o cenário sociopolítico do país, estas informações não se comprovam na fotografia, o que implica a intenção de se atrair acessos, caracterizando uma etiquetagem populista.

Por fim, a etiqueta “*Photojournalism*” foi categorizada como representativa da Dimensão Expressiva da imagem e como etiquetagem de estilo altruísta, visto que caracteriza o tipo de fotografia, uma informação útil para a recuperação.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico			“rede globo”	
Nível iconológico				“ <i>impeachment</i> ”, “ <i>brazil</i> ”, “ <i>politics</i> ”
Dimensão Expressiva			“ <i>Photojournalism</i> ”	

3.2.10. Instagram - Etiqueta “*impeachment*”: imagem 5



Figura 40 - Etiqueta "*impeachment*" (Instagram): imagem 5

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BFmoidTx7aX/?taken-by=robertoheiden>.
Acesso em: 19 maio 2016.

No nível iconográfico da imagem a etiqueta “*cities*” foi classificada por representar a interpretação dos elementos da fotografia como fatores que agregam o aspecto urbano do ambiente fotografado.

No nível iconológico se classificaram as etiquetas “*impeachment*”, “*globogolpista*”, “*golpe*”, “*instagram*”, “*instagrambrasil*”, “*achadosdasemana*”, “*cupcake*”, “*miami*”, “*paris*”, “*newyork*”, “*puntadelest*”, “*influencer*”, “*fashion*” e “*instagood*” por depreenderem informações que vão além da interpretação de elementos da imagem. A primeira representa o assunto principal, uma vez que retrata uma manifestação contra o impedimento, sendo assim, uma informação importante para a recuperação que caracteriza a etiquetagem altruísta. As *tags* “*globogolpista*” e “*golpe*” são de uso comum dentro dos grupos contrários ao *impeachment* e são úteis para a recuperação dentro dos mesmos, o que representa o estilo de etiquetagem amigável. Já as etiquetas “*instagram*”, “*instagrambrasil*”, “*achadosdasemana*”, “*cupcake*”, “*miami*”, “*paris*”, “*newyork*”, “*puntadelest*”, “*influencer*”, “*fashion*” e “*instagood*” são puramente populistas, uma vez que não se relacionam com qualquer possível abstração da imagem e representam termos de grande popularidade, o que atrai acessos.

Por fim, a tag “*nofilter*” e “*urban*” caracteriza a Dimensão Expressiva da imagem ao indicar a ausência de filtros aplicados à fotografia e o estilo de fotografia. Por esta razão, é uma informação útil para a recuperação, o que promove o estilo altruísta de etiquetagem.

Segue a classificação na grade:

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista
Nível pré-iconográfico				
Nível iconográfico			“ <i>cities</i> ”	
Nível iconológico		“ <i>globogolpista</i> ”, “ <i>golpe</i> ”	“ <i>impeachment</i> ”	“ <i>instagram</i> ”, “ <i>instagrambrasil</i> ”, “ <i>achadosdasemana</i> ”, “ <i>cupcake</i> ”, “ <i>miami</i> ”, “ <i>paris</i> ”, “ <i>newyork</i> ”, “ <i>puntadelest</i> ”, “ <i>influencer</i> ”, “ <i>fashion</i> ”, “ <i>instagood</i> ”
Dimensão Expressiva			“ <i>nofilter</i> ”, “ <i>urban</i> ”	

3.3. Análise dos resultados

A partir da análise das imagens e classificação das etiquetas, realizamos uma análise quantitativa simples para identificar os padrões de etiquetagem em cada rede. Para tal fim, somamos o número de etiquetas classificadas em cada variável nas imagens do Flickr e do Instagram.

Como se pode observar na grade (Quadro 7), os usuários do Flickr se baseiam predominantemente no nível iconológico de compreensão da imagem ao definirem suas etiquetas. Isto sugere que os usuários se permitem considerar o contexto da imagem, e até mesmo seu próprio contexto, para analisar e etiquetar imagens, o que revela um maior envolvimento entre o usuário e a fotografia. Por esta razão, as etiquetas derivadas deste nível de compreensão da imagem caracterizam fatores que potencializam a memória coletiva, visto que a etiqueta passa a representar várias imagens que despertaram o mesmo grau de envolvimento com os usuários e acabam por representar uma única memória compartilhada coletivamente.

Chama a atenção o fato de que a segunda variável que mais influencia os usuários do Flickr em relação à análise da imagem é a Dimensão Expressiva e não outros níveis de conteúdo. Isto reflete a grande preocupação destes usuários em representar aspectos técnicos da fotografia, o que provavelmente se justifica pelo fato do Flickr ser uma rede em que grande parte dos usuários é formada por fotógrafos, o que faz este tipo de informação ser de suma importância para a recuperação de imagens dentro dessa comunidade.

Quanto à etiquetagem, o estilo que predomina no Flickr é o altruísta, ou seja, há um grande esforço dos usuários ao definirem etiquetas que realmente representem o conteúdo da imagem para que se recuperem resultados mais úteis e precisos na busca. O benefício social da etiquetagem no Flickr é alto, o que pode se verificar pela nossa própria pesquisa, uma vez que todas as imagens levantadas tinham de fato a ver com o momento sociopolítico pelo qual buscávamos por meio das *tags* “Dilma” e “*impeachment*”. Isto também pode se justificar pelo perfil de usuários do Flickr. Como fotógrafos, estes usuários têm a real intenção de que seu trabalho seja recuperado, mesmo que para isso se utilizem, em menor escala, de etiquetas populistas, como aponta o segundo estilo de etiquetagem mais aplicado no Flickr.

Deste modo, concluímos então que o padrão de etiquetagem no Flickr é de estilo altruísta com base no nível iconológico de compreensão da imagem.

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista	TOTAL
Nível pré-iconográfico	-	-	15	-	15
Nível iconográfico	-	1	33	-	34
Nível iconológico	-	12	35	28	75
Dimensão Expressiva	-	-	54	8	62
TOTAL	-	13	137	36	

Quadro 7 - Resultados no Flickr

Fonte: da autora.

Analisando os resultados do Instagram na grade (Quadro 8), constata-se que, assim como no Flickr, os usuários do Instagram se baseiam predominantemente no nível iconológico de compreensão da imagem ao definirem suas etiquetas que, da mesma forma, passam a atuar como potencializadoras da memória coletiva.

Ao contrário do que ocorre no Flickr, existe uma diferença descomunal entre a quantidade de etiquetas categorizadas no nível iconológico e as classificadas nas outras variáveis referentes à análise da imagem. Com muita distância, a segunda variável relativa à análise da imagem que mais influencia os usuários do Instagram é o nível iconográfico, seguido da Dimensão Expressiva, ficando por último o nível pré-iconográfico, visto que apenas uma etiqueta foi classificada como tal. Isto nos permite inferir que o usuário do Instagram quase sempre busca se conectar com a imagem e trazê-la para seu contexto, mesmo que, muitas vezes, este contexto pouco se relacione com a imagem em si.

Quanto à etiquetagem, o estilo que predomina no Instagram é o populista, ou seja, não há uma grande preocupação dos usuários em escolher etiquetas que, de fato, representem a imagem. A etiquetagem populista geralmente visa apenas a atrair acessos e visualizações e, por isso, proporciona baixo benefício social por não auxiliar na promoção de uma recuperação mais precisa das imagens. De acordo com Cañada (2006), a etiquetagem populista tem motivação alta, afinal o benefício próprio é o

principal objetivo. O usuário decide aplicar uma etiqueta popular por conta de seu envolvimento com a imagem, que o faz desejar que a mesma seja vista pelo maior número de pessoas possível. Muitas etiquetas, inclusive, existem unicamente para este tipo de uso, como “*picoftheday*” (foto do dia) ou “achadosdasemana”, que reúnem imagens em que a intenção coletiva dos usuários é compartilhar seus momentos com a rede em geral. Dessas conexões se constroem memórias coletivas de diversas naturezas, a depender principalmente do que a etiqueta propõe.

Chama a atenção o fato de que, depois das etiquetas populistas, as etiquetas mais aplicadas pelos usuários sejam as altruístas e amigáveis. Isto reafirma o caráter social do Instagram, pois o foco das etiquetas não é possibilitar uma recuperação precisa de imagens, mas de estabelecer e reforçar relacionamentos entre os usuários. Talvez por esta razão o Instagram seja a rede na qual os usuários compartilham imagens de seu dia-a-dia e expressam seus pensamentos e opiniões com amigos e pessoas que partilham de seus interesses. O alto número de etiquetas amigáveis relacionadas ao impedimento representa o alto nível de envolvimento dos usuários com o momento sociopolítico, mesmo que suas imagens não digam isso por si. Etiquetas como “naovaitergolpe”, “foradilma”, “tchauquerida” e “foratemer” atuam como se fossem cartazes em uma manifestação e têm este sentido para os usuários. Por mais que a imagem postada não represente uma manifestação, por exemplo, o uso destas etiquetas se torna uma manifestação, o que fará com que os usuários sempre associem aquela imagem aleatória com o momento sociopolítico pelo qual passaram enquanto brasileiros. Estas etiquetas podem ser problemáticas para a recuperação da imagem, mas são o reflexo mais puro da memória coletiva que se constrói no Brasil neste ano de 2016.

Deste modo, concluímos que o padrão de etiquetagem no Instagram é de estilo populista com base no nível iconológico de compreensão da imagem.

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista	TOTAL
Nível pré-iconográfico	-	-	1	-	1
Nível iconográfico	-	-	12	-	12
Nível iconológico	4	10	10	53	77
Dimensão Expressiva	-	-	9	-	9
TOTAL	4	10	32	53	

Quadro 8 - Resultados no Instagram
Fonte: da autora

Analisando o resultado geral das duas redes na grade (Quadro 9), percebemos as seguintes relações:

- A análise da imagem em nível pré-iconográfico rende etiquetas altruístas;
- A análise da imagem em nível iconográfico rende majoritariamente etiquetas altruístas;
- A análise da imagem em nível iconológico rende majoritariamente etiquetas populistas;
- A análise da Dimensão Expressiva rende majoritariamente etiquetas altruístas.

O padrão geral de etiquetagem das redes sociais de imagens levantadas é de estilo altruísta com base no nível iconológico de compreensão de imagem.

	Etiquetagem egoísta	Etiquetagem amigável	Etiquetagem altruísta	Etiquetagem populista	TOTAL
Nível pré-iconográfico	-	-	16	-	16
Nível iconográfico	-	1	45	-	46
Nível iconológico	4	22	45	81	152
Dimensão Expressiva	-	-	63	8	71
TOTAL	4	23	169	89	

Quadro 9 - Resultados finais
Fonte: da autora

Em meio ao caos da Internet, esta constatação é bastante positiva, pois indica que, mesmo considerando diversas associações com contextos intrínsecos à imagem e ao usuário, as comunidades das redes sociais ainda têm a preocupação com a recuperação do conteúdo, o que demonstra que a Folksonomia não é um caso perdido para a indexação de imagens e pode ser considerada um recurso conveniente para a representação da informação imagética dentro das redes sociais e outros ambientes acadêmicos da *Web 2.0*.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo geral a análise do potencial da etiquetagem como método de representação da informação imagética na *Web 2.0*. Por meio da identificação do padrão geral de etiquetagem nas redes sociais de imagem, constatamos que a etiquetagem é favorável à recuperação, mesmo que se baseie em associações de elementos das imagens com o contexto que a circunda e que circunda o usuário.

Em relação aos objetivos específicos, foi possível analisar a relação representativa entre as etiquetas referentes à crise sociopolítica brasileira de 2016 e imagens às quais foram aplicadas no Flickr e no Instagram. Constatou-se que esta relação nem sempre existe, como no caso do Instagram, em que a maioria das etiquetas usadas não tinham conexão direta com a imagem e eram aplicadas na intenção de se atrair acessos. A classificação das etiquetas levantadas na grade baseada nos estilos de etiquetagem de Cañada (2006) em paralelo com os níveis de compreensão da imagem de Panofsky (2009) e a Dimensão Expressiva de Manini (2002) se apresentou muito eficiente como método de analisar as etiquetas tanto pela perspectiva da indexação de imagens como pela perspectiva da Folksonomia. Esta associação pode ser promissora não apenas para estudos de caso como o nosso, mas como base para desenvolvimento de ferramentas de busca ou sistemas de etiquetagem assistida que otimizem todo o potencial da Folksonomia para a indexação de imagens.

Ainda sobre os objetivos específicos, os padrões de etiquetagem do Flickr e do Instagram foram identificados e comparados, bem como suas vantagens e desvantagens foram discutidas, o que nos levou à conclusão que o Flickr apresenta um padrão de etiquetagem mais útil para a recuperação das imagens, enquanto o padrão do Instagram se dedica muito mais à popularização das imagens e reforço dos vínculos sociais por meio do compartilhamento de pensamentos e interesses em comum. Esta característica nos levou à discussão que pretendíamos em outro de nossos objetivos específicos acerca do potencial reflexo dos padrões de etiquetagem na construção da memória. Verificamos que, segundo Halbwachs (2006), a memória se constrói, dentre outros fatores, pelo envolvimento do indivíduo com um acontecimento, o que relacionamos ao nível iconológico de compreensão da imagem

de Panofsky (2009) e à motivação intrínseca a alguns estilos de etiquetagem de Cañada (2006). Dentro do contexto do *impeachment*, percebemos que, no Flickr, o fator que potencializa a memória coletiva é a compreensão da imagem, no nível iconológico. Já no Instagram, além deste fator, há também a motivação dos estilos de etiquetagem predominantes, que permitiram aos usuários se manifestarem de maneira intensa por meio de etiquetas, como se estivessem nas ruas levantando cartazes. É como se no Flickr o fator construtor de memória fosse a imagem e no Instagram fosse a própria etiqueta.

Por último, o objetivo específico de identificar como os níveis de Panofsky (2009) e a Dimensão Expressiva de Manini (2002) se representam nos estilos de etiquetagem de Cañada (2006) nos permitiu estabelecer relações entre os tipos de etiqueta que cada nível de análise da imagem costuma propor. Isto possibilita uma espécie de previsão sobre como a análise da imagem pode render etiquetas mais úteis para a recuperação da informação imagética.

Este trabalho buscou não apenas tratar da temática extremamente atual e polêmica que é a aplicação da Folksonomia na indexação de imagens, mas, ao mesmo tempo, testemunhar como os usuários utilizam a etiquetagem para expressar em imagens seus pensamentos em relação a este momento histórico na sociedade brasileira.

Futuramente, estas postagens, com suas imagens e etiquetas, podem vir a se tornar fontes de informação, inclusive para a historiografia, afinal permitem alcançar de maneira direta a opinião pública, sem qualquer intermediário que possa distorcer ou enviesar o posicionamento daqueles que se manifestaram nas redes sociais. Isto ainda pode soar leviano para muitos, mas ao testemunharmos nesta pesquisa a intensidade e a grandeza das manifestações virtuais referentes ao *impeachment*, constatamos que na Internet se construiu história e que este novo tipo de informação não pode ser ignorado. Pelo contrário, deve ser profundamente estudado, principalmente pela Ciência da Informação, para que se possa, mesmo em meio ao caos, ter domínio sobre como a informação circula nestes ambientes para garantir sua disponibilidade e acessibilidade por longa data.

Neste momento de ápice da *Web 2.0*, em que novas redes sociais surgem praticamente todos os dias, sugerimos novos estudos de caso sobre essas redes para

que, com conhecimento profundo sobre as maneiras como se representa a informação em cada uma delas, seja possível propor aprimoramentos nos sistemas de etiquetagem e nas ferramentas de busca, de modo a permitir que se explore todas as potencialidades da Folksonomia a fim de que a informação, a história e a memória não se percam na babel da Internet.

5. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. M. F. *Breve histórico da INTERNET*. Universidade do Minho, 2005. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3396>. Acesso em: 23 maio 2016.

ALONSO; L. F. C; ARAÚJO; C. A. A. *A atividade de indexação*. Saarbrücken: Novas Edições Acadêmicas, 2014.

AQUINO, M. C. Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: um estudo das tags na organização da web. *Revista E-compós*, v. 9, agosto, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/165/166>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

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, n. 2, set. 2008. Disponível em: <http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/263>. Acesso em: 23 mar. 2016.

BAEZA-YATES, R.; RIBEIRO NETO; B. *Recuperação de informação: conceitos e tecnologia das máquinas de busca*. Porto Alegre: Bookman, 2013.

BARBOSA, F. *Folksonomia: análise de etiquetagem de imagens da National Geographic Brasil no Instagram*. 2015. 79 f., il. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/134812>. Acesso em: 29 mar. 2016.

BITTENCOURT, L. A. Algumas considerações sobre o uso da imagem fotográfica na pesquisa antropológica. In: FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. M. (Orgs.). *Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas, SP: Papiurus, 1998, p. 197-212.

BLATTMANN, U.; SILVA, F. C. C. Colaboração de interação na Web 2.0 e Biblioteca 2.0. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*. Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 191-215, 2007. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/530>. Acesso em: 23 maio 2016.

BRANDT, M. B. *Etiquetagem e folksonomia: uma análise sob a óptica dos processos de organização e recuperação da informação na web*. 2009. 142 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/7057>. Acesso em: 25 maio 2016.

BRANDT, M.; MEDEIROS, M. B. B. Folksonomia: esquema de representação do conhecimento? In *TransInformação*, Campinas, v. 22, n. 2, p. 111-121, maio/ago. 2010. Disponível em: <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/489>. Acesso em: 28 mar. 2016.

CALDAS, W. F.; MOREIRA, M. P. Folksonomia e classificação de etiquetas: estudo de caso Flickr. In: X *ENANCIB*, 2012. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xenancib/paper/viewFile/3164/2290>. Acesso em: 25 maio 2016.

CAÑADA, J. Tipologías y estilos en el etiquetado social. *Terremoto.net*: Diseño de interacción desde el año 2000. 2006. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20111110154628/http://www.terremoto.net/tipologias-y-estilos-en-el-etiquetado-social/>. Acesso em: 23 mar. 2016

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Orgs.). *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política*. Portugal: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005, p. 17-31.

CAVALCANTI, C. R. O. *Indexação & tesouro: metodologia & técnicas*. Brasília: ABDF, 1978.

CHAUMIER, J. *As técnicas documentais*. Europa-América, 1971.

COLETTO, Sérgio P. S. *O arquivo contemporâneo e os recursos da WEB 2.0: verificação do uso de folksonomias em acervos eletrônicos digitais de imagem em movimento*. 2014. 124 f., il. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/16132>. Acesso em: 10 abr. 2016.

COLLISON, R. L. *Índices e indexação: guia para a indexação de livros e coleções de livros, periódicos, partituras musicais, discos, filmes e outros materiais, com uma seção de referência e sugestões para leitura adicional*. São Paulo: Polígono, 1971.

CREATIVE COMMONS. *Sobre a Creative Commons*. Disponível em: <https://br.creativecommons.org/sobre/>. Acesso em 22 jun. 2016.

CUNHA, B. F. *Folksonomia e etiquetagem: influência do conhecimento sobre indexação em usuários do Instagram*. 2015. 50 f, il. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/133667>. Acesso em: 29 mar. 2016.

CUNHA, M. B.; CAVALCANTI, C. R. O. *Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia*. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 2008.

FLICKR. *Sobre o Flickr*. Disponível em: <https://www.flickr.com/about>. Acesso em: 23 maio 2016.

GUIMARÃES, R. C. *Uso da folksonomia e da etiquetagem na indexação de imagens*. 2012. 88 f., il. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <http://bdm.unb.br/handle/10483/4268>. Acesso em: 29 mar. 2016.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.

INSTAGRAM. Imprensa. Disponível em: <https://www.instagram.com/press/>. Acesso em: 23 maio 2016.

LANCASTER, F. W. *Indexação e resumos: teoria e prática*. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 2004.

LE GOFF, J. *História e memória*. Campinas: UNICAMP, 1990.

LEITE, M. L. M. Texto visual e texto verbal. In: FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. M (Orgs.). *Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas, SP: Papyrus, 1998. p. 37-50.

MANINI, M. P. *Análise documentária de fotografias: um referencial de leitura de imagens fotográficas para fins documentários*. 2002. Tese (Doutorado em Ciência da Informação e Documentação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-23032007-111516/>. Acesso em: 22 mar. 2016.

MANINI, M. P. Aspectos informacionais do tratamento de documentos fotográficos tradicionais e digitais. In *X Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, João Pessoa. 2009.

MANINI, M. P. Imagem, memória e informação: um tripé para o documento fotográfico. In *Domínios da imagem*, Londrina, n. 8, 2011. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/dominiosdaimagem/index.php/dominios/article/view/127>. Acesso em: 06 abr. 2016.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da informação*, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1>. Acesso em: 23 maio 2016.

MARTELETO, R. M. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, v. 3, n. 1, 2010. Disponível em: <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/viewArticle/26>. Acesso em: 23 maio 2016.

MELO, B. F.; MOTA, R. Folksonomia: um estudo da linguagem de indexação adotada pelo Flickr. *Informe: Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação*, v. 1, n. 1, p. 102-117, 2012. Disponível em: <http://www.repositorios.ufpe.br/ojs2/index.php/informe/article/view/19>. Acesso em: 25 maio 2016.

MICHEL, M. H. *Metodologia e pesquisa científica em ciência sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos*. São Paulo: Atlas, 2009.

MIGUEL, M. L. C. A fotografia como documento: uma instigação à leitura. *Acervo*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1/2, p. 121-132, 1993.

MOREIRO GONZÁLEZ, J. A. *Linguagens documentárias e vocabulários semânticos para a web: elementos conceituais*. Salvador: EDUFBA, 2011.

MORIGI, V. J.; MASSONI, L. F. H. Imaginários urbanos em rede: memória virtual no Flickr. In: XV *ENANCIB*, 2014, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: ECI/UFMG, 2014. p. 4705-4743. Disponível em: <http://enancib2014.eci.ufmg.br/documentos/anais/anais-qt10>. Acesso em: 25 maio 2016.

MOURA, M. A.; SILVA, A. P.; AMORIM, V. R. A concepção e o uso das linguagens de indexação face às contribuições da semiótica e da semiologia. *Informação & Sociedade*, v. 12, n. 1, 2002. Disponível em: <http://search.proquest.com/docview/1494045134?accountid=26646>. Acesso em: 04 maio 2016.

OLIVEIRA, R. A. de; VITAL, L. P. Análise e indexação de imagens na rede Flickr. *Em Questão*, v. 21, n. 2, p. 7-30, 2015. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/viewFile/50968/33977>. Acesso em: 25 maio 2016.

O'REILLY, T. What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, n. 1, p. 17-37, 2007. Disponível em: http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1008839. Acesso em: 23 maio 2016.

PANOFSKY, E. *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva, 2009.

PATO, P. R. G. *Imagens: polissemia versus indexação e recuperação da informação*. 2015. 340 f., il. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/19050>. Acesso em: 06 abr. 2016.

POZZI, B.; FUJITA, M. S. L. A análise de assunto no processo de indexação: um percurso entre teoria e norma. *Informação & Sociedade*, v. 14, n. 1, p. 19-34, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/115064>. Acesso em: 04 maio 2016.

RODRIGUES, A. A. A. *Folksonomia: análise de etiquetagem de imagens no Flickr*. 2010. 113 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/ECID-88EJT5/folksonomia_analise_de_etiquetagem_de_imagens_no_flickr_dis.pdf?sequence=1. Acesso em: 29 mar. 2016.

RODRIGUES, R. C. *Análise e tematização da imagem fotográfica: determinação, delimitação e direcionamento dos discursos da imagem fotográfica*. 2011. 323 f., il. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/9228>. Acesso em: 04 maio 2016.

RODRÍGUEZ, V. Sobre a iconoteca inteligente. In: SAMAIN, E. (Org.). *O fotográfico*. São Paulo: Hucitec, 2005.

SANTOS, I. E. *Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica*. Niterói: Impetus, 2009.

SANTOS, T. H. S. Indexação de imagens no Flickr: uma análise da folksonomia na Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian. *Páginas a&b*, p. 49-62, 2014. Disponível em: <https://pentaho.letras.up.pt/ojs/index.php/paginasueb/article/view/568>. Acesso em: 02 maio 2016.

SCHROEDER, K. A. Layered indexing of images. *The indexer*, v. 21, n. 1, p. 11-14, 1998. Disponível em: http://www.theindexer.org/files/21-1/21-1_011.pdf. Acesso em: 10 maio 2016.

SECO, L. F. C.; SANTOS, Z. P.; BARTALO, L. Comportamento informacional e compartilhamento da informação no Instagram. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, v. 21, n. 1, p. 46-60, 2016. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/issue/view/61>. Acesso em: 25 maio 2016.

SHATFORD, S. Analyzing the subject of a picture: a theoretical approach. *Cataloging & Classification Quarterly*, v. 6, n. 3, p. 39-62, 1986. Disponível em: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J104v06n03_04#.Vz0yhpErLIU. Acesso em: 10 maio 2016.

SILVA, M. R.; FUJITA, M. S. L. A prática de indexação: análise da evolução de tendências teóricas e metodológicas. *Transinformação*, v. 16, n. 2, 2004. Disponível em: <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/717>. Acesso em: 02 maio 2016.

SMIT, J. W. (Org.). *Análise documentária: a análise da síntese*. Brasília: Ibict, 1987. 133 p. Disponível em: <http://livroaberto.ibict.br/handle/1/1011>. Acesso em: 10 maio 2016.

SMIT, J. W. A representação da imagem. *Informare*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 28-36, 1996. Disponível em: <https://googlegroups.com/group/cbg2011/attach/70397aa11e9d6d62/smitv2n2%20Indexa%C3%A7%C3%A3o%20de%20fotografias.pdf?part=5>. Acesso em: 10 maio 2016.

SOUZA, H. C. A. Memes (?) do Facebook: reflexões sobre esse fenômeno de comunicação da cultura ciber. *Temática*, v. 10, n. 7, 2014. Disponível em:

<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/19958>. Acesso em: 22 jun. 2016.

SUSSAI, A. O. *Análise da atribuição das hashtags no Instagram para a representação de imagens*. 2014. 58 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/10799>. Acesso em: 25 maio 2016.

WAL, T. V. *Folksonomy*. Londres: 2005. Disponível em: <http://www.vanderwal.net/essays/051130/folksonomy.pdf>. Acesso em: 26 maio 2016.