

Folksonomia e *tags* afetivas: comunicação e comportamento informacional no Twitter

@deboracarpe @ruleandson

#Folksonomia

#Afetividade

#Redes_Sociais_Virtuais

#comportamento_informacional

#Twitter



DOSSIÊ ALEX PRIMO



INÍCIO

PERFIL

PUBLICAÇÕES

MEUS LIVROS

QUADRINHOS

CONTATO

tags afetivas

buscar

As tags no Twitter como informação contextual de afeto



Por Alex Primo
Editor



Que as tags no Twitter são usadas para categorizar mensagens por assuntos não é nenhuma novidade. Mas o que quero comentar aqui é um uso de tags que se tornou bastante popular: a indicação de contextos afetivos.

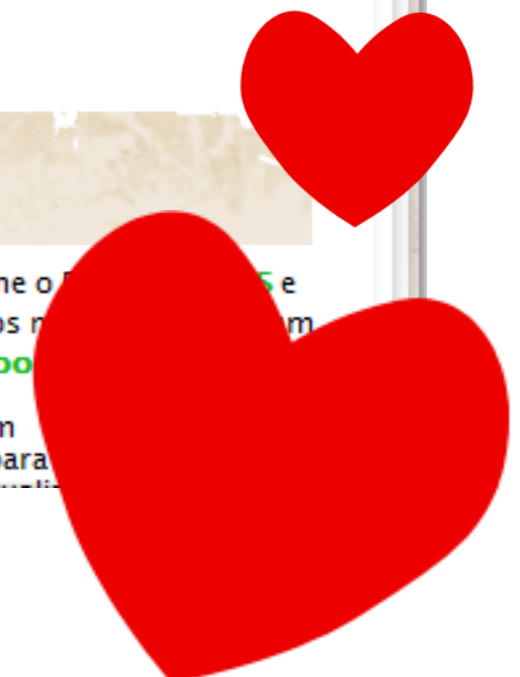
O desenvolvimento das hashtags

A tag (para ser mais exato, hashtag) é um recurso que foi criado de forma espontânea. O sinal # foi usado pela primeira vez para facilitar a organização de mensagens sobre um mesmo tema em 22 de outubro de 2007 por **Nate Ritter**. Ele criou a tag #sandiegofire nos relatos que vinha fazendo sobre os incêndios em San Diego. No Brasil as tags vêm também sendo muito usadas para cobrir eventos e tragédias (a tag #terremotoSP foi um marco nesse sentido).

Tagging, que significa etiquetar, é um processo de associação de metadados (dados sobre

Two promotional banners. The left one is blue and white, for "Submarino Mobile" with the text "Ganhe um fone Bluetooth". The right one is green and white, for "12h Lucas" with the text "COMPRANDO 3 OU MAIS LIVROS".

A Feedburner subscription widget with the heading "ASSINE". It shows "3622 readers" and includes a "BY FEEDBURNER" logo. Below the text, there is a small icon of a person and a "Você também" section.



- A partir da discussão conceitual de ‘folksonomia’ e ‘comunidades virtuais’, este artigo elabora algumas reflexões acerca das *tags* afetivas no Twitter,
- As marcações semânticas permitem identificar afetividade amorosa, sexual, amizade ou solidariedade no twitter.
- O objetivo é demonstrar que as marcações semânticas relacionadas ao afeto não são apenas informações individuais desconectadas da coletividade, pois podem também fornecer elementos de reforço da identidade cultural e permitem a identificação de tribos.



#folksonomia

- Thomas Vander Wal: em 2004, a partir da junção das palavras *Folk* (Povo) + *Taxonomy* (Taxonomia)
- Significa o uso da linguagem natural em arquiteturas da informação pelas quais redes sociais alimentam bancos de dados (MIKA, 2006; SPITERI, 2007; CATARINO e BAPTISTA, 2006)
- Surge a Web Social: semântica + semiótica



indexação bottom- up

- sistema de classificação de conteúdos web gerado pelos usuários que permite aos mesmos atribuir *tags* aos seus recursos digitais favoritos através de palavras ou frases selecionadas de uma linguagem natural” (NORUZI, 2006, p. 1).
- etiquetagem social (YUNTA, 2009; JIMENEZ et al 2009)



#circuitos_culturais

- “folksonomia demonstra ser uma estratégia viável para a classificação de informações em redes sociais, principalmente por sua flexibilidade em acomodar a diversidade cultural que tais redes se propõem a acolher” (AMSTEL, 2007, p. 20).
- Interoperabilidade (Moura, 2007)
- Circuitos culturais (Jenkins, 2008) sustentam comunidades virtuais



#web_social

- Web Semântica (BERNERS-LEE et al 2001) conjunto de instrumentos da Web 2.0: ontologias, RDF, RFF Schema, OWL, sistemas de inferência etc. que representam significados (conexão com as camadas culturais semânticas).
- Objetivo é permitir que máquinas (na forma de agentes de softwares inteligentes) entendam o significado dos recursos descritos culturalmente.
- Tags, posts, blogs, wikis são instrumentos para organização coletiva da informação. (BREITAM, 2005; PICKLER, 2007; FEITOSA, 2006; MIKA, 2006)
- 2006; MIKA, 2006)



Comunidades virtuais e comportamento informacional



- “os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos” (RECUERO, 2009, p. 25).
- “conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (Marteleto, 2001, p. 72).
- Comportamento informacional: “modo como os indivíduos lidam com a informação. Inclui a busca, o uso, a alteração, a troca, o acúmulo e até mesmo o ato de ignorar os informes” (DAVENPORT, 2000, p. 110)



#tags_afetivas



- #sandiegofirer (2007)
- Segundo Primo (2009), o uso das tags afetivas não teria o objetivo de recuperar informações em um contexto temático categorizado pelas referidas tags, mas qualificar uma mensagem contextualizando-a de modo afetivo.
- #sono #quantaalegria #morri #prontofalei #vicie
#beijomeliga
- “este processo diferenciado de tagueamento pretende simplesmente revelar um estado de espírito, um posicionamento afetivo, uma contextualização das emoções em jogo” (PRIMO 2010)



Sim, #tags_afetivas formam #comunidades

- #relationshiprules
- #penabundaem4palavras
- #4palavrasdepoisdosexo
- #comocantarumjornalista
- #ilovegaga
- #ilovebritney
- #naoehamor
- #doepalavras



#doepalavras

- Ação iniciada em 8 de abril de 2010 objetiva reunir mensagens para transmitir afeto e carinho aos pacientes com câncer do Hospital Mario Penna, no Dia Mundial de Luta contra o câncer.
- Os tweets identificados com esta tag foram exibidos em TVs e telões dentro do hospital, para pacientes, familiares e profissionais da saúde (coletividade).



#naoehammador

- grande parte dessas mensagens surgem do perfil twitter.com/naoehammador seguido por mais de 25 mil usuários do site, o que parece indicar o papel das tags afetivas como modo de evidenciar o agrupamento de opiniões em relação ao afeto.
- O fato de alguns usuários optarem por postarem por meio de seus perfis as mensagens e criarem a tag afetiva #naoehammador é indício de agrupamento em torno desse perfil.



#briga_pop

- Exemplos de tags afetivas com finalidade de debater e compartilhar informações que demonstram afeto por alguma celebridade
- As tags #IloveGaGa e #IloveBritney são usadas como disputa simbólica entre as cantoras pop Britney Spears e Lady Gaga, para saber qual é a mais amada do mundo.
- A tentativa dos fãs destas celebridades colocarem tais tags afetivas como as mais discutidas do mundo no Twitter evidencia também a formação de comunidades por



#morri

- Primo (2010) considera que a tag #morri no Twitter atua “indicando uma surpresa, normalmente desagradável”.
- Apesar de a referida tag afetiva ter usos de constatação de descobertas desagradáveis, ela também registra momentos de satisfação e descontração positiva, como exemplificam o tweet:
“Ahh! #morri Para quem quiser ver o tombo da Joycinha ontem na semi da #Superligadevôlei entre Unilever x Sanca <http://migre.me/ve1i>”



#considerações

- Apesar de haverem tags afetivas cujo único objetivo aparente é agregar conteúdo emocional a uma postagem de um dado usuário, sem a preocupação com a coletividade, percebe-se que isso não é restritivo, por não se aplicar a todas as tags afetivas criadas por usuários do Twitter.
- As tags afetivas são usadas para discutir sentimentos e/ou expor à rede e agrupar adeptos a um gosto afetivo e cultural de usuários



#obrigados

- #beijomeliga
- @deboracarpe @ruleandson

