

Folcsonomia e Identidade Cultural

Frederick M.C. van Amstel

Instituto Faber-Ludens de Design de Interação

Av. Paraná, 150. Curitiba/PR

fred@usabilidoido.com.br

RESUMO

As mudanças propostas na discussões “Web 2.0” a respeito de conteúdo gerado e classificado por usuários fazem parte de um movimento maior de hibridização cultural entre identidades globalizadas. A *folcsonomia* é, portanto, utilizada pelos usuários como tática de identificação com pares próximos e comunidades imaginadas, cujo território é a própria mídia.

ABSTRACT

The proposed changes in “Web 2.0” discussions about user generated content and classification are embedded in the movement of cultural hybridization between globalized identities. *Folksonomy* is, therefore, used as identification tatics with peers and imagined communities, whose territory is the media itself.

Author Keywords

Folksonomy, Web 2.0, Cultural Identity, Cultural Studies

ACM Classification Keywords

H.3.3 Information Search and Retrieval

INTRODUÇÃO

A World Wide Web foi criada para mediar atividades acadêmicas, mas o uso para atividades de outra natureza forçou transformações em seu modo de funcionamento. Recentemente, intensificaram-se os debates sobre o desenvolvimento da Internet, os modelos de negócio de iniciativas comerciais, os novos requerimentos técnicos e o conteúdo da Web. Os entusiastas chamam o novo paradigma de “Web 2.0”, indicando uma evolução significativa em seus processos [1].

Tais mudanças, entretanto, não ocorrem pela evolução natural do mercado de tecnologia, mas sim, como desdobramento de movimentos de maiores proporções. Refletindo sobre o papel da tecnologia na globalização,

Jesús Martín-Barbero [2] observa que a tecnologia está alavancando mudanças não por vontade das empresas multinacionais ou do imperialismo de uma nação: “Trata-se, isso sim, do início de uma nova configuração cultural, da articulação das identidades a partir de uma racionalidade tecnológica que se constitui em motor de uma nova sociedade”. Nas grandes cidades, as pessoas perderam a sensação de pertencimento a uma comunidade geograficamente localizada, como o bairro, a cidadezinha do interior, a comunidade alemã local, e passaram a buscar identificação com comunidades transnacionais cujo espaço se encontra na mídia globalizada, como as tribos dos chamados Clubbers, Emos, Straightedges, RPGistas e etc. É devido à essa busca pela identidade que as pessoas, em especial os jovens, estão cada vez mais interessados em participar da mídia. Ela representa a conquista de espaço para afirmação perante seu grupo e a sociedade. Nesse processo, o indivíduo nega a identificação com uma comunidade massificada, a comunidade global ou nacional para o qual se dirige as mídias de massa como a televisão, e procura uma identidade “única” misturando elementos de diferentes comunidades imaginadas, como as que se manifestam no *website* Orkut.com, por exemplo.

MÍDIA E REGULAÇÃO DA CULTURA

Sobre a mudança na relação das pessoas com a mídia nos Estados Unidos, Henry Jenkins [3] explica que, embora a cultura popular estivesse representada na mídia de massa, é a partir dos últimos anos que se torna real a possibilidade do indivíduo contribuir para a sua própria cultura, já que os meios de comunicação monopolizam o cenário da cultura há muitas décadas. Essa “abertura” da mídia tem deslocado a discussão do mecanismos pelo qual se transmitem mensagens em massa para as atividades cotidianas que dinamizam a cultura popular [4]. Ao invés de focar no impacto dos meios de comunicação na sociedade, os Estudos Culturais estão interessados em como as pessoas estão se apropriando, discutindo e subvertendo os meios de comunicação dentro de seus círculos sociais. Tal movimento é importante para essa perspectiva pois a cultura é considerada a dimensão constitutiva da vida social.

Stuart Hall [5] explica que as coisas não existem fora da cultura. Embora uma pedra exista fisicamente, independentemente de seu observador, ela só é cognoscível através de uma linguagem — que inclui a palavra “pedra” — e um sistema de classificação para as coisas — que

Permission to make digital or hard copies of all or part of this work for personal or classroom use is granted without fee provided that copies are not made or distributed for profit or commercial advantage and that copies bear this notice and the full citation on the first page. To copy otherwise, or republish, to post on servers or to redistribute to lists, requires prior specific permission and/or a fee.

CHI 2008, April 5–10, 2008, Florence, Italy.

Copyright 2008 ACM 978-1-60558-011-1/08/04...\$5.00

diferencia pedra de madeira ou ferro. “O significado surge não das coisas em si — a realidade — mas a partir dos jogos de linguagem e dos sistemas de classificação nos quais as coisas estão inseridas. (...) A cultura é nada mais do que a soma de diferentes sistemas de classificação e diferentes formações discursivas aos quais a língua recorre a fim de dar significado às coisas”. (p.29) Notando a importância da cultura para o controle da realidade social, organizações de todos os setores estão cada vez mais interessadas na regulação da cultura dentro de seus domínios. Existem várias formas de fazer isso: censura oficial, políticas culturais, competição no mercado de produtos culturais, manifestações populares e normas convencionadas.

Os esforços de regulação se diferenciam pela origem e sentido de atuação: do topo de uma hierarquia social no sentido vertical de cima para baixo ou independente de hierarquia no sentido horizontal, eventualmente, partindo de baixo para cima. O movimento de regulação horizontal por vezes entra em conflito com o movimento vertical, ameaçando sua autoridade. Algumas pessoas não acreditam na possibilidade de uma regulação horizontal, já que esta nunca se estabiliza, e taxam os movimentos horizontais de anárquicos e anti-reguladores (ver [6], por exemplo).

FOLCSONOMIA E REGULAÇÃO HORIZONTAL

Capitalizando a regulação horizontal, encontra-se uma das técnicas mais citadas nas discussões sobre “Web 2.0”: a *folcsonomia*¹, um esquema de classificação por palavras-chave ou etiquetas (*tags*) escolhidas livremente por seus usuários. Como exemplo, são citados os *websites* Flickr e Del.icio.us, que permitem que qualquer pessoa publique conteúdo usando o esquema livre de classificação. As etiquetas são usadas para posterior recuperação da informação, sem qualquer controle por parte do *website*. Em outros *websites* como Overmundo, Youtube, Blogger, Technorati, MySpace, Consumating, Last.fm e Stylehive a *folcsonomia* é aplicada de forma diferente. O que estes *websites* tem em comum, entretanto, é: a) enorme diversidade e quantidade de conteúdo gerado pelos usuários; b) participação de diferentes grupos sociais com interesses variados e c) grande motivação dos usuários em se encontrar e compartilhar informações.

Rashmi Simha [7] observa que o processo mental de classificação com etiquetas exige menos do usuário, já que não é preciso escolher opções relevantes dentro de uma lista pré-definida. É como se, na Figura 1, que representa o processo de decisão para categorizar um elemento dentro de uma taxonomia, fosse pulado o estágio 2, onde é escolhida

qual das categorias melhor se aplica ao elemento. As associações surgiriam e seriam imediatamente traduzidas em etiquetas, sem considerar se estas estariam de acordo com um esquema maior de classificação.

Cognitive process behind categorization

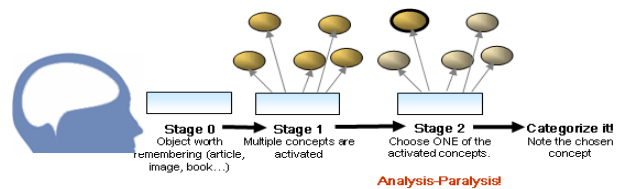


Figura 1 - Processo cognitivo da classificação taxonômica (reproduzido de

http://www.rashmisinha.com/archives/05_09/tagging-cognitive.html)

Nesse esquema não haveria contradição entre a esfera privada e pública, sendo o processo exclusivamente individual. O único dilema possível na hora da escolha das etiquetas seria a consistência com as etiquetas utilizadas anteriormente pelo usuário: usar sempre a mesma etiqueta para um determinado assunto, não usar etiquetas ambíguas, manter a quantidade de etiquetas num nível administrável e etc. Entretanto, alguns meses após propor o esquema, Simha [8] reconheceu que o processo se torna também social quando o usuário percebe a existência de *tags streams*, ou seja fluxos de *links* que são adicionados ao sistema como uma determinada etiqueta por diversos usuários (Figura 2). O usuário passaria, então, a ser influenciado pelas etiquetas escolhidas pelos outros usuários.

Social Interaction & Conceptual Transmission with Tags

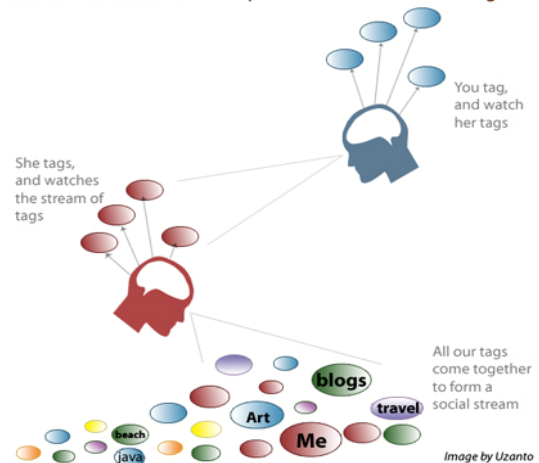


Figura 2 - Interação entre usuários na classificação por etiquetas (reproduzido de

http://www.rashmisinha.com/archives/06_01/social-tagging.html)

A *folcsonomia* media a relação do indivíduo com a esfera particular e pública de sua vida sem, no entanto, resolver as contradições que existem entre elas como, por exemplo, as diferentes identidades projetadas para o público e a

¹ No presente artigo, optamos por traduzir o termo *folksonomy* como *folcsonomia* devido ao aportuguesamento eficaz das palavras *folklore* como folclore e *taxonomy* como taxonomia.

indefinição da identidade “verdadeira”. As etiquetas são, portanto, vocábulos de uma linguagem sintética utilizada para descrever e contextualizar determinados recursos que o usuário deseja arquivar e compartilhar com outras pessoas. Esta linguagem, embora não esteja submetida a um controle superior, é delineada pelos códigos culturais relevantes às interações vividas pelo usuário. O controle acontece horizontalmente, ou seja, os laços das redes sociais ora reforçam certas práticas, ora desencorajam outras, num movimento similar a uma reação em cadeia complexa.

HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL

Ao mesmo tempo em que a globalização cria uma cultura global, diferentes culturas transnacionais e localizadas clamam por espaço e reconhecimento na sociedade. Essas culturas se relacionam não por hierarquias ou sobreposição, mas sim pela hibridização múltipla promovida pelas pessoas que participam de diferentes culturas. Segundo Lévi-Strauss [9], as experiências de interação com culturas diferenciadas podem contribuir para o desenvolvimento da linguagem e da técnica, derrubar preconceitos e promover a reflexão.

No Flickr, um usuário pode participar desde grupos de fotografia sobre dança indiana típica do estado de Orissa na Índia até grupos de amantes de antílopes da Patagônia sem dar um passo fora de casa. A vantagem em relação à Revista National Geographic, por exemplo, é que existe diversidade de pontos de vista em relação ao recorte da cultura. A forma como um brasileiro fotografa o carnaval brasileiro pode ser bem diferente da forma como um estrangeiro fotografaria e, no entanto, os dois recortes podem estar disponíveis no Flickr. Mais do que isso, uma mesma foto, seja tirada por um ou por outro, pode ser classificada e encontrada por diferentes perspectivas, sem depender da perspectiva de uma edição homogeneizadora, como é o caso de veículos editoriais tradicionais.



Figura 3 - Foto de mulher dançando samba tirada por usuário “Nonstop Place” do Flickr.com

DENOTAÇÃO E CONOTAÇÃO

No Flickr, enquanto os estrangeiros etiquetam a foto da Figura 3 como “girl” (moça), “party” (festa), “vacation”

(viagem de férias) e “derriere” (vista de costas de uma pessoa), os brasileiros etiquetam como “bunda” e “popozuda” que, segundo o comentário sobre a foto deixado por um usuário, é “a cara do Brasil”. Enquanto as etiquetas estrangeiras descrevem objetivamente o conteúdo da festa, as etiquetas em português situam a foto na cultura. O termo “popozuda” passou de um vocábulo regionalizado à expressão conotativa utilizada em vários lugares do Brasil após a difusão nas rádios nacionais de um *funk* carioca. Quando se utiliza o termo “popozuda” numa conversa, é evocada a história da canção e o sentido dado a ela pela canção. A escolha por usar “popozuda” ao invés de “bunda” ou “nádegas” não é pelo seu valor denotativo, pois ambas indicam com mesma precisão o objeto referido, mas sim pelo seu valor conotativo.

Em sua análise da fotografia publicitária, Barthes [10] explica que a denotação refere-se à natureza da imagem, à descrição pura do referido, independente de interpretações ou associações, enquanto a conotação refere-se ao significado da imagem em relação a um código cultural, incluindo suas múltiplas possibilidades de significação.

É contra a equivalência entre tais possibilidades que Peter Morville dirige sua crítica sobre a *folcsonomia* que, segundo ele, dissolve conceitos como popularidade, poder, credibilidade, confiança e relevância num “festival baquiano de anarquia semântica” [6]. Barthes [10], entretanto, explica que a diversidade das leituras não é anárquica, pois depende do saber investido na imagem (saber prático, nacional, cultural, estético). O indivíduo recorre a diferentes léxicos — conjuntos de práticas e técnicas de uso da linguagem — para elaborar suas interpretações sobre a imagem. O código cultural a que o indivíduo recorre pode ser diversificado, mas nunca anárquico. Se a linguagem fosse anárquica, não haveria possibilidade de entendimento mútuo e, no entanto, o entendimento ocorre mesmo sem a presença de uma hierarquia controladora.

IDENTIFICAÇÃO PELO VOCABULÁRIO

A Gramática Normativa e os dicionários são esforços verticais de regulação da cultura, mas, como observa Bagno [11], estes não tem qualquer eficácia sobre a linguagem falada no cotidiano. Sua eficácia está restrita à linguagem escrita e, assim mesmo, existe uma grande defasagem entre o que a norma especifica e o que as pessoas escrevem. A atualização da linguagem falada se dá pela interação entre os falantes: se a fala é adequada para o contexto, ela possivelmente será replicada em contextos similares futuramente. Foi precisamente assim que se propagou o termo “popozuda”. Enquanto o termo não figura em dicionários “oficiais” como o Aurélio, o Dicionário Informal, um *website* em que os próprios usuários definem os termos, dá a seguinte definição de “popozuda”:

“Mulher gostosa, com grande bunda e coxas

grossas. Geralmente utilizado para denominar as mulheres que frequentam bailes funks e possuem essas características.”

A ampla utilização de neologismos, palavras chulas e gírias como etiquetas em *folcsonomias* denota que os usuários destes sistemas não estão muito preocupados com a consistência global do sistema de classificação. Entretanto, se observarmos a movimentação de regulação da cultura horizontal, essa utilização conota a intenção de pertencer a determinados grupo de falantes que possuem vocábulos próprios, a expressão da identidade do usuário em relação a estes grupos e a maximização das trocas linguísticas dentro e fora dos grupos. A escolha das etiquetas para registrar a visão do indivíduo sobre um determinado recurso a ser catalogado é um ato de identificação com um grupo, mesmo que o indivíduo não formule tal intenção expressamente. Na visualização das etiquetas usadas com maior frequência por um usuário, esse aspecto fica mais visível (Figura 4).



Figura 4 – Nuvem de etiquetas mais usadas pelo usuário “Marco Gomes” do Flickr expressa sua identidade cultural

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *folcsonomia* surge num momento em que a homogeneização da Internet parecia o único caminho possível para o entendimento mútuo das diferentes culturas que se utilizam dela para se comunicar. Ela demonstra que é possível conviver com a diversidade cultural sem homogeneizá-la e, ainda, que é possível encontrar sentido na miscelânea, em especial, se forem levados em conta seus contextos de origem (o sentido conotado). Dentro dessa perspectiva, a *folcsonomia* não indica apenas uma técnica de classificação de informações; é também uma tática de identidade cultural na qual as pessoas podem encontrar-se a si mesmas e outras pessoas com quem desejam se identificar.

As escolhas de etiquetas do indivíduo seguem, portanto, suas intenções de identificação cultural e a liberdade

oferecida pelo esquema permite a convivência e interação entre diferentes grupos sociais que habitam os sistemas, sem que seus movimentos de regulação da cultura se tornem hegemônicos. Em outras palavras, a *folcsonomia* oferece um balanço de poder entre grupos e indivíduos flexível o suficiente para acomodar ambições de ambos em relação aos desafios de identificação no processo de globalização.

SOBRE O AUTOR

Frederick van Amstel é fundador do Instituto Faber-Ludens de Design de Interação e editor do blog Usabilidoido. Formado em Comunicação Social pela UFPR, cursa o Mestrado em Tecnologia na UTFPR.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. O'Reilly, Tim. What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software. <http://www.oreillyn.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
2. Martín-Barbero, Jesus. Ofício de Cartógrafo: Travessias Latino-Americanas da Comunicação na Cultura. Edições Loyola, 2002, p.181.
3. Jenkins, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006.
4. Martín-Barbero, Jesus. Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia. Editoria UFRJ, 1997.
5. Hall, Stuart. A centralidade da cultura: Notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: Educação & Realidade, Porto Alegre, jul.-dez. 1997, vol. 22, nº 2, p. 17-46.
6. Morville, Peter. Authority in Semantics. 2005. <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000057.php>
7. Simha, Rashmi. A cognitive analysis of tagging (or how the lower cognitive cost of tagging makes it popular). In Rashmi Simha: thoughts on technology, design & cognition, 2005. <http://rashmisinha.com/2005/09/27/a-cognitive-analysis-of-tagging/>
8. Simha, Rashmi. A social analysis of tagging (or how tagging transforms the solitary browsing experience into a social one) in Rashmi Simha: thoughts on technology, design & cognition, 2006. <http://rashmisinha.com/2006/01/18/a-social-analysis-of-tagging/>
9. Lévi-Strauss, Claude. Raça e História. In: Raça e Ciência. Editora Perspectiva, São Paulo, 1970.
10. Barthes, R. O óbvio e o obtuso. Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1990.
11. Bagno, Marcos. Preconceito Linguístico. Edições Loyola, São Paulo, 2006.