

Indexação de imagens fotográficas no *Instagram*: representação subjetiva das *hashtags*

Photographic images indexing on the *Instagram*: *hashtags* subjective representation

Marilucy da Silva FERREIRA *

Resumo: discute a representação da imagem fotográfica no *Instagram* e sua indexação. A abordagem teórica está embasada em autores da Ciência da Informação e do campo imagético. Conclui que o *Instagram* é mais uma ferramenta de expressão e representação da informação produzida pela sociedade. Ainda que a ferramenta não seja a mais favorável para a representação da imagem fotográfica como documento histórico, ela permite explorar as múltiplas facetas da informação social, mesmo sendo fluída, efêmera e subjetiva.

Palavras-chave: indexação de imagens; *Instagram*; mídias sociais; representação da informação.

Abstract: discusses the photographic image representation in *Instagram* and its indexing. The theoretical approach is based on authors of Information Science and of the image field. It concludes that *Instagram* is another tool of expression and representation of the information produced by the society. Although the tool is not the most favorable for the photographic image representation as a historical document, it allows to explore multiple facets of social information, even though it is fluid, ephemeral and subjective.

Keywords: image indexing; information representation; *Instagram*; social media.

Itabira é apenas uma fotografia na parede. Mas como dói! (Carlos Drummond de Andrade)

1 Introdução

Para além da água, do espelho e da tinta, surge a fotografia que, sob um referente manifestado, ou seja, concreto, revela, imprime e guarda histórias, marcas, momentos e toda a subjetividade que, algumas vezes, sublinha uma visão poética, romanesca e nostálgica da vida. À imagem e semelhança divina, ao sorriso enigmático da obra de Da Vinci, ao beijo suspiroso de Klimt¹, a fotografia vem trazer uma imagem mais dramática, porque parte de uma representação do real, configurando momentos passados dos sujeitos e fenômenos que nela aparecem sob

* Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-Brasil) e docente do Curso Técnico em Biblioteca, na Secretaria Executiva de Educação Profissional do Governo do Estado de Pernambuco. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/3433505980060747> ; e-mail: maluzhubiblio@gmail.com

¹ O evento da criação, segundo a Bíblia; a *Monalisa*, quadro de Leonardo Da Vinci; e *O beijo*, quadro de Gustav Klimt.

perspectiva. Tal perspectiva é uma responsabilidade, ideológica e/ou estética, do observador. Nosso cérebro molda o mundo em formas e movimentos devido aos estímulos adquiridos pelas experiências de forma plástica e com referentes imagéticos acumulados na memória: gestos, cores, imagens, entre outros elementos constitutivos à sua forma e contexto que, na fotografia, podem aparecer mais ou menos destacados, dependendo da intenção olho que está por trás da lente. Os destaques podem ser diversamente manipulados com as tecnologias de informação e comunicação, as quais potencializaram as formas de captura e edição de imagens.

Outro ponto distinto é a autonomia da publicação e descrição de imagens. O *Instagram*², criado em 2010, é um serviço de rede social para tirar, trocar e compartilhar fotos e vídeos, é um exemplo dessa autonomia. Nele os assuntos aparecem como etiquetas, acompanhadas do símbolo octothorpe (#), mais popularmente conhecido, no Brasil, como *símbolo do jogo da velha*. A composição octothorpe mais uma etiqueta (ou *tag*, em inglês), forma a *hashtag*. As *hashtags* são usadas para descrever um assunto nas mídias sociais, como, por exemplo, no *Twitter*³. O *Instagram* é um espaço para publicação livre, tanto de fotos institucionais, como pessoais. Quando as fotos são pessoais, as *hashtags* usadas podem ser objetivas ou subjetivas. O mesmo acontece quando se fala em indexação social, ou *folksonomia*, na qual os usuários não estão preocupados com uma representação documental, mas com seu momento particular. Podemos, então, falar da imagem fotográfica como uma linguagem que se anuncia junto a outras mais (gestual, simbólica) e que pode desencadear diversas leituras e interpretações. Nesse sentido, a formação e a informação daquele que captura, olha, sente e publica, é que poderão traçar como serão descritas tais leituras e interpretações; ou seja, se a elas serão empregadas descrições objetivas e/ou subjetivas.

Este artigo pretende apresentar algumas questões sobre a indexação da imagem fotográfica, considerando a forma desta, em um universo pessoal, podendo substituir a representação formal — com datas e nomes de lugares, por exemplo— por palavras e expressões que refletem sentimentos e interpretações individuais de espaços, eventos, pessoas, coisas e objetos. Com isso, o espaço e o tempo são anulados — o que pode prejudicar a recuperação e a identificação de cenários, eventos e sujeitos — eliminando, assim, no futuro, uma parte da memória social. A informação e a organização da informação são temas importantes para a tradução da narrativa que se revela no documento fotográfico.

2 A fotografia como signo documental

A imagem fotográfica guarda uma força cumulativa do registro humano no espaço físico e também em sua memória. Isso porque ela transporta a memória para uma

² <https://www.instagram.com/>

³ <https://twitter.com/>

realidade outrora viva, uma vez que é “o próprio vestígio daquilo que ela representa” (Joly, 1994, p. 150).

É precisamente ao tentar refletir sobre aquilo que o fascinava na contemplação de determinadas fotografias que Barthes descobre o que faz da fotografia uma imagem fundamentalmente diferente das outras imagens: é a dupla conjunção de *realidade* e *de passado* que ela propõe — aquilo que ela representa *esteve ali*. É aquilo a que Barthes chamou *isto foi* (Joly, 1994, p. 150).

No cenário humano, o passado tem grande representatividade cumulativa cultural, social, política e que direciona também aspectos econômicos (as oscilações e quebras das bolsas de valores, por exemplo). A fotografia é um documento que abrange o passado em forma e conteúdo; leia-se: as fotografias para fins legais (identificação de perfis e cenários suspeitos) e morais (o que estão vestindo? Que pose (ou gesto) estão fazendo?). Nesse sentido, a fotografia tem valor comprobatório e, em alguns casos, pode influenciar uma decisão. A fotografia – salvo um cenário artificializado ou plástico – pode ser uma prova de um evento real, que em algum momento foi registrado e, assim:

um estudo crítico e reflexivo sobre as fotografias deve se preocupar em situar os interesses que direcionaram a produção, circulação e recepção destas imagens e em desvendar o significado que emerge da narrativa visual. A fotografia deixou de ser mero instrumento ilustrativo da pesquisa para assumir o *status* de documento, matéria-prima fundamental na produção do conhecimento sobre determinados períodos da História, acontecimentos e grupos sociais. (Sonego, 2010, p. 113).

Podemos validar a fotografia como um signo de memória, um espectro narrativo de épocas, costumes, tendências e fatos. Ela é, pois, “um valioso patrimônio documental por representar, mediante uma técnica concreta, acontecimentos e padrões culturais que, junto ao componente informativo, nos faz saber quem, como, quando, em que e onde enriquece nossa compreensão do contexto social” (Malverdes & Lopez, 2016, p. 68). Tal compreensão, no contexto documental, deve-se fundamentar em precisar os atores, cenários, perspectivas e contextos, descritiva e tematicamente, revelando assim, as formas e as propostas narrativas que se apresentam na imagem. Dessa maneira, a recuperação da informação torna-se mais profícua e as possibilidades de ruídos (ou lixo de conteúdo indesejado) são reduzidas.

3 Indexação e imagem fotográfica

A imagem fotográfica tem sido um dos principais tipos de fontes de representação social na *web*, em especial nas redes sociais. Contudo, a representação que é feita das imagens nesses espaços tem finalidades pessoais, o que, muitas vezes, apresenta uma noção de que não é importante revelar a forma, a versão original dos

fatos; leia-se: uma gama de termos e *emoticons*⁴ que anunciam a fotografia como uma instância sentimental. Para a via documental, essa maneira de representar a fotografia é caótica, pois, não atende a um fim básico do documento, que é se perpetuar e ser uma ferramenta de memória. “A fotografia, por sua vez, pode ser tida, também, como uma representação. Ela, enquanto recorte de espaço-tempo pode ser tomada como parte da realidade, como representação do real” (Manini, 2002, p. 83).

Não nos ateremos com profundidade a discutir o valor de memória de uma fotografia, ou as formas ‘corretas’ de indexar. Queremos apenas apontar uma realidade que se avulta no universo digital e oferta novas narrativas sobre a informação e, mais precisamente, sobre seu comportamento e seu fluxo. Nessa linha, podemos trazer a imagem como o “olhar” e a palavra como a “indexação”, em que um conteúdo imagético pode ser olhado e representado, pelas palavras. Esse é o tempo da conjunção das representações humanas através das redes sociais. Não cabe, assim, entender que não só em registro gráfico, mas também, o pensamento e o conhecimento que se abrigam nas mentes são válidos. Quando este conhecimento é uma percepção que salta à lente fotográfica e traz um momento para a história, é mais uma linguagem que no mundo se manifesta em uma forma diversa da escrita.

A imagem atrai para si uma linguagem de vários sentidos: poético, subjetivo, de referente real, de plástica e forma descritiva. O que se percebe dela é descritível. “A arte ocidental transforma a “impressão” em descrição” (Barthes, 2007, p. 101). “Nós somos, muito mais do que outrora e a despeito da invasão das imagens, uma civilização da escrita” (Barthes, 1971, p. 12, citado por Almeida, 2011, p. 148). A imagem traz em sua subjetividade uma realidade que existiu. E, pode-se dizer mais: dentro da subjetividade, está guardada uma realidade outrora concreta, plausível. Algo aconteceu para, então, “congelar” e, na plástica estática da fotografia, permanecer. A imagem é palavra visível:

Se a fotografia não pode exprimir mais do que as aparências do real, trata-se de uma *hiper-realidade*, pois simula como presença aquilo que nós sabemos ausente, mas que, mesmo assim, nos convence de sua existência, ainda que no passado (Neiva Jr., 1994, p. 73).

Moreiro Gonzáles (1994) coloca que a imagem se relaciona de forma contínua com a palavra que, para o mesmo, é um signo de comunicação mais abstrato, ou seja, requer maior habilidade interpretativa: para decodificar um texto é preciso saber lê-lo, quanto à imagem, é necessário saber vê-la. Nessa perspectiva, pode-se observar o porquê da imagem se sobrepôr à palavra. A um só tempo a imagem é específica e genérica (cf. Layne, 1986, citado por Smit, 1996). Ou, como nos comenta Barthes, como a Fotografia é contingência pura, e só pode ser isso (é sempre alguma coisa que é representada) — ao contrário do texto que,

⁴ Ícones digitais, ou sequências de símbolos do teclado, usadas para representar expressões faciais e sentimentos.

pela ação repentina de uma única palavra, pode fazer uma frase passar da descrição à reflexão— ela fornece de imediato esses 'detalhes' (1984, p. 49).

O exemplo de um gato, em uma fotografia e apenas a palavra "gato" irão demonstrar qual das duas — imagem ou palavra — falam mais. Na fotografia se verificará a cor do animal, o tamanho, pode-se ver ainda se o local apresenta-se claro ou escuro, tendo em vista que a pupila do felino se dilata conforme a luminosidade do ambiente etc. Assim, quando se explora, sob uma perspectiva de memória da palavra, consonante à imagem que ela representa, ou, conforme a visão saussuriana como uma "imagem acústica", ou "significante", que não referencia diretamente o objeto (gato), mas "evoca um conceito" (Rodrigues, 2008, p. 14), a fotografia é mais falante, pois nela estão explícitas as características físicas do animal, sendo, pois, neste caso, a imagem mais expressiva (falante) que a palavra "gato". Atentando para a multiplicidade de sentido que uma imagem oferta, o indexador deve ter o máximo de recursos e algum entendimento para representar o conteúdo polivalente de sentidos, que não é um texto, mas uma imagem.

Dessa forma, Smit (1996, p. 29) ressalta que não se pode indexar documentos fotográficos seguindo os mesmos procedimentos que se faria a um documento textual. A luz é um elemento que ilustra tal assertiva, pois, sem ela as imagens não existiriam (Moreiro Gonzáles, 1994). A leitura acerca de uma imagem suscita, antes de tudo, um olhar dominante sobre os detalhes, para se chegar à sua linguagem. Nesse sentido, "o espírito humano observa para poder transformar" (Neiva Jr., 1994, p. 36).

Por vezes, ao texto é imprescindível a imagem. A imagem diz algo a mais que o texto não consegue dizer por si mesmo (Layne, 1994). E, por vezes, "a fotografia *fala* a ponto de recusar palavras". Barthes (1984, p. 133). A "imagem fotográfica é plena, lotada, a ela não se pode acrescentar nada" (Neiva Jr., 1994, p. 66). Segundo Manini (2002, p. 69) a "fotografia tradicional é o primeiro tipo de imagem cujo referente é necessariamente real".

Dubois coloca que, com a fotografia, já não se pode pensar a imagem fora do ato que a torna possível. Então, é impossível dissociar o conteúdo da imagem de sua contextualização histórica (em se tratando, especialmente, de um documento fotográfico), assim como é importante associar a forma (técnica) da fotografia à sua expressão. (Manini, 2002, p. 80).

Para tanto, Manini (2002) lembra que isso é inválido quando se trata de uma fotografia digital. O advento das novas tecnologias e técnicas de modelagem e edição, no âmbito da imagem fotográfica, como é o caso do *Photoshop*, indicam e desconstróem o antigo paradigma da fotografia, cujo referente seria sempre real. A luz, os contrastes, uma imagem colorida que pode ficar em preto e branco, um

modelo usando uma roupa de época etc.; tudo isso transforma e ressignifica o espaço e o discurso da imagem fotográfica.

No presente, a fotografia pode, ou está passível de ter seu referente deslocado, alterado. Dar significado a imagens, pela representação com palavras, no caso de um sistema de informação ou base de dados, uma linguagem com determinado controle vocabular, em que há a presença de descritores que exercem uma representação mais comprometida com o documento, livrando-o de metáforas e expressões de esplendor e contentamento requer sair do universo da subjetividade, muitas vezes expressos na fotografia. Nesse sentido, deve haver uma busca pela objetividade da paisagem, do objeto, ou da pessoa fotografada. Busca-se entender e decifrar tons, ações e formas (uma mulher no jardim lendo; uma menina segurando um gato etc.). Assim, a análise é pela significação, e não pela emoção ou pelo prazer estético (Joly, 1994, p. 30). A imagem se relaciona de forma contínua com a palavra que, para o mesmo, é um signo de comunicação mais abstrato, ou seja, requer maior habilidade interpretativa, já que a comunicação visual requer um contexto ou referente (Joly, 1994, p. 62).

4 Folksonomia

Thomas Vander Wal, em 2004, fundiu os termos *folk* (que significa povo) e taxonomia (Wal, 2007). Assim, surgiu a folksonomia, que alude à forma livre dos usuários representarem as informações que criam, editam e compartilham em mídias sociais, como o *Facebook*, o *Twitter* e o *Instagram*. Trata-se, portanto, de uma prática de classificação popular (Assis & Moura, 2013).

A indexação livre, indexação social, ou folksonomia, ganhou audiência nas redes sociais, em especial, porque os usuários são, muitas vezes, os próprios criadores dos conteúdos que postam. Assim, acima de um compromisso com a representação semântica dos conteúdos, está o prazer em compartilhar momentos, conquistas, experiências. Isso pode causar ruídos e até mesmo silêncios nos sistemas de recuperação de informação, em virtude da polissemia ou da sinonímia e mesmo as formas de etiquetagem, usando-se *tags* que refletem emoções. Essas *tags* são indexadas pelos sujeitos informacionais em conteúdos particulares (fotos) seja de ambientes, ou objetos públicos ou privados.

Por sujeito informacional entende-se um sujeito social que manifesta a sua subjetividade através do estabelecimento de identidades e percursos informacionais na *web*. Ele é visto como um sujeito social pragmático, uma vez que constrói suas relações pela via da linguagem e do compartilhamento de significados. Tal fenômeno marca a passagem de um usuário passivo em busca de recursos que atendam às suas necessidades de informação para um sujeito ativo e dinamizador dos fluxos informacionais. Essas alterações podem ser visualizadas e analisadas em ambientes em que ocorrem folksonomias. (Assis & Moura, 2013, p. 2).

O indexador que está atuando e um sistema de informação, por exemplo, elaborando sistematicamente os assuntos para futuras recuperações, difere-se do sujeito que está na chamada *Web 2.0*, cujo perfil integra o usuário como cocriador, tradutor e disseminador de informações. Este usuário indexa as informações conforme seu vocabulário, segundo sua ótica e experiências particulares (Marques & Santos, 2015). A *Web 2.0* é oriunda de um contexto de profundas alterações sociológicas (Catarino & Baptista, 2007) e mais expandida e interativa do que a *web* em seu início. Ela suscita responsabilidades e delega autonomia de todos os atores: sociais, institucionais, políticos, culturais, econômicos etc. Ela dialoga em ritmo simultâneo aos acontecimentos, o que a torna mais atraente para os usuários que querem interagir com o mundo, sem barreiras geográficas, temporais e principalmente, sem barreiras de linguagem; leia-se: os *emoticons* e a própria imagem fotográfica como signo narrativo, estético e ideológico que se manifestam nas expressões, poses e formas compartilhadas nas redes sociais.

4 O universo “*hashtéguico*” e a subjetividade na representação da imagem

Há erro em indexar uma foto pessoal atribuindo um sentimento? Acreditamos que não. Quando a foto de uma criança ou uma mulher que é mãe de alguém é postada, ou um alimento, as palavras que são comuns visualizar representando tais conteúdos são do tipo “amor eterno”, “vida”, “delícia”. Então, ao pensar em uma base de dados de um acervo fotográfico, essas palavras perdem sua essência matricial-sentimental, porque saíram da sua fonte criadora e agora devem ser ressignificadas considerando o espaço-tempo. Todavia, a comunhão entre a subjetividade e a objetividade, talvez potencialize o que a fotografia é em si: uma proposta de memória e sentido contextual. Isso é uma forma de trazer o usuário para dentro do sistema de informação, de forma que ele também se torne um tradutor do documento fotográfico, pois, ao publicar uma paisagem pública, um prédio, ou um jardim, ele está sentindo e traduzindo, ao mesmo tempo, sua percepção do lugar.

Mas se são os sentimentos que predominam, o que irá regular se a paisagem, o evento, ou o objeto será mesmo traduzido de forma subjetiva e objetiva? Não há uma certeza a esse respeito no espaço da rede social sobre a informação e sua respectiva tradução. Há sim, um momento, ou um conteúdo que é veiculado a algo e etiquetado com livre arbítrio. Um exemplo de palavras que são *hashtags* comuns e frequentemente aparecem no *Instagram* são “*cute*” (fofo) e “*love*” (amor). Elas estão entre as 5 *hashtags* mais usadas entre os usuários do *Instagram*, uma ferramenta social com mais de 400 milhões de usuários (Pasqual, 2015), o que ratifica que os sentimentos direcionam a linguagem da sua forma físico-descritiva (datas e nomes de pessoas, por exemplo) para uma forma subjetiva (emoções, estados de espírito). São impressões pessoais e não delimitações de tempo e espaço que representam tais informações.

É uma cultura agendada em si mesma pela comunidade humana em que há uma estreita relação entre sensação de traduzir os sentidos e representar um conteúdo imagético. Como afirma Santaella (2003, p. 30) “não há separação entre uma forma de cultura e o ser humano. Somos essas culturas”. Mesmo oriunda de um universo informal os efeitos das redes são percebidos nas interações com o estado, a sociedade e demais instituições representativas (Marteleto, 2001). A opinião pública é postada e reflete a realidade, o que é comum vermos postagens com finalidades religiosas, ideológicas, políticas, além das expressões de gostos culturais, musicais, literárias etc. Para analisar conjuntos de informações nesses espaços, é mister considerar as relações e interações (Marteleto, 2001).

A relação das *hashtags* com as palavras de ordem dentro do debate político do cenário brasileiro, conforme exemplo o trabalho de Moura e Mandaj (2014), foi tema de artigo, o que sinaliza que a literatura já percebe e discute formas de representação de informações publicadas em redes sociais.

Por conta dessa nova característica da internet, onde a produção de conteúdo acontece livremente, houve demanda no desenvolvimento de métodos e facilidades para o armazenamento e organização de toda a informação contida no ciberespaço. Assim, ferramentas colaborativas foram desenvolvidas, permitindo que além de armazenar e publicar suas próprias informações, os indivíduos pudessem também classificá-las com seus próprios termos. (Moura & Mandaj, 2014, p. 5).

Ao realizar essa classificação com sua própria forma de descrever um objeto, evento ou pessoa, “os indivíduos não só categorizam, como também dão significado a esses objetos de acordo com seu próprio entendimento” (Moura & Mandaj, 2014, p. 6), o qual, muitas vezes, distancia-se totalmente da realidade e edifica uma “imagem” do sentimento. Ao ver uma flor, por exemplo, a fotografia vai ser representada como ‘amor’, ‘paz’, ou significados que remetem à beleza, doçura, não havendo atenção ao nome que ela é conhecida no senso comum.

O *Twitter*, uma das principais mídias sociais, implantou em meados de 2008, o sistema de indexação denominado *trending topics*, uma ferramenta que possibilita o agrupamento de postagens por tópicos, articulando determinadas palavras, frases ou expressões precedidas pelo símbolo sustenido “#”, chamado *hashtag*. Desde então, os usuários podem direcionar ativamente tópicos específicos ou acompanhar passivamente o movimento de indexação dessa mídia social. (Moura & Mandaj, 2014, p. 6).

Quando a imagem se destina para ser um item histórico, documental, ela se anuncia descritiva e temática, requerendo, então, uma representação que a coloque no tempo e no espaço e em um evento social. Dessa forma, um acervo imagético suscita um arranjo descritivo e temático, cujo metadados e termos, favoreçam sua recuperação em um sistema informacional.

5 Organização da informação

Tudo o que se mostra representado pressupõe uma organização. A organização, atrelada à atividade humana, ocorre desde o princípio de executar, comodamente, suas necessidades de rotina — o plantio, a caça, ou o combate para a sua sobrevivência, diante da superior natureza —, fazendo uso de instrumentos, cuja função seja estender, aperfeiçoar, ou multiplicar sua atividade. Desde os primórdios a humanidade busca formas de organização. Ilustrando essa busca pela ordem, as palavras-chave apresentam-se como forma de organização para recuperação da informação em textos e, aparecem como *tags*, quando estão representando conteúdos em redes sociais. Contudo, sua disposição representativa nem sempre ocorre de maneira satisfatória, dado sua elaboração, sua organização.

A palavra, usada como representação das ações e interpretações humanas, tem particularidades, as quais lhe conferem um grau de complexidade. Embora tenha evoluído ao longo do tempo, a palavra perfila-se como um indicador de comunicação, mas nem sempre de completa compreensão; leia-se: a linguagem natural, onde uma palavra pode suscitar várias significações por ser polissêmica ou ambígua. No caso da representação da imagem, tais questões também devem ser postas com cautela e racionalidade. As sociedades buscam organizar-se em suas dimensões, a saber: religiosa, cultural, política, econômica etc. e a informação permeia todos esses segmentos, os quais devem ser demarcados e organizados no universo conceitual. Para tal, surgem as classificações, padronizações, sistematizações, especializações etc., prestando-se ao reconhecimento da construção social – seus bens tangíveis, como os registros e objetos, e, seus bens intangíveis, sua cultura, suas manifestações, sua produção imaterial. Nesse contexto, a organização da informação se faz necessária. Silva (2007, p. 32) escreve que:

A organização da informação não se limita a um conjunto de procedimentos, mas se realiza através deles a partir do tratamento da informação, que é orientado por recursos bem definidos adotados por instituições ou ambientes específicos destas instituições.

A organização da informação delinea-se a partir do que se deseja recuperar, seu tratamento, para tanto, é que definirá sua futura recuperação. Garcia e Silva (2005, p. 3) explicam que a expressão recuperação da informação foi difundida em 1951 por Calvin Mooers, mas, naquele momento não se conseguiu um consenso sobre a definição. Robins explica que:

A recuperação da informação é uma disciplina interessada nos processos pelos quais questões são apresentadas a sistemas de informação O resultado final desses processos é uma lista de documentos que são um subconjunto dos sistemas de informação (Robins 2000, p. 57, citado por Garcia & Silva, 2005, p. 3)

Lancaster (2004, p. 156) coloca que os "estudos de recuperabilidade são inerentemente subjetivos, pois dependem de decisões humanas a respeito de quais

itens são importantes, relevantes ou pertinentes e quais não o são”. O contexto, então, mostra-se como quesito definidor das informações tratadas para, depois, serem recuperadas. A informação atua elencada sob vários enfoques teóricos — fenômeno, capital, recurso, fluxo —; ela surge independente do evento humano, contudo seu valor só é concebido com a comunicação, encontrada no ambiente de todos os seres vivos. A existência da informação pode ser independente do pensamento humano (Stonier, 1990, p. 21, citado por Capurro & Hjørland, 2007). Por outro lado, ela pode ser um fenômeno humano em que pessoas transmitem e recebem mensagens segundo possibilidades de suas ações possíveis (Machlup, 1962, citado por Capurro & Hjørland, 2007). Entende-se, contudo, que a informação não se conjuga em ser apenas um estímulo, ou um *insight*, ela é fluxo e tem facetas variadas:

A informação apresenta-se-nos em estruturas, formas, modelos, figuras; em ideias e ídolos; em índices, imagens e ícones; no comércio e na mercadoria; em continuidade e descontinuidade; em sinais, signos, significantes e símbolos; em gestos, posições e conteúdos; em frequências, entonações, ritmos e inflexões; em presenças e ausências; em palavras, em ações e em silêncios; em visões e silogismos. É a organização da própria variedade (Wilden, 2001, p. 11, citado por Francelin & Pellegatti, 2004).

Robredo (2003, p. 147-148), a partir de definições e estudos sobre o que vem a ser informação, a conceitua como uma propriedade do universo, que tem energia própria; que não pode ser definida de forma genérica; que pode ser gerada, redescoberta e extraída e, quando codificada pode ser armazenada, e, ainda, torna-se perceptível, transmissível e utilizável a partir de processo dinâmico. A informação é como um conhecimento registrado em um suporte (Le Coadic, 2004). Conforme essa dinâmica da informação, a indexação de documentos, como imagens fotográficas, precisa de minúcia, atenção e perícia, para que haja uma satisfatória recuperação por parte do usuário. Hoje todos indexam, todavia, com fins diferentes e isso é o que define o que é recuperável, ou não.

6 Considerações finais

A forma de representação da imagem fotográfica em ferramentas sociais, como o *Instagram*, embora não seja a mais favorável para a representação da imagem fotográfica, como documento histórico, tem muita importância por explorar as várias facetas da informação, sendo ela fluída, efêmera e subjetiva.

A organização, representação e recuperação imagética são práticas da Ciência da Informação. Contudo, a área precisa se estender de forma interdisciplinar para tratar esse tipo de documento, uma vez que há uma alta carga de subjetividade e múltiplas linguagens e o contexto histórico nele inseridos. Assim, áreas como a Semiótica, a Comunicação e a Linguística são de importante incremento para as abordagens relativas à tradução do documento imagético para os sistemas de informação.

A forma com que os profissionais da informação olham as imagens, como as fotografias, é voltada a um interesse de dar-lhe significado que seja próspero no presente e no futuro. Já com os indexadores sociais as pessoas comuns querem mais inventariar seu instante, pelos sentidos e emoções. Isso transcende à seara documental que é fria em delegar um parecer sentimental das coisas.

As pessoas que usam as redes para publicar seus conteúdos fotográficos, sentem; enquanto que os profissionais da informação buscam, objetivamente, datar, alocar e narrar os acontecimentos. Um não é mais importante que outro, apenas, uns sentem no presente, enquanto outros traduzem, considerando também o futuro. Todavia, conforme já anunciado neste trabalho, ambos são importantes e, podem também ser aliados no processo de representação da informação. Uma vez que a informação cultural e histórica é um produto social, todos os atores sociais devem participar não apenas de sua construção, mas também de sua semantização, de suas traduções, representações e releituras.

As representações fotográficas em redes sociais, como o *Instagram*, acumulam uma versão diferente de apresentação e representação de conteúdos, pois, a emoção é expandida, suprimindo, muitas vezes, a própria forma, ambientação e temporalidade da informação compartilhada. Fica, então, o desafio de agregar e integrar tais formas representação pode ser agregada no universo documental, bem como criar as maneiras de conseguir realizar a tarefa.

Referências

- Almeida, C. (2011). Elementos de linguística e semiologia na organização da informação. São Paulo: Cultura Acadêmica. Recuperado de <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/109182/ISBN9788579832055.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade. C. (2002). *Poesia completa: conforme as disposições do autor*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar.
- Assis, J., & Moura, M. (2013). Folksonomia: a linguagem das tags. *Encontros Bibli*, 18 (36), 85-106. Recuperado de: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/24015>
- Barthes, R. (1971). *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, Edusp, 1971.
- Barthes, R. (1984). *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. Recuperado de https://monoskop.org/images/d/d3/Barthes_Roland_A_camara_clara_Nota_sobre_a_fotografia.pdf
- Barthes, R. (2007). *O império dos signos*. São Paulo: Martins Fontes.

- Capurro, R., & Hjørland, B. (2007). O conceito de informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 12 (1), 148-207. Recuperado de <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54/47>
- Catarino, M., & Baptista, A. (2007). Folksonomia: um novo conceito para a organização dos recursos digitais na web. *DataGramaZero*, 8 (3). Recuperado de: <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/download/7548>
- Francelin, M., & Pellegatti, C. (2004). Filosofia da informação: reflexos e reflexões. *Transinformação*, 16 (2), 123-132. Recuperado de <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/716/696>
- Garcia, R., & Silva, H. (2005). O comportamento do usuário final na recuperação temática da informação: um estudo com pós-graduandos da UNESP de Marília. *DataGramaZero*, 6 (3), Recuperado de <https://pt.slideshare.net/GarciaRodrigoM/o-comportamento-do-usurio-final-na-recuperacao-temtica-da-informao-um-estudo-com-psgraduandos-da-unesp-de-marlia>
- Joly, M. (1994). *Introdução à análise da imagem*. Lisboa: Edições 70. Recuperado de <https://flankus.files.wordpress.com/2009/12/introducao-a-analise-da-imagem-martine-joly.pdf>
- Lancaster, F. (2004). *Indexação e resumos: teoria e prática* (2a ed.). Brasília: Briquet de Lemos.
- Layne, S. (1986). Analyzing the subject of a picture: a theoretical approach. *Cataloging & classification quarterly*, 6 (3), 39-62.
- Layne, S. (1994). Some issues in the indexing of images. *Journal of the American Society for Information Science*, 45 (8), 583-588. Retrieved from http://polaris.gseis.ucla.edu/gleazer/462_readings/Layne_1994.pdf
- Le Coadic, Y-F. (2004). *A ciência da informação* (2a ed.). Brasília: Briquet de Lemos.
- Machlup, F. (1962). *The production and distribution of knowledge in the United States*. New Jersey: Princeton University Press.
- Malverdes, A., & Lopez, A. (2016). Patrimônio fotográfico e os espaços de memória no estado do Espírito Santo. *Ponto de Acesso*, 10 (2), 59-80. Recuperado de <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/14004/11654>
- Manini, M. (2002). *Análise documentária de fotografias: um referencial de leitura de imagens fotográficas para fins documentários* (tese de Doutorado). Recuperado de <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-23032007-111516/pt-br.php>
- Marques, B., & Santos, C. (2015). A folksonomia no contexto das bibliotecas: exemplos do WorldCat. In *12th CONTECSI USP: International Conference on Information Systems and Technology Management* (pp. 2360-2382). Recuperado

de <http://www.contecsi.fea.usp.br/envio/index.php/contecsi/12CONTECSI/paper/view/2547/2411>

- Moreiro González J. (1994). Análisis de imágenes: un enfoque complementario. In: M. Pinto Molina. (Ed.). *Catalogación de documentos: teoría y práctica* (pp. 305-330). Madrid: Síntesis.
- Marteleteo, R. (2001). Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, 30 (1), 71-81. Recuperado de <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/940/977>
- Moura, K., & Mandaj, C. (2014). A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013. In: M. Barbosa, M. Barbosa, & D. Facchini. *Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 8 a 10 de maio de 2014: comunicação, guerra & paz*. São Paulo: Intercom. Recuperado de <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-1334-1.pdf>
- Neiva Jr., E. (1994). *A imagem*. São Paulo: Ática.
- Pasqual, L. (2015, outubro). As 5 hashtags mais usadas no Instagram. Superinteressante. Recuperado de: <http://super.abril.com.br/tecnologia/as-5-hashtags-mais-usadas-no-instagram>
- Robins, R. (2000) Interactive information retrieval: context and basic notions. *Informing Science*, 3 (2), 57-61. Retrieved from <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p57-62.pdf>
- Robredo, J. (2003). *Da ciência da informação revisitada aos sistemas humanos de informação*. Brasília: Thesaurus.
- Rodrigues, R. (2008). Saussure e a definição da língua como objeto de estudos. *Revista Virtual de Estudos da Linguagem*, 6 (2), 1-25. Recuperado de: http://www.revel.inf.br/files/artigos/revel_esp_2_saussure_e_a_definicao_de_lingua.pdf
- Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista Famecos*, 10 (22), 23-32. Recuperado de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>
- Silva, F. (2007). *Organização da informação em sistemas eletrônicos abertos de informação científica e tecnológica: análise da Plataforma Lattes* (tese de doutorado). Recuperado de <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-17032008-095556/pt-br.php>
- Smit, J. (1996). A representação da imagem. *Informare*, 2 (2), 28-36. Recuperado de <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/v/a/3191>

- Sonego, M. (2010). A fotografia como fonte histórica. *Historiæ*, 1 (2), 113-120.
Recuperado de: <https://www.seer.furg.br/hist/article/view/2366/1248>
- Stoiner, T. (1990). *Information and the internal structure of the universe: an exploration into Information Physics*. Berlin: Springer-Verlag.
- Wal, T. (2007, February, 2). *Folksonomy* (online article). Retrieved from <http://vanderwal.net/folksonomy.html>
- Wilden, A. (2001). Informação. In: *Enciclopédia Einaudi: Comunicação-Cognição* (Vol 34, pp. 11-77). Lisboa: Imprensa Nacional.

Recebido: 29/junho/2016; aceito: 07/julho/2017