

folha de rosto

Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação

A Representação da Informação na Plataforma OLX: a Indexação Colaborativa e os Ruídos Possíveis

Matheus José Pessoa de Andrade

Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Doutorando no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba.

theujp@hotmail.com

Maria Elizabeth Baltar Carneiro de Albuquerque

Professora do Departamento de Ciência da Informação e Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba.

ebaltar2007@gmail.com

Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira

Professora do Departamento de Ciência da Informação e Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba.

bernardinafreire@gmail.com

Resumo

A proposta deste artigo consiste em analisar o processo de representação da informação na plataforma OLX. Entendido como um lugar de negociações na internet, a OLX conta com a colaboração dos seus usuários para organizar seu fluxo de informação, a partir das postagens de seus produtos e serviços. Nesse processo, identificamos uma fragilidade no trabalho de indexação ao transformar os usuários vendedores em indexadores, às vezes comprometendo o processo de recuperação da informação. Assim, observamos seis casos específicos de representação da informação, observando, especificamente, o título das postagens, entendendo que, a partir de equívocos gramaticais, há uma dificuldade de recuperação dos dados, influenciando, por consequência, a velocidade das vendas. Os resultados apontam a existência de problemas que interferem no processo de indexação colaborativa na plataforma.

Palavras-chave: Representação da informação. Indexação. OLX. Usuário da informação.

*Information Representation on the OLX Platform:
Collaborative Indexing and Possible Noises*

Abstract

The purpose of this article is to analyze the information representation process on the OLX platform. Understood as a place of negotiations on the Internet, OLX relies on the collaboration of its users to organize its flow of information, from the posts of its products and services. In this process, we identified a fragility in indexing work by transforming sellers users into indexers, sometimes compromising the process of information recovery. Thus, we observed six specific cases of representation of information, specifically observing the title of the posts, understanding that, from grammatical misconceptions, there is a difficulty in recovering the data, influencing and compromising the speed of sales. The results indicate the existence of problems that interfere in the process of collaborative indexing of this platform.

Keywords: Information representation. Indexing. OLX. Information user.



Este trabalho está licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-Compartilhalqual 3.0 Brasil](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/br/).

1 Introdução

Anunciar um produto na OLX com o título “IAMARA” (quando seria uma moto da marca Yamaha) é um ato comum, vista a diversidade dos usuários da plataforma. A indexação colaborativa é uma prática coerente com a sistemática da informação na internet e funcional para o que se propõe a OLX. Em outras palavras, inserir o usuário no processo é uma maneira envolvente de lidar com o ritmo de informações que transita diariamente na plataforma.

Nossa proposta é lançar um olhar analítico descritivo sobre a representação da informação da plataforma OLX, sobretudo o processo de indexação, observando algumas formas de ruídos na representação dos produtos anunciados. Nossa metodologia está baseada na Análise da Informação, a qual estuda o conjunto de mecanismos que “serve à compreensão, organização e recuperação dos conteúdos presentes em diferentes registros e suportes” (BAPTISTA; ARAÚJO JÚNIOR; CARLAN, 2010, p. 64). Nesse caso, nosso foco é a recuperação da informação pela indexação dos produtos e serviços na OLX. Partimos, assim, do pressuposto de que esse processo acontece em Nível Profissional, “[...] característico de algum tipo de mediação especializada que se torna necessária entre produtores e usuários da informação, sempre para fins de esclarecimento e de facilitação do acesso a fontes e conteúdos” (BAPTISTA; ARAÚJO JÚNIOR; CARLAN, 2010, p. 63). Para tanto, escolhemos seis casos específicos de indexação na OLX, e nos atentamos apenas aos erros ortográficos de apresentação do produto, identificando o comprometimento no processo de organização e recuperação da informação na plataforma, buscando pensar algumas alternativas de indexação mais eficaz.

Nossa hipótese vem do fato da plataforma adotar um tipo de indexação colaborativa com seus usuários, diferente das práticas mais tradicionais com o esmero profissional que ela necessita. Percebemos, nesse trabalho de indexação, problemas de ordem gramatical e imagético, pelas limitações de alguns usuários vendedores, o que pode dificultar a recuperação do produto ou serviço para o usuário da informação¹ que deseja por meio da informação compartilhada, adquirir determinado bem por meio da plataforma OLX.

2 A Plataforma OLX

A OLX é uma empresa multinacional atuante em vários países como uma plataforma (site e app) de classificados gratuitos. O principal objetivo é agenciar pela internet negociações entre usuários comuns que pretendem vender ou comprar produtos usados ou novos e oferecer serviços diversos.

Seu formato surge do desdobramento das maneiras de comércio que, desde o início do século XXI, foram se alastrando na internet com resultados expressivos de êxito empresarial. Nesse contexto, o francês Fabrice Grinda e o argentino Alec Oxenford, em parceria, criaram, no ano de 2006, esse espaço virtual de transações de negócios.

Na modernidade líquida (BAUMAN, 2001), o consumo tornou-se uma prática cultural arraigada nas relações sociais, e tudo ganhou a conotação de mercadoria para satisfazer desejos individuais, sensações vividas subjetivamente. Na OLX, portanto, não se trata apenas de rápidas negociações, ela também é um lugar de transitoriedade de prazeres e desejos dos vendedores e consumidores, sem precisar pagar por nada. Nesses termos, “o oposto dos objetos ‘duráveis’ são os ‘transitórios’ destinados a serem usados – consumidos – e a desaparecer no processo de seu consumo” (BAUMAN, 2001, p. 145). Ao saturar de um produto e querer consumir mais, o usuário se desfaz de um item e busca outros itens. Ele compra e vende o que quiser. Isso nos faz apontar para um número significativo de usuários da plataforma, somando aos que utilizam como passatempo ou diversão diária, mesmo que não exista a finalidade da compra em determinadas circunstâncias, e sim pela sensação gratuita do consumo de informações.

Conforme a sessão “quem somos” do próprio site na sua versão brasileira, a OLX se define da seguinte maneira:

¹ Para fins deste artigo, entendemos Usuário da informação, sob a perspectiva teórica de Costa, Silva e Ramalho (2009, p. 4) “[...] usuário da informação ou grupo de usuários pode ser definido como aquele indivíduo ou coletivo que, necessitando de informação, utiliza-a”.

Nós conectamos pessoas, para que elas possam comprar e vender de forma simples, fácil e rápida. Assim, acreditamos que estamos melhorando a vida de compradores e vendedores, oferecendo uma plataforma repleta de oportunidades nas mais diversas categorias, como: artigos infantis, eletrônicos, itens esportivos, carros, etc².

No Brasil, esse nicho de mercado era liderado, até então, pela plataforma *Bom Negócio*, a qual atingiu tamanha popularidade através dos seus comerciais televisivos³. Seu jargão era “desapega”, como um estímulo à venda das coisas sem utilidade que se encontram na sua casa. A finalidade era a mesma da OLX: classificados gratuitos. Mediante acordo, desde 2015 as duas se uniram para fortalecer o mercado nacional nesse segmento, ampliando assim o número de usuários numa só plataforma – a OLX.

Diferente de outras plataformas, como o *Mercado Livre*, por exemplo, o usuário do OLX não precisa pagar nada pela via utilizada para articular sua transação, nem como anunciante, nem como comprador. Nem mesmo quando efetiva o negócio. Aparentemente, a empresa lucra com a publicidade⁴. Pela sua forma de funcionamento, a barganha pelos produtos é diferente, visto que os usuários interessados se articulam a partir do contato estabelecido na plataforma e vão ao encontro físico para fechar o negócio. Nesses termos, o diferencial do *Mercado Livre* oferece ferramentas para garantir a negociação à distância, sem esse encontro pessoal. Uma ressalva comercial: quando postamos um produto, a OLX oferece uma possibilidade de pagar uma quantia pelo seu anúncio para seu produto ficar em destaque em relação aos outros. Mas isso não exime a opção de gratuidade.

Para termos um panorama do universo de vendas na internet, elencamos algumas outras plataformas em vigor com segmentos parecidos com a OLX. Elas são: *Enjoei*, *eBay*, *Rakuten*, *Selz*, *Etsy*, *Bonanza*; além dos segmentos comerciais nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*. Todos atendem aos que necessitam ter uma “lojinha virtual” personalizada, o que pode vir a se tornar um meio de vida.

Na OLX, assim como nas outras plataformas, o usuário vendedor é o responsável por elaborar a maneira de anunciar seus produtos. Através da escrita e das imagens, são capazes de criar formas de representar a informação para o potencial usuário comprador. Para isso, desfrutam de uma ampla liberdade na escolha das palavras, dentro dos parâmetros de ordenação da informação constituído pela plataforma. Por uma via, acarreta numa possível desordem no que diz respeito ao armazenamento e, principalmente, à recuperação da informação.

Diante das especificações da plataforma OLX, nosso apontamento está para o processo de indexação. O fato de qualquer usuário vendedor ser o indexador do seu próprio produto ou serviço. Reconhecemos como uma estratégia excelente, mas que, de algumas maneiras, possibilita formas de ruído comunicacional, o que vem a dificultar a recuperação da informação, tendo, assim, prejuízo na negociação.

3 Representação da Informação: Indexação do Usuário da OLX

Para anunciar algo na OLX, o usuário vendedor precisa criar uma forma de representação do seu produto para ter êxito na venda. Porém, se não for assertivo, o anúncio dificilmente será visto. Isso não é impossível de acontecer. Considerando que a indexação dos itens na plataforma é exercida pelo usuário comum, de forma colaborativa e amadora, não há qualquer garantia de que o produto estará bem representado.

Na Ciência da Informação (CI), em parâmetros gerais, existe uma linha de trabalho cujo objetivo é criar e oferecer ferramentas para lidar com a organização da informação, principalmente em espaços aglomerados dela, como repositórios ou plataformas virtuais. Dessa maneira, ela potencializa o bom manuseio da informação para os usuários, organizando-a em seu caráter de armazenamento e recuperação, a fim de facilitar o acesso de outros usuários.

² Disponível em <https://www.olx.com.br/about.htm> acesso em 18 de junho de 2018.

³ Os comerciais utilizavam artistas populares, os quais não estavam mais em tamanha evidência em suas carreiras, o que empregava, de certa maneira, um tom cômico às propagandas.

⁴ Plataformas como ela, que pedem seu cadastro, chagam a negociar dados pessoais e ter outras formas de lucro que não saberíamos descrever aqui.

No tocante, a OLX não limita o usuário vendedor a uma linguagem específica. Pelo contrário, ele tem grande liberdade para o uso de gírias e expressões avulsas, conforme queira. O que, às vezes, não facilita a recuperação para o usuário consumidor. Outros se valem disso para fazer seus produtos terem mais visibilidade na plataforma. Devido à indexação colaborativa, há uma fragilidade no processo de representação da informação dentro da plataforma e, por tabela, uma ranhura na organização do fluxo de informação na representação dos produtos e serviços.

Compreendemos que indexar é conceder ao documento uma forma eficaz e concisa de representá-lo. Para tanto, há uma série de procedimentos e técnicas para se chegar a um resultado eficiente, que potencialize o acesso ao item representado. É possível, assim, identificar duas problemáticas a serem consideradas no processo de indexação.

A primeira problemática está na diversidade de sentidos da linguagem, isto é, uma palavra pode ter vários significados de acordo com seu uso. Então, resumir um livro em pouquíssimas palavras, como no caso das bibliotecas, por exemplo, é necessário certo grau de precisão e objetividade. “A esse respeito, inclusive, é bastante conhecida a situação enfrentada por indexadores no sentido de reduzir ao mínimo o coeficiente de subjetividade inerente às políticas e práticas de indexação” (BAPTISTA; ARAÚJO JÚNIOR; CARLAN, 2010, p. 65).

Um problema de indexação pelo sentido das palavras, por exemplo, é o caso do livro *Aritmética*, da escritora e roteirista Fernanda Young, lançado em 2004. O romance poderia ser comumente encontrado nas prateleiras de matemática das livrarias e até das bibliotecas, isso provavelmente por não passar por um indexador mais rigoroso, e sim que se baseou no título sem antes procurar saber um pouco mais a respeito do conteúdo da obra. Isso dificulta para o usuário. Para amenizar esse tipo de problema, um profissional da biblioteconomia faria um trabalho adequado de indexação, o que seria fundamental para colocar o livro nas prateleiras certas.

Frente ao exposto, consideramos a indexação como relevante na CI por se tratar de um “processo no qual se escolhe o termo ou os termos mais adequados para descrever o conteúdo de um documento” (BAPTISTA; ARAÚJO JÚNIOR; CARLAN, 2010, p. 70). Parece simples, mas é o ponto nodal do armazenamento e da recuperação do item, e é justamente onde ele pode se perder. Na indexação, a linha é tênue.

Para minimizar essa possibilidade de ruído e a recuperação dos documentos, a CI criou algumas convenções, as quais estabelecem uma série de princípios e códigos específicos com a finalidade de evitar os possíveis deslizamentos semânticos na representação da informação, tendo em vista a organização do fluxo de informação dos repositórios. “A partir da necessidade de propiciar o acesso e o controle dos registros materiais, é que foram criadas as Linguagens Documentárias e os Sistemas de Classificação, frequentemente utilizado nas bibliotecas em todo o mundo” (FERREIRA; ALBUQUERQUE, 2013, p. 19).

A linguagem documentária e os sistemas de classificação tentam garantir o contato entre os documentos e os potenciais usuários daquela informação dentro dos ambientes de informação, a partir de parâmetros específicos da área, prezando pela organização, armazenamento, preservação e recuperação.

A segunda problemática está na subjetividade do indexador. Além da polissemia, as questões individuais de interpretação e compreensão do mundo de cada sujeito podem levar o documento a formas de representação diferenciadas. Questões como: formação, lugar, região, família, religião, política, classe social, instauram-se de modo perspicaz na linguagem.

Um exemplo aconteceu no lançamento do filme *Ninfomaníaca*, do diretor Lars Von Trier, em 2013. Na ocasião, tanto os espectadores, quanto os críticos de cinema classificava a obra de várias maneiras, sendo ora como drama, ora como pornô, ora como comédia, ora como suspense. A questão é que cada pessoa diante de um documento pode estabelecer uma forma de representação, e esta por sua vez, permeada de subjetividades.

Juntamente com a subjetividade, o contexto sobre o qual a informação está submetida também faz parte do processo. “O produto dessa indexação são os índices e o nível da indexação varia de acordo com as necessidades dos usuários e das unidades de informação” (BAPTISTA; ARAÚJO JÚNIOR; CARLAN, 2010, p. 70). Por isso, em diferentes campos temáticos,

como a área de saúde ou a área jurídica, deve prevalecer a linguagem dos usuários em seus campos semânticos, cujo universo prioriza certa significação para os termos.

A indexação é um processo cauteloso, cheio de caminhos e desvios indesejados, capaz de levar a informação para lugares variados desde o primeiro passo. O indexador deve, por sua vez, partir do pressuposto de que o documento deve chegar até o usuário, se valendo de uma série de estratégias e recursos da CI para traçar o percurso mais adequado na representação da informação. Procurando fazer com que as coisas não se percam ou que não haja uma “pedra” no caminho.

Na internet, e principalmente no caso das plataformas colaborativas, o processo de indexação assume outros lugares na sociedade, pois é dado ao usuário comum o dever de criar seus modos de representar a informação.

A incorporação da linguagem do usuário aos sistemas de informação é um fato recente e auspicioso. As unidades denominativas próprias dos usuários (as folksonomias) tendem a ser uma instância complementar de indexação dos sistemas de informação. Nesses modelos, admitem-se os processos de registro referencial temático da informação, tanto pelo sistema quanto pelo usuário, de modo a torná-los dialogantes (KOBASHI, 2007, p. 04).

A indexação colaborativa é uma maneira de lidar com o alto fluxo diário de informações que circula em torno das plataformas interativas, as quais estão em movimento constante. Para tanto, elas se valem de estratégias específicas para organizar as informações, a exemplo da necessidade de criar o vocabulário controlado.

Como o conteúdo da plataforma é colaborativo, os sistemas de classificação para o armazenamento e a recuperação de informações na OLX são organizados a partir de algumas estratégias facilitadoras. Já que qualquer pessoa pode se cadastrar para comprar e vender produtos e serviços, basta seguir os indicativos de classificação, concordando com seus princípios éticos, para armazenar as informações sobre seu item. Para anunciar um produto ou serviço, o usuário vendedor se utiliza da escrita e da imagem. Através delas que ele representa para o consumidor qual seu item de negociação. Hoje a plataforma disponibiliza algumas subdivisões: a) *Pela localização do usuário*: dividida nos vinte e sete estados brasileiros – com o distrito federal – e suas cidades ou regiões; b) *Pelo tipo de produto*: dividido em treze categorias: 1) Autos e peças; 2) Imóveis; 3) Eletrônicos e celulares; 4) Para a sua casa; 5) Moda e beleza; 6) Esportes e Lazer; 7) Música e hobbies; 8) Artigos infantis; 9) Animais de estimação; 10) Agro e indústria; 11) Comércio e escritório; 12) Serviços; e 13) Vagas de emprego⁵. Algumas categorias possuem suas subdivisões. Exemplo: Animais de estimação (cachorros, gatos, cavalos, aquáticos e acessórios, roedores, outros animais). Dentro dessas categorias, o usuário tem como colocar os principais dados sobre o objeto, além de contar com um espaço para maiores descrições. Trata-se de um modo de organização feito para auxiliar tanto o usuário indexador, quanto o usuário consumidor.

Tomemos um automóvel como exemplo: combustível, ano, modelo do veículo, portas, câmbio, final do número da placa, quilometragem rodada, opcionais. Não sendo suficiente, o usuário pode utilizar ainda o espaço de descrição para complementar: o carro possui acessórios de som, vidros blindados, etc.

O desenvolvimento dessas categorias para o armazenamento acompanha a sistemática de anúncios que, a cada dia, vão se alastrando dentro da plataforma pelos seus usuários. Por isso, acreditamos ser um processo em fluxo, dinâmico, podendo vir a ter novas categorias ou novas mudanças a qualquer momento.

Os modos de recuperação da informação também podem ser divididos em três caminhos: 1) *A busca pelo termo*: nos padrões da internet, o buscador com o ícone da lupa é a forma mais didática e direta de recuperar a informação. Nele, pesquisamos um termo e aguardamos os resultados. Podemos somar à categoria para uma triagem mais precisa. Entretanto, a busca por termos, às vezes, não é suficiente ou não faz a triagem que o usuário comprador procura; 2) *O filtro de busca*: nele procura-se as coisas através de mais detalhes do item. Ainda exemplificando com automóvel: o usuário

⁵ Estas categorias foram descritas em janeiro de 2019. Sabemos que, pela dinâmica da plataforma e as necessidades que vão sendo criadas nela, a Olx pode vir a modificar esses itens após a publicação deste artigo.

escolhe a marca, o modelo, o ano, tipo de combustível, a margem de preço, do mais barato ao mais caro. E, assim, faz uma recuperação mais precisa; 3) *Combinando os dois*: o usuário pode também combinar os elementos do filtro com um termo no buscador.

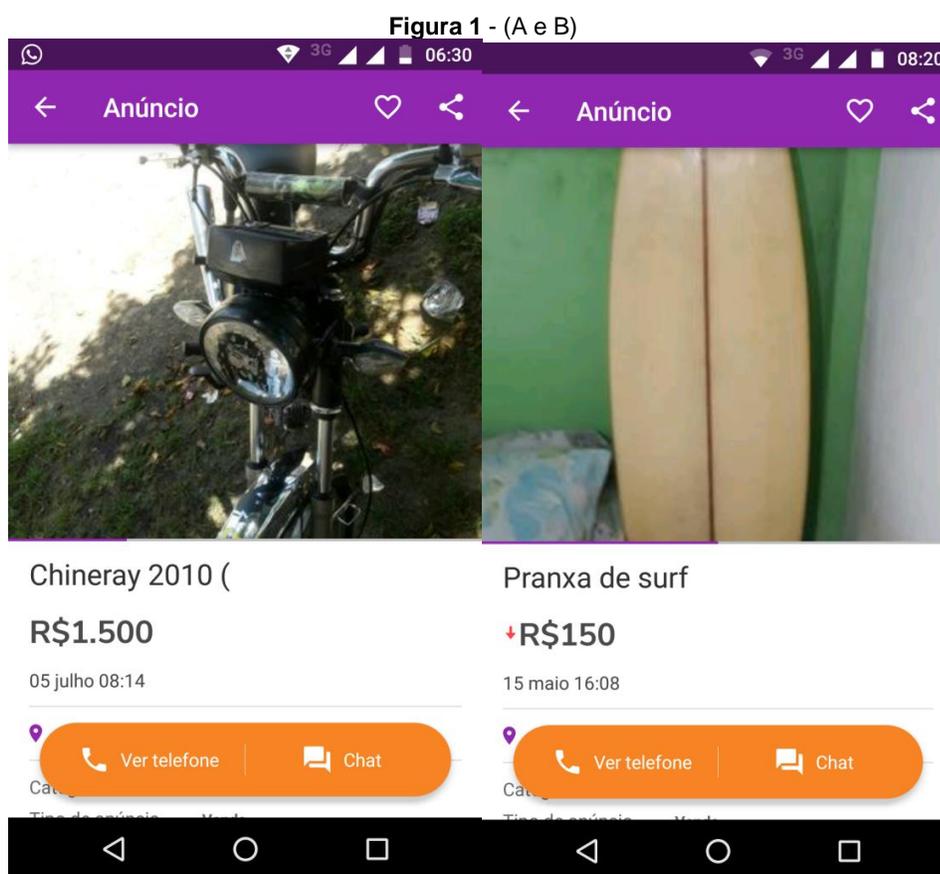
Assim, percebemos que a plataforma constrói um esquema de organização da informação a fim de simplificar o trabalho dos usuários, tornando a plataforma fluida e eficaz. Entretanto, no que se refere à indexação colaborativa, consideramos que alguns itens tomam novos rumos na plataforma devido ao vocabulário do usuário, o mau uso da gramática, levando alguns itens para fora das estantes virtuais da OLX. Formas de indexação amadora que podem ser identificadas em alguns anúncios.

4 A Indexação na OLX: os Títulos dos Produtos

Nossa incursão aqui será observar seis casos específicos de indexação na OLX, os quais criam problemas a partir da escrita gramatical ou trazem estratégias de recuperação pelo título, o que pode acarretar numa desordem na organização geral da informação dentro da plataforma e, por tabela, nas consequências de não concretizar o objetivo da venda.

Nosso esforço aqui é reconhecer, inicialmente, no título da postagem, as possíveis fragilidades dentro do processo gerado pelo ato de indexação colaborativa, partindo da hipótese de que nem todo usuário vendedor tem o preparo mínimo necessário para indexar seu item com eficácia. Vejamos.

O primeiro caso averiguado, na figura 1 (A), se trata da venda de uma moto da marca Shineray, que, na sua forma de representação feita pelo indexador colaborador, apresenta o produto com um erro ortográfico no título, a saber, "Chineray".



Fonte: Aplicativo OLX para smartphone

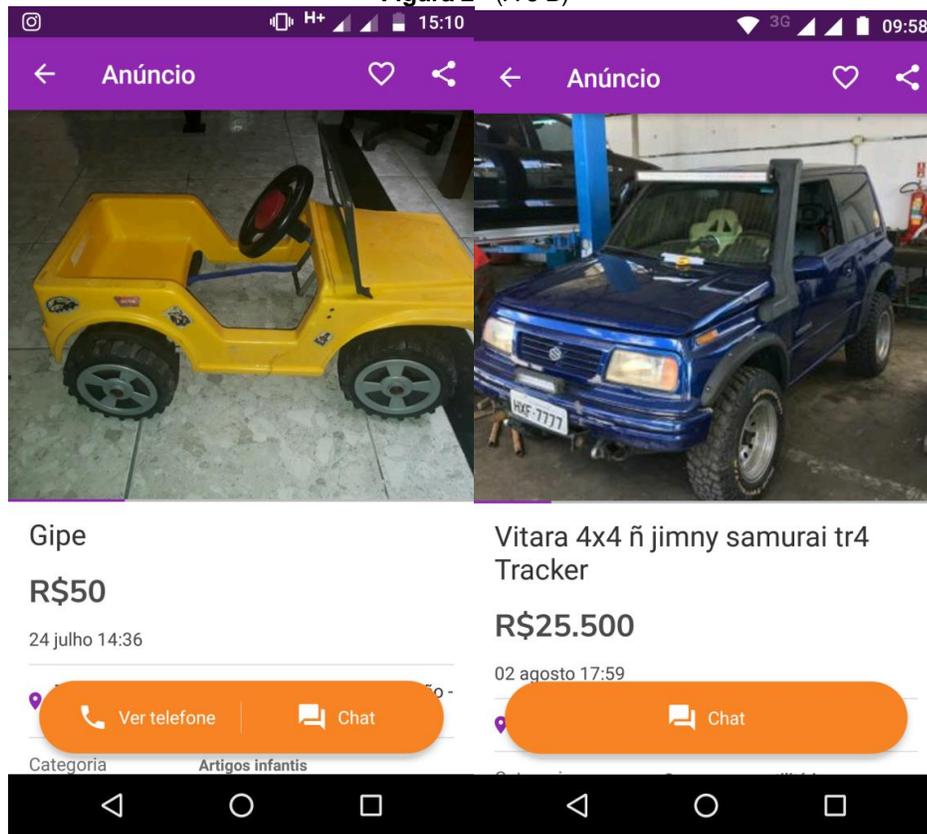
Nesse caso, a indexação incorreta implicará na dificuldade de recuperação rápida da informação. Pela lupa, na qual os usuários compradores buscam os produtos pelo nome, dificilmente se encontrará esse item. Ciente dessa possibilidade, num segundo nível de busca, pelo filtro, o item pode estar dentro da categoria de veículos, entre as motos, se posto na categoria adequada corretamente.

A figura 1 (B) traz a escrita da palavra “prancha” com a substituição do “ch” pelo “x”. Um erro gramatical possível. Para encontrar, buscamos pela escrita errada que, diferente da marca da moto, é mais provável que alguns usuários escrevam assim naturalmente. É parecido com o caso anterior, porém com outra implicação por categoria.

Da mesma maneira, a busca pela palavra “prancha” não levará o usuário a esse produto. Na categoria: *Esporte e Lazer* não existe na plataforma uma subcategoria do tipo: esportes náuticos, *surf*, esporte radical ou coisa parecida. Assim, só encontramos este produto quando buscamos com a mesma escrita ou averiguamos pacientemente todos os itens da categoria de produtos esportivos, o que levaria muito tempo. O processo de indexação colaborativa aqui termina criando um ruído informacional capaz de dificultar a venda e, conseqüentemente, a compra do produto.

O terceiro caso, na figura 2 (A) abaixo, se trata de um carrinho de brinquedo. Um Jeep feito para colocar a criança dentro dele e passear, com ela pedalando, parecido com um velocípede. Entretanto, por essa forma escolhida de representação da informação, a palavra “Gipe”, não apenas pelo erro gramatical, mas também pela ineficiência do resumo do indexador, dificulta o acesso ao produto na plataforma, principalmente numa busca pela lupa. Não há no título, de fato, qualquer palavra que represente o objeto de forma que facilite a recuperação para um usuário comprador. Termos como: brinquedo, carrinho ou velocípede, por exemplo, supostamente são chaves de procura para algo dessa natureza na plataforma. Poderiam estar no título da postagem.

Figura 2 - (A e B)



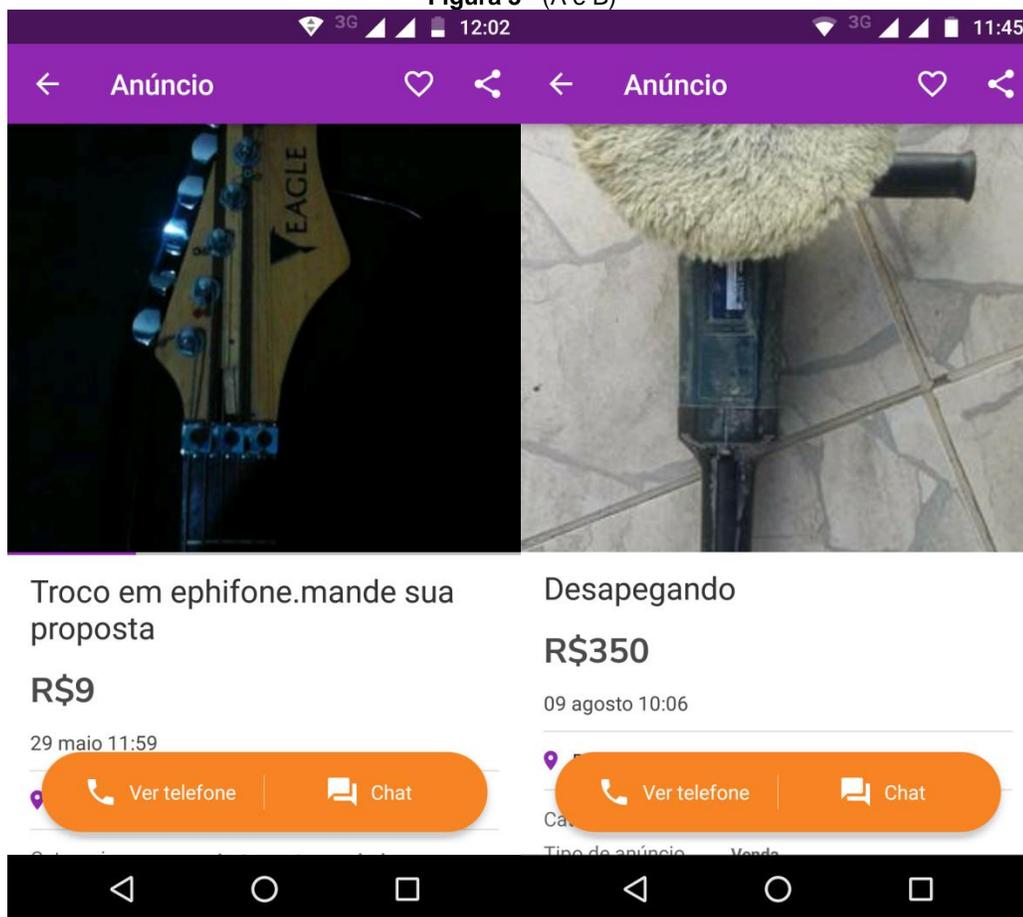
Fonte: Aplicativo OLX para smarthphone

Pela escrita do produto, isto é, a representação da informação, dificilmente ele será encontrado por um comprador em potencial. Acreditamos que uma indexação mais adequada seria com o emprego de outras palavras, além da escrita certa. Quem procura por um Jeep na OLX, não espera encontrar um brinquedo. Averiguamos que, pelo menos, está na categoria de artigos infantis, o que, numa busca mais paciente, faz com que o produto possa ser encontrado.

Já o título da Figura 2 (B) chama atenção para outro caminho popular de indexação dos itens na OLX, cuja finalidade de potencializar a recuperação e amplificar a visualização do produto. Ao invés de utilizar apenas o nome do modelo do carro, Vitara, o usuário indexador acrescenta a expressão 4x4, pela qual o insere numa lógica de busca, pela lupa, de vários outros modelos de carro com esse recurso. Estrategicamente, ainda é posto o nome de mais quatro modelos de carro, tendo em vista que um consumidor, ao procurar pelos outros modelos de carro, através da lupa da plataforma, irá também acessar esse anúncio. Não se trata do erro gramatical, mas sim de uma artimanha do usuário indexador para ter o seu produto visto mais facilmente pelos usuários compradores.

Na figura 3 (A), o usuário vendedor anuncia uma guitarra da marca Eagle, identificada pela fotografia posta, mas não fala isso no título do seu produto, optando por outros operadores de indexação. O título apresenta a alternativa de negociação proposta, uma troca por outra guitarra.

Figura 3 - (A e B)



Fonte: Aplicativo OLX para smarthphone.

Mesmo estando na categoria de instrumentos musicais, a palavra “ephifone” escrita de forma errada não leva a um maior número de visibilidade e acesso, como poderíamos imaginar. Caso o usuário procure uma guitarra no modelo *Epiphone*, ele não terá essa opção na sua tela. Tão pouco se estiver procurando uma guitarra *Eagle* nos moldes oferecidos pelo usuário. Isto é, além da indexação sem profissionalismo, o produto dificilmente será recuperado por via da lupa.

Na figura 3 (B), a indexação “desapegando” lembra a propaganda do *Bom negócio* e faz um jogo dialógico com a imagem fotográfica do equipamento de polimento que está à venda. Dentro da descrição há uma referência mais precisa sobre o que é o objeto. Entretanto, reconhecemos uma ineficiência na descrição fotográfica, assim como no título do produto, o que mais uma vez desordena o sistema de informação no sentido de recuperação, comprometendo até o objetivo da venda.

Assim, nossa análise tem por objetivo perceber os desvios da indexação colaborativa na OLX, o que pode ocasionar maior atenção por parte do usuário da plataforma. Afinal, o indexador deve facilitar o encontro do usuário com o objeto representado, neste caso, com os produtos e serviços.

5 Considerações Finais

De fato, acreditamos que a equipe da OLX pode modificar suas estratégias de correção para lidar com esses equívocos de indexação colaborativa, a fim de melhorar a recuperação de algumas informações. Embora, talvez, esse número estatisticamente não seja comprometedor para a plataforma. Nossa análise visa alertar, assim, a plataforma para um melhoramento nas ferramentas para tal prática. Como a plataforma está em fluxo com seus usuários, é possível que se aplique, por exemplo, um corretor automático para as marcas e palavras essenciais mais conhecidas em cada categoria de produto e serviço ou dê novos indicativos ao usuário no ato de sua indexação.

Compreendemos ainda que essa diversidade popular na indexação colaborativa eleva a plataforma a um lugar de bom humor, justamente pela democrática tarefa dos mais diversos indexadores. Os erros gramaticais podem vir a ser, como consequência, uma propaganda para a plataforma. Principalmente numa conjuntura informacional onde vigoram os *memes*, *gifs*, e crônicas na internet, circulando diariamente nas redes sociais digitais. Nosso propósito é, portanto, reconhecer os problemas na representação da informação para auxiliar no melhoramento do uso da plataforma por parte dos usuários.

Referências

- BAPTISTA, Dulce Maria; ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique de; CARLAN, Eliana. O escopo da análise da informação. In: ROBREDO, Jaime; BRÄSCHER, Marisa (Org.). **Passeios no Bosque da Informação: Estudos sobre Representação e Organização da Informação e do Conhecimento**. Brasília: IBICT, 2010. p. 61-80. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/7975> Acesso em: 11 maio 2019.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- COSTA, Luciana Ferreira; SILVA, Alan Curcino Pedreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. (Re)visitando os estudos de usuários de informação: entre a “tradição” e o “alternativo”. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, ago. 2009.
- FERREIRA, Luciene da Costa; ALBUQUERQUE, Maria Elizabeth Baltar Carneiro de. A representação da informação para a organização do acervo em bibliotecas universitárias. In: ALBUQUERQUE, Maria Elizabeth Baltar Carneiro de; NEVES, Dulce Amélia de Brito; OLIVEIRA, Bernardina Maria Juvenal Freire de; MELO, Ana Virgínia Chaves de; FRANÇA, Fabiana da (Org.). **Representação da informação: um universo multifacetado**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013. p.15-28.
- KOBASHI, Nair. Fundamentos semânticos e pragmáticos da construção de instrumentos de representação de informação. **DataGramZero – Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 6, dez. 2007.

Artigo submetido em: 12/05/2019.
Aceito em: 29/06/2019.

UFCA UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CARIRI

Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Mestrado Profissional em Biblioteconomia



Este periódico é uma publicação do [Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia](#) da [Universidade Federal do Cariri](#) em formato digital e periodicidade semestral.