



ISSN: 2230-9926

Available online at <http://www.journalijdr.com>

IJDR

International Journal of Development Research

Vol. 10, Issue, 08, pp. 39131-39137, August, 2020

<https://doi.org/10.37118/ijdr.19331.08.2020>



RESEARCH ARTICLE

OPEN ACCESS

A ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA INTERFACE DE *WEBSITE* A PARTIR DE ARRANJOS FACETADOS

¹Da Silva, Márcio Bezerra and ^{*2}Miranda, Zeny Duarte

¹Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil

²Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil

ARTICLE INFO

Article History:

Received 17th May 2020

Received in revised form

12th June 2020

Accepted 09th July 2020

Published online 30st August 2020

Key Words:

Organização da informação. Organização do conhecimento. Teoria da classificação facetada. Categorias fundamentais. Facetas.

ABSTRACT

Analisa a interface de um ambiente de *e-commerce* segundo o arranjo de facetas na organização da informação. Baseia-se na Organização do Conhecimento, especificamente na Teoria da Classificação Facetada do indiano Ranganathan. Adota uma metodologia caracterizada como descritiva, bibliográfica e qualitativa, a partir da coleta de dados no *website* wine.com, citado na literatura como um referencial na adoção de facetas na *web*. Apresenta, a partir de cânones de renques e de cadeias de classes, os seguintes resultados: o *website* possui um *design* de interface desenhado pela integração entre um menu navegacional (categorias fundamentais) e um serviço de busca; possui uma espécie de taxonomia navegacional conforme uma sequência útil particular; as facetas estão organizadas pelos cânones da exaustividade e da exclusividade de renques, em até duas rodadas, e pelo cânone da extensão decrescente de cadeias, em até três níveis. Conclui-se que a adoção de facetas permite que um mesmo objeto tenha interpretações diferentes em um menu navegacional, formalizam a multidimensionalidade idealizada por Ranganathan a partir de mnemônicas personalizadas, orientam na construção de taxonomias e fortalecem a inferência de que os *websites* assumiram a facetagem como um caminho para organizar a informação segundo estruturas de navegação e busca integradas.

*Corresponding author: Miranda, Zeny Duarte

Copyright © 2020, Da Silva, Márcio Bezerra and Miranda, Zeny Duarte. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Citation: Da Silva, Márcio Bezerra and Miranda, Zeny Duarte. "A organização da informação na interface de website a partir de arranjos facetados", *International Journal of Development Research*, 10, (08), 39131-39137.

INTRODUCTION

Com o passar dos tempos, a ânsia por organizar o cotidiano passou a convergir, cada vez mais, à necessidade de tomar posse da informação que circunda o homem, ao enxergá-la como um insumo para a tomada de decisão enquanto um objeto de valor que diferencia as pessoas umas das outras, que dita as regras competitivas entre as instituições, sejam empresariais e/ou acadêmicas. Conforme Rosenfeld, Morville e Arango (2015), o entendimento do homem frente ao mundo que vive é determinado pela capacidade de organizar as informações. O homem realiza a ação de organizar para compreender, explicar e controlar. Entre os acontecimentos oriundos da ambição humana em organizar a informação, Astudillo *et al.* (2005) cita alguns teóricos visionários, entre os quais mencionam-se Paul Otlet, Vannevar Bush e Ted Nelson. Otlet e La Fontaine idealizaram o *Mundaneum*, um ambiente que funcionaria como uma biblioteca universal com fins de centralizar o máximo de informação produzida em todo mundo, de maneira organizada.

Bush (1945) apresentou o MEMEX (*Memory Extension*) em seu artigo intitulado *As we may think*, relatando que, "[...] como suplemento para a memória dos usuários de um banco de dados de literatura científica, [...] propôs a organização associativa que tentava imitar a estrutura da memória humana" (LIMA 2004, p. 17-18). Quanto ao terceiro destaque, o projeto *Xanadu* foi idealizado por Nelson em 1960 e inspirado no MEMEX, cunhando a ideia de hipertexto, a qual corresponde a principal característica dos primórdios da *World Wide Web* (WWW), e almejando "[...] implementar uma rede de publicações eletrônica, instantânea e universal – um verdadeiro sistema hipertexto, um universo documental" (DIAS, 1999, p. 272). Outro conceito que surgiu a partir desse projeto chama-se hiperídia e que seria "[...] o hipertexto enriquecido com outros meios, como imagem e som" (MARQUES, 1995, p. 85). As três realizações elencadas deflagraram a consumação de pesquisas que afetaram, e continuam afetando, a forma como o homem organiza, busca e usa a informação. A tarefa de organizar a informação tornou-se tema de estudo de algumas áreas do conhecimento, entre as quais destaca-se a

ciência da informação (CI). Conforme Brasher (2012), por se tratar de um processo central da cadeia documental e vital ao ciclo informacional, a organização da informação (OI) apresenta-se como um assunto de interesse da CI. Entre as ações que contemplam a OI elenca-se a classificação, encarada na pesquisa “[...] como um processo mental que está incorporado ao nosso cotidiano, desde quando temos consciência e armazenamos algum conhecimento” (CARLAN, 2010, p. 67). Ao transpor tal assertiva ao mundo digital é possível inferir que a classificação vem se apresentando como um passo natural para estruturar¹ os ambientes da Internet (*websites*), ou seja, a forma como o *design* de suas interfaces será construído a partir da influência de um arranjo sistêmico que delineará a classificação das informações e suas relações conceituais, as tornando propícias à recuperação. Uma interface, comumente chamado de tela, conceitua-se como uma maneira de promover “[...] forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra” (JOHNSON, 1997, p. 19).

Imaginar um *design* interativo de interfaces, considerando os comportamentos realizados pelos usuários em tarefas e processos no manuseio de *softwares* (ROSENFELD; MORVILLE; ARANGO, 2015), sem ou mínima ação intermediária, é ir ao encontro do desejo de permitir que os conteúdos sejam acessados, segundo informações classificadas e apresentadas em um visual eletrônico e compreensível. A referida imaginação pode receber contribuições de um campo da CI, a partir de discussões que transcendem dos ambientes físicos aos digitais, ou seja, por meio da organização do conhecimento (OC), mencionada, no presente estudo, como “[...] o item mais importante na fundamentação teórica da organização da informação [...] [e que] deve ser baseada em unidades do conhecimento – que são nada mais do que conceitos” (DAHLBERG, 1993, p. 211).

Nos últimos tempos, é possível identificar a OC nas discussões sobre a OI em ambientes digitais, especialmente na estruturação de *websites*, encarando-a para além das práticas/técnicas informacionais, pois são criadas estruturas conceituais que representam uma realidade e que façam sentido aos usuários. No resultado desta aproximação, entre a OC e os ambientes digitais, funde-se o ato de classificar os conteúdos de forma compreensível a partir de um arranjo que permita uma favorável navegação e busca de informação, criando um espaço de certa autonomia ao usuário. Apesar da contemporaneidade discussão sobre o *design* de interfaces, Ted Nelson já apresentava, em 1960, certa irritação com a forma de navegação dos ambientes digitais da época, afirmando que eles ainda imitavam o papel. Em uma busca na Internet, por exemplo, encontram-se *websites* com deficitárias ligações entre tópicos semelhantes, fato que minimiza a excelência dos processos de navegação e busca, além de não ofertar alguma autonomia ao usuário na relação entre suas necessidades informacionais *versus* os recursos de pesquisa oferecidos pelo ambiente digital. Para Nielsen (2006), um *design* bem-sucedido trará mais vendas aos *websites* de *e-commerce*, melhor reputação de bom serviço aos *websites* de *marketing* e menos perda de produtividade nas Intranets.

Em uma Internet cada vez mais multidimensional, de leitura não-linear e conteúdos variados e interconectados, a estruturação de ambientes digitais pode ser potencializada pela oferta de diversos caminhos de navegação e busca conforme a classificação do mesmo objeto, ou seja, organizar a mesma informação por diferentes olhares, modelo presente em *websites* de *e-commerce* dos mais distintos seguimentos. Pensar desta forma é vislumbrar contribuições da OC a partir da teoria da classificação facetada (TCF), do indiano Shiyali Ramamrita Ranganathan (1897-1972), ao oferecer caminhos de navegação e busca variados sobre o mesmo objeto, cabendo ao usuário escolher o trajeto a ser percorrido. Trata-se de uma teoria que fundamenta a construção de ambientes multidimensionais (poli hierárquicos), onde a cognição do usuário será o real guia no uso do ambiente, seja ele físico ou digital. Em ambientes digitais, como os já mencionados *websites* comerciais, é possível encontrar a OI à luz da classificação facetada, agrupando as informações de um produto em características específicas e mutuamente exclusivas. Os *web designers* e programadores, mesmo desconhecendo, por vezes, a TCF, colocam em prática a multidimensionalidade defendida por Ranganathan, em outras palavras, a expressão "*two-fold infinity*", ao permitir que um único assunto seja classificado em hierarquias diferentes a partir de múltiplos pontos de vista, denominados de facetadas.

Ao considerar que, além de permitir a organização dos elementos no interior das facetadas de forma repetível, os princípios das TCF podem ser adotados como um instrumento de avaliação dos sistemas de classificação (DAHLBERG, 1979), inclusive de *websites*, o artigo objetivou analisar a interface de um *website* de *e-commerce* conforme princípios da TCF na organização da informação. Especificamente, o artigo almejou identificar quais facetadas são usadas para organizar as informações apresentadas após uma busca e investigar de que forma o ambiente digital estrutura-se segundo características de facetadação.

MATERIAIS E MÉTODOS

No contexto do presente artigo, a classificação, compreendida como a ação de “[...] mapear o universo multidimensional dos assuntos [...]” (RANGANATHAN, 1967, p. 395) pode atuar da seguinte forma: ofertar suporte aos processos de recuperação de informações, com base no conhecimento utilizado pelo usuário, gerando estruturas em árvores, análise facetada, navegação hierárquica e mapa conceitual (MC) para identificar conceitos; mapear os termos da consulta; e servir de ferramenta para a indexação, como um controle de vocabulário (SOERGEL, 1999). Insatisfeito com as limitações dos esquemas de classificação de sua época, ou seja, pela falta de flexibilidade e expansão desses sistemas, como os bibliográficos *Library of Congress Classification* (LCC) e *Dewey Decimal Classification* (DDC), Ranganathan propôs um sistema que permitisse refletir novos títulos que surgissem nas bibliotecas e, consequentemente, expandisse o acervo para novas áreas do conhecimento ao longo do tempo (KELSCH, 2003), como um exemplo do impacto que a classificação provoca na OI, a qual influência na satisfação dos usuários no atendimento às suas necessidades. Para executar a sua proposta, Ranganathan aplica a teoria analítico-sintética, como uma abordagem dedutiva na organização de conceitos a partir de princípios de divisão lógica, aproximada e exaustiva. Identificadas, as facetadas devem ser organizadas em classes mutuamente exclusivas (MILLS, 2004). Trata-se da “[...]”

¹ Organizar as diferentes partes que constituem uma estrutura (um todo), conforme um plano ou sistema; construir [...]. [...] Planejar algo de forma cuidadosa e pormenorizada [...]. (MICHAELIS, 2017, *online*). Ordenar e inter-relacionar as partes de um todo como a organização interna de um sistema (CUNHA; CAVALCANTI, 2008).

capacidade de analisar uma entidade de uma forma que permita uma visualização a partir de todos os ângulos possíveis” (LA BARRE, 2006, p. 47) e, assim, definir as facetas. No caso, “cada faceta de qualquer assunto, bem como cada foco nela, é reagida como uma manifestação de uma das cinco Categorias Fundamentais [...]” (RANGANATHAN, 1963, p. 1*25, grifo dos autores), idealizadas para analisar e particionar o universo de assuntos. Em outras palavras, cada faceta, compreendida como “[...] uma lista de termos mantendo entre si as mesmas amplas relações com a classe que lhes deu origem [...]”, permitindo um aspecto diferenciado (um olhar) sobre um mesmo assunto, é definida a partir da mnemônica PMEST, ou seja, personalidade [P], matéria [M], energia [E], espaço [S] e tempo [T].

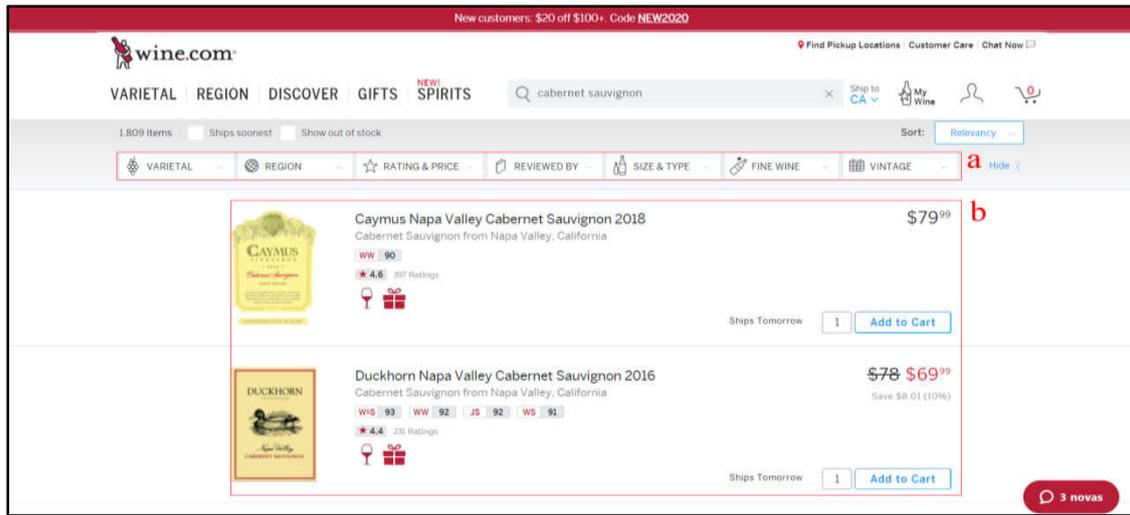
Personalidade é a característica distintiva de um assunto; matéria é o material físico do qual um assunto pode ser composto; energia é qualquer ação que ocorre com relação ao assunto; espaço é o componente geográfico da localização de um assunto; [e] tempo é o período associado a um assunto. (HJØRLAND, 2008, p. 90)

Na organização das manifestações das categorias fundamentais, isto é, das facetas, níveis (planos) de classificação foram estipulados, entre os quais destaca-se, conforme os objetivos do artigo delineado, o plano das ideias (conceitos, mensagens), evocado como o mais importante entre os demais, pois “a qualidade do trabalho realizado aqui determina geneticamente a qualidade do produto final” (SATIJA, 2017). No plano das ideias ocorre o pensamento humano, que por sua vez se relaciona com a mente (RANGANATHAN, 1967), como um nível superior, pois as palavras (linguagem) e os números apenas existem porque há uma ideia de ambos (CAMPOS, 2001). A partir do plano das ideias, os conceitos são organizados por cânones, responsáveis em direcionar os arranjos taxonômicos. Segundo Satija (2017), são orientações que farão com que as características escolhidas, da base de divisão, sejam capazes de decompor os assuntos de maneira relevante, objetiva e permanente ao propósito da classificação, partindo do geral ao específico. Entre esses cânones, autores como Gomes, Motta e Campos (2006) destacam os de renques de classes e de cadeias de classes.

Conforme Ranganathan (1967), os renques (*arrays*) são classes derivadas de um universo que possui uma única característica de divisão, o que estabelece uma ordenação na sequência preferida de facetas, ou seja, são arranjos em “[...] séries horizontais. Por exemplo: Macieira e Parreira são elementos da Classe Árvore Frutífera, formada pela característica de divisão – tipo de árvores frutíferas” (CAMPOS, 2001, p. 51). Quanto as cadeias (*chain*), Ranganathan (1967) afirma que seria uma sequência formada por classes em um universo sequencial (1, 2, 3 e assim sucessivamente) até um ponto desejado. Estruturando um arranjo em cadeias, formam-se “[...] séries verticais de conceitos [...] conforme a cadeia descendente ou ascendente. Por exemplo: Macieira é um tipo de Árvore Frutífera, que, por sua vez, é um tipo de Árvore. Neste exemplo, observa-se uma cadeia descendente” (CAMPOS, 2001, p. 51). Sobre os cânones para o plano das ideias, especificamente os adotados na formação dos renques de classes, chama-se: da exaustividade, da exclusividade e da sequência útil. Como o próprio nome menciona, o cânone da exaustividade estabelece que as classes sejam exaustivas de forma que “[...] se algum tópico novo surgir, ele pode ser

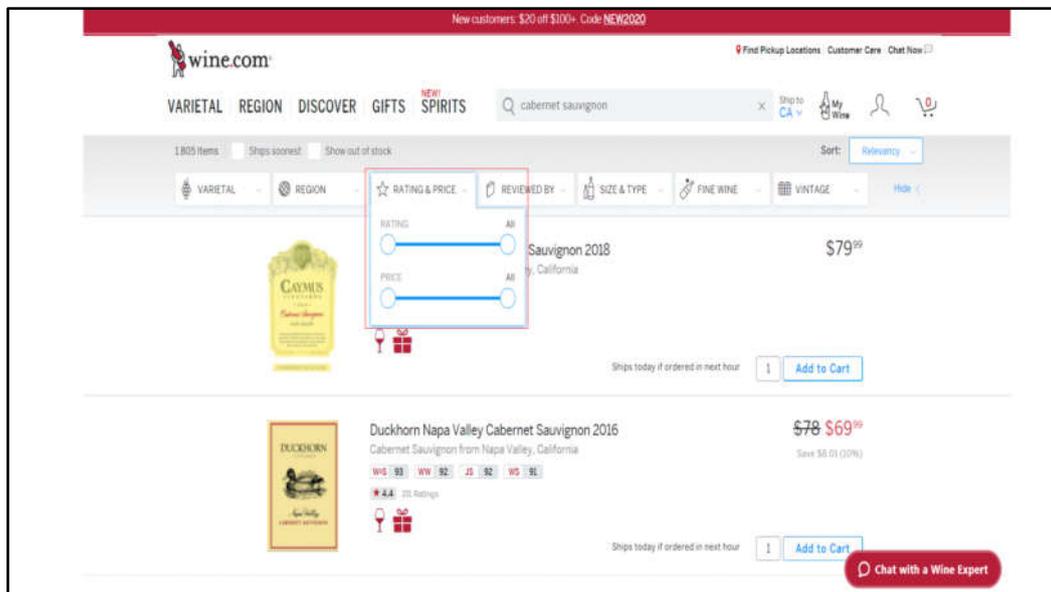
acrescentado à estrutura, e esta tem que ter hospitalidade para agrupá-lo numa classe existente ou numa classe recém-formada” (CAMPOS, 2001, p. 51). Por exemplo, ao adotar o cânone da exaustividade, deve-se explorar ao máximo o universo “economia”, em seus diversos assuntos como “transporte”, “comércio”, “crédito” etc. A exclusividade canônica estabelece que “[...] nenhuma entidade pode pertencer a mais de uma classe. Isto pode ser evitado se as classes de um renque forem derivadas de ‘seu universo imediato, com base em uma e única característica’” (GOMES; MOTTA; CAMPOS, 2006). No universo da área “economia”, por exemplo, especificamente sobre a exclusividade do assunto “exportação”, deve-se decidir se “exportação” será classificado como um “[...] processo de venda de bens e de serviços a outra região ou país [...]” ou como a “[...] quantidade física ou valor dos produtos vendidos a outra região ou país” (GOMES; MOTTA; CAMPOS, 2006). Na sequência útil, variadas são as possibilidades de ordenação dos elementos de um renque. Para Gomes; Motta e Campos (2006), o “universo de alimentos”, por exemplo, teria o renque de classes “alimentos naturais” e “alimentos processados” como uma sequência lógica. No caso do renque de classes de “alimentos naturais”, a sequência das classes “grãos”, “raízes”, “legumes” e “verduras” seria variada, considerando a intenção da classificação. As cadeias de classes formam-se pelo cânone da extensão decrescente, o qual direciona um arranjo taxonômico em que “[...] a classe mais abrangente deve sempre preceder a mais específica em que se divide” (CAMPOS, 2001, p. 52). Como exemplo, uma cadeia se move do mais amplo ao mais específico em uma relação geográfica, por meio da adoção do princípio da contiguidade espacial (de cima para baixo, de baixo para cima, da esquerda para a direita ou da direita para a esquerda), do mundo (globo terrestre) até a cidade indiana de Nova Deli (Ásia, sul da Ásia, Índia, Norte da Índia e Nova Deli). Quanto ao cânone da modulação, entende-se que a “sequência das características na formação dos elos da cadeia deve registrar os elos intermediários. A modulação depende, assim, do uso correto das características relevantes e da sequência de emprego destas características” (CAMPOS, 2001, p. 52), ou seja, dos atributos das classes que estejam entre o primeiro e o último elo da cadeia. Desta forma, almeja-se tentar que “[...] nenhuma ligação na cadeia deve ser perdida a partir de uma divisão (de um universo) gradual, próxima e calibrada como, por exemplo, pular da Índia para Deli omitiria o norte da Índia” (SATIJA, 2017). Mesmo que ocorra a ausência de conceitos, o importante é garantir a coerência conceitual da sequência.

Considerando um levantamento teórico sobre a TCF que fundamentasse a análise da interface *doweb site* de *e-commerce*, a metodologia da pesquisa caracterizou-se como básica, descritiva e bibliográfica. De maneira qualitativa, os dados foram coletados no *website* wine.com, considerado como um exemplo da adoção de facetas no mundo dos negócios. Rosenfeld, Morville e Arango (2015) enfatizam esse destaque ao compreender “vinho” como um objeto que possui várias facetas, as quais podem ser combinadas no momento da sua escolha, usando o referido *e-commerce* como um exemplo empírico. A interface foi analisada em linha ao plano das ideias, inicialmente, em 2017, a partir da expressão de busca “*cabernet sauvignon*”. Em 2019, a mesma interface foi reanalisada, mantendo a expressão de busca e cânones que afetam os arranjos taxonômicos, referentes a ordenação dos conceitos e as relações entre si, isto é, da exaustividade, da exclusividade, da sequência útil, da extensão decrescente e da modulação.



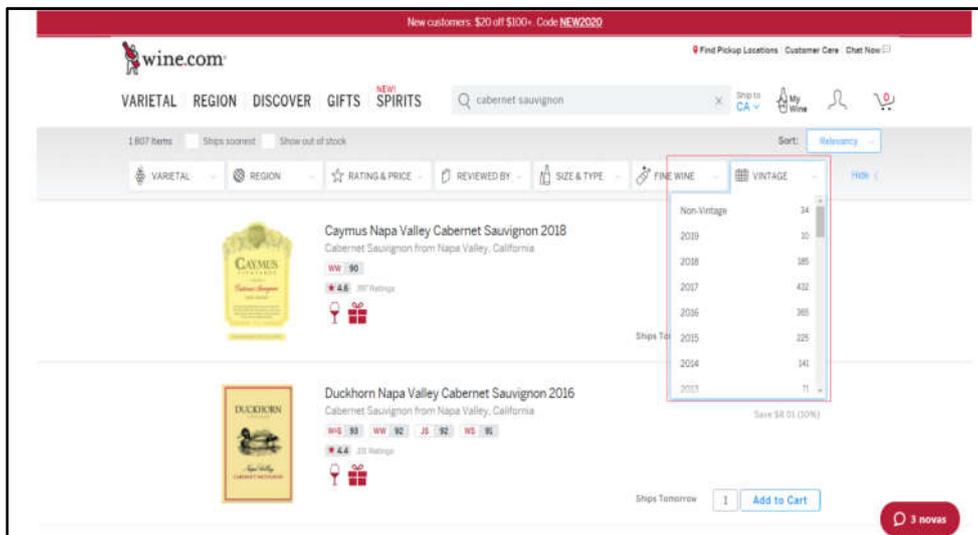
Fonte: wine.com (2020).

Figura 1. OI na estruturação do design da interface



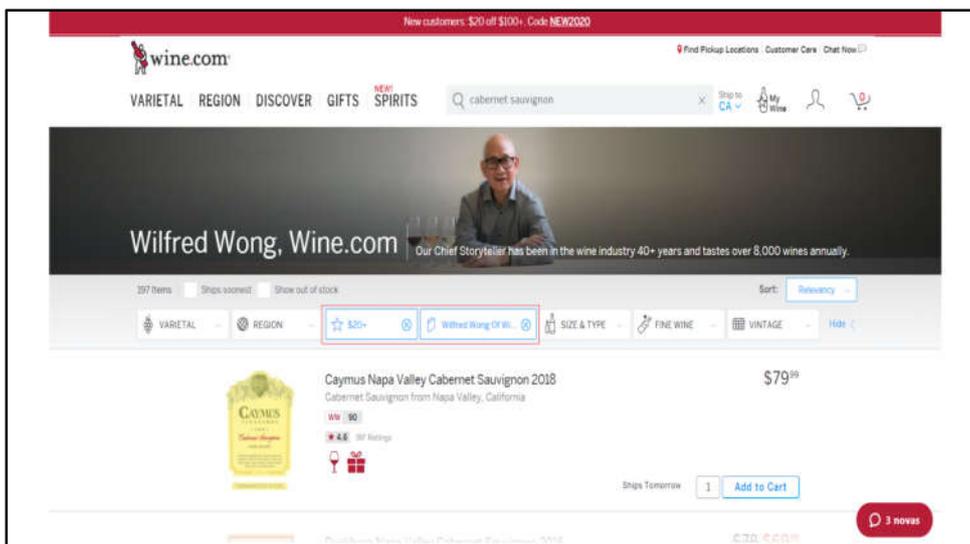
Fonte: wine.com (2020).

Figura 2: Filtragem por intervalos numéricos



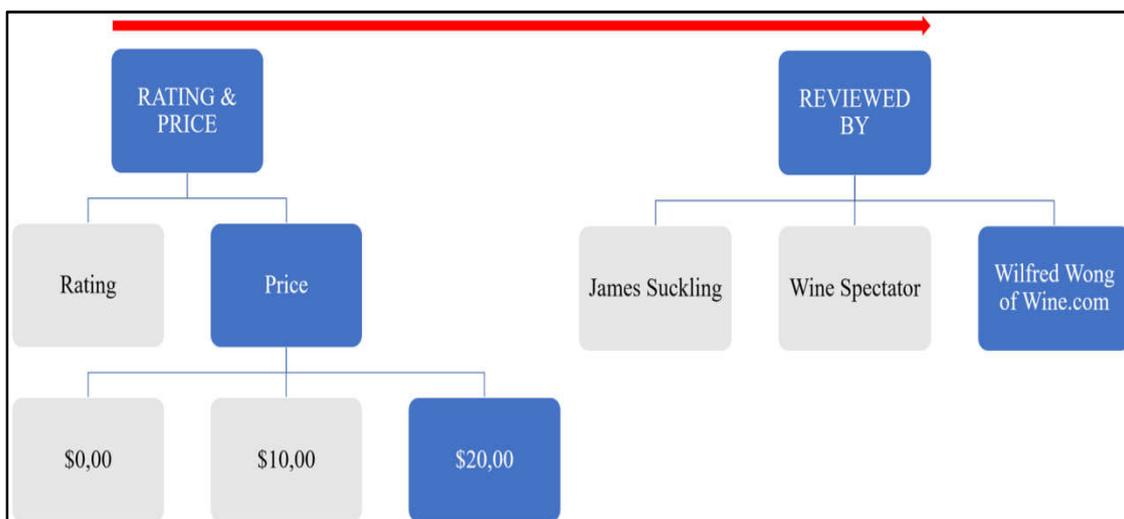
Fonte: wine.com (2020).

Figura 3. Categoral fundamental de tempo [T]



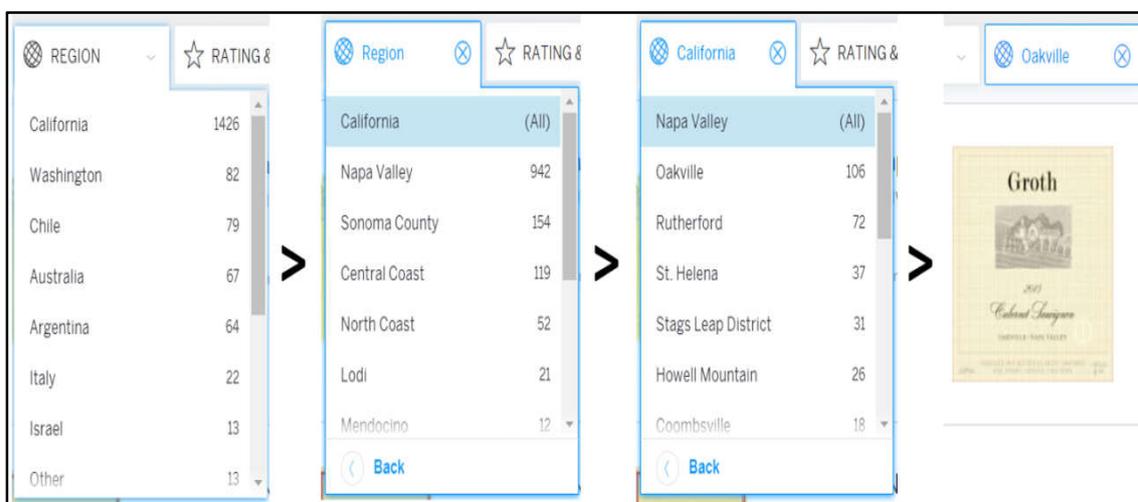
Fonte: wine.com (2020).

Figura 4: Renque de classes [P][2P]



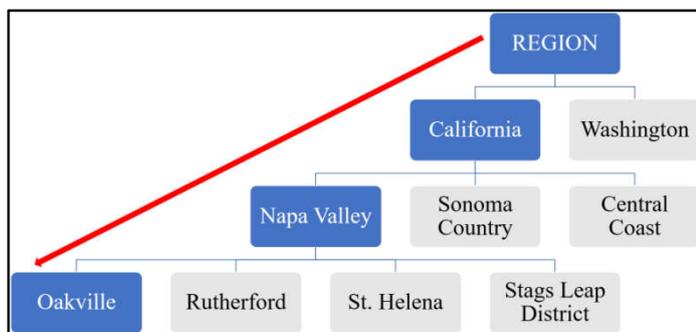
Fonte: wine.com (2020) e dos autores (2020).

Figura 5. Extrato dorenque de classes [P][2P]



Fonte: wine.com (2020).

Figura 6: Cadeia de classes [S][S2][S3]



Fonte: wine.com (2020) e dos autores (2020).

Figura 7. Extrato da cadeia de classes [S][S2][S3]

RESULTADOS

Apreciando o ambiente digital wine.com como um referencial literário quanto a adoção de facetas na *web*, e modificando-se conforme a evolução da WWW, possui uma espécie de *design* padrão dos atuais *websites* (figura 1), ou seja, estruturado em dois blocos, ambos preenchidos após uma pesquisa previamente realizada. O primeiro bloco exibe as categorias fundamentais e suas correspondentes facetas, os quais desenharam uma espécie de taxonomia² navegacional (a), posicionada na parte superior da interface. As informações organizadas pelas categorias fundamentais são apresentadas como uma lista de ocorrências (b) de busca, localizada na parte central do *design*. Ocorreram pequenas alterações no *design* da interface, basicamente em ícones e imagens, enquanto as categorias fundamentais mantiveram-se as mesmas.

Nesta interface, a qual aproxima a OI aos processos de navegação e busca, as categorias fundamentais continuam atuando como uma espécie de filtragem de informações, como um *design* comumente encontrado entre *websites* de *e-commerce*. Após a busca por “*cabernet sauvignon*” e, assim, verificando tais categorias, percebeu-se que “*rating & price*” não apresentou informações. Não ofertando facetas pré-definidas, tal categoria permite realizar uma busca diferenciada, especificando um intervalo de valores em barras de rolagem, a partir do menor ou do maior valor de avaliação (*rating*) e/ou de preço (*price*), conforme a figura 2. Vale mencionar que a categoria fundamental “*rating & price*” não apresentou informações após a busca (geral). Na verdade, essa categoria atua de maneira independente, permitindo ao usuário realizar uma busca (especial) a partir de intervalos de valores em barras de rolagem, isto é, do menor ou do maior valor de avaliação (*rating*) e/ou de preço (*price*), de sem valor (*unrated*) até todos (*all*), e abaixo de \$5 (*under 5\$*) até todos (*all*), respectivamente.

Como mais uma categoria fundamental que assume informações numéricas, a característica “*vintage*” também faz uso de barra de rolagem, contudo, as suas facetas navegáveis já estão definidas e distribuídas no sentido vertical (lista, forma padrão de interface) e em ordem decrescente, de 2019 (mais recente) até 1991 (mais antigo) (figura 3). Sobre o cânone da exaustividade de renques, inferiu-se que as categorias fundamentais, e suas facetas, contemplam o universo do vinho,

assim como defendem Rosenfeld, Morville e Arango (2015). Contudo, deve-se salientar que a adoção de novas categorias fundamentais e facetas serão bem-vindas. Além de ser um cânone recomendado por Ranganthan, a exaustividade antecipa necessidades futuras e almeja explorar ao máximo o universo do vinho, em seus diversos assuntos. Referente ao cânone da exclusividade de renques, percebeu-se que todas as facetas, organizadas na taxonomia navegacional, são mutuamente exclusivas, pois não pertencem a outras categorias fundamentais. Dessa forma, o cânone contribui com o usuário na certeza de qual é o enfoque de cada categoria. Por exemplo, apesar das categorias “*size & type*” e “*fine wine*” serem parecidas quanto aos tipos/castas dos vinhos, cada categoria possui as suas próprias facetas.

Nesse sentido, criou-se uma categoria à parte para vinhos considerados distintos (finos – “*fine wine*”), mesmo que esse vinho seja do tipo (*type*) verde (*green*).

Mostrando-se como uma característica regular entre os *websites* de *e-commerce*, a sequência útil do wine.com é diferente da mnemônica PMEST, neste caso, apresentando a ordem PSPMPPT, a qual permite que a escolha de qualquer faceta seja livre pelo usuário, sem a necessidade de respeitar a sequência padrão (inicial) das categorias fundamentais do *website*. As categorias fundamentais são: *varietal* [P], *region* [S], *rating & price* [P], *reviewed by* [P], *size & type* [M], *fine wine* [P] e *vintage* [T]. Além disso, o renque de classes³ encontra-se entre as categorias fundamentais [S] e [M], tendo-se a primeira e a segunda rodadas das personalidades [P][2P], ou seja, “*rating & price*” e “*reviewed by*”, respectivamente.

Um exemplo de renque de classes surgiria a partir da escolha de um vinho que custasse “\$20,00” (*price*) e que fosse revisado por “*Wilfred Wong of Wine.com*” (*reviewed by*). Lendo, a sequência seria [P][2P]: primeira rodada da personalidade [P] (*rating & price*) e segunda rodada da personalidade [2P] (*reviewed by*). Após a seleção, cada categoria fundamental é destacada na interface, apresentando o rótulo da respectiva faceta. Ou seja (figura 4), no lugar de “*rating & price*” e “*reviewed by*”, são exibidas as facetas “*Below \$20*” e “*Wilfred Wong of Wine.com*”. De acordo com a figura 5, representando um extrato do renque de classes completo, é possível observar a presença das categorias fundamentais que se repetem em sequência, complementando a figura 4, no caso, “*rating & price*” (*price*)[P] e “*reviewed by*”[P].

Existem também cadeias de classes no *website* (figura 6), como na categoria fundamental “*region*”, permitindo, por exemplo, a seguinte leitura de uma extensão decrescente: primeiro nível do espaço [S], segundo nível do espaço [S2] e terceiro nível do espaço [S3]. Ou seja, especificando a busca por um vinho “*cabernet sauvignon*”, mas que fosse produzido em *Oakville*, as cadeias seriam assim sequenciadas: “*Region*” > “*California*” [S] > “*Napa Valley*” [S2] > “*Oakville*” [S3]. Ilustrando um extrato (figura 7) da extensão decrescentecompleta (taxonomia), a supracitada cadeia de classes apresenta o princípio da contiguidade espacial, especificamente a contiguidade geográfica. Conforme Gomes, Motta e Campos (2006), enquanto o princípio maior ordena os elementos que compõe um objeto, o princípio específico arranja-os em uma sequência correspondente a geografia (contiguidade geográfica) entre outros. Por fim, no caso da

²Neste artigo, taxonomia é compreendida como um arranjo hierárquico de categorias que faz parte da interface de um *website*, como uma árvore genealógica. É o ponto inicial do processo de *design*, de estruturar um *website*, aproximando-se de uma forma de OI que seja inerente ao ser humano (ROSENFELD; MORVILLE; ARANGO, 2015).

³ Repetição da mesma manifestação (horizontal) de facetas na sequência útil.

sequência de cadeias ilustradas nas figuras 6 e 7, percebeu-se que a contiguidade espacial se refere a uma ordenação por regiões, do mais amplo (*California*) até o local específico de vinícolas (*Oakville*), enquanto o cânone da modulação não foi identificado.

CONCLUSÃO

A partir da análise da interface, percebeu-se a influência da OI em ações de navegação e busca no escopo do *e-commerce*, permitindo inferir que os problemas nos processos de recuperação não estão concentrados nas ferramentas de busca. Na verdade, acredita-se que esses problemas vão ao encontro da forma como ocorre a OI, ou seja, de como os conteúdos são classificadas a partir da observação de suas características, as quais aproximam e relacionam as informações. Neste sentido, a discussão travou-se na atividade da classificação por facetas, aceita como uma temática que pode fomentar a apresentação e organização de conteúdos no *design* das interfaces dos ambientes digitais. Percebeu-se que o *wine.com* possui um *design* de interface padrão, se comparado a outros *e-commerce*, inclusive de *websites* de outros segmentos, ao ofertar um arranjo de informações e um mecanismo de busca integrados.

A partir dessa integração, a cada faceta selecionada, a lista de ocorrências, da busca realizada pelo usuário, é alterada. Para tanto, uma espécie de taxonomia navegacional é construída a partir de uma sequência útil (particular), neste caso, PSPMPPT. Essa é a forma dinâmica e flexível (multidimensional) que o *website* classifica as informações sobre o objeto “vinho” e as disponibiliza aos usuários. Também foi identificado que as facetas estão organizadas pelos cânones da exaustividade e da exclusividade de renques, em até duas rodadas, como ocorre nas categorias fundamentais “*rating & price*” e “*reviewed by*”. Percebeu-se, ainda, que as facetas pelo cânone da extensão decrescente de cadeias possui até três níveis, especificamente na categoria fundamental “*region*”. Ainda deve-se destacar que a categoria fundamental “*rating & price*” não possui facetas pré-estabelecidas, filtrando as informações a partir da inserção de um intervalo específico de avaliação e/ou preço (*unrated* até *all*). Concluiu-se que a adoção de facetas permite que um mesmo objeto tenha interpretações diferentes em um menu navegacional, formaliza a multidimensionalidade idealizada por Ranganathan a partir de mnemônicas personalizadas, orienta na construção de taxonomias e fortalece a inferência de que os *websites* assumiram a facetação como um caminho para organizar a informação segundo estruturas de navegação e busca integradas. A referida conclusão reafirma as possíveis contribuições discursivas sobre o desenvolvimento e aplicação da TCF em ambientes digitais, além de proporcionar um cenário de incentivo a novos estudos quanto a adoção de facetas, tanto na OI, quanto na estruturação do *design* de interfaces.

REFERÊNCIAS

- CAMPOS, M. L. A. 2001. Linguagem documentária: teorias que fundamentam sua elaboração. Editora da UFF, Niterói, Brasil.
- GOMES, H. E.; MOTTA, D. F.; CAMPOS, M. L. de A. 2006. Revisitando Ranganathan: a classificação na rede. Biblioteconomia, Informação & Tecnologia da Informação (BITI). Disponível online em <http://www.conexaorio.com/bitit/revisitando/revisitando.htm#canones>
- HJØRLAND, B. What is Knowledge Organization (KO)? 2008. Knowledge Organization, Copenhagen, v. 35 (2/3), pp. 86-101 Disponível online em https://www.researchgate.net/publication/277803483_What_is_Knowledge_Organization_KO.
- JOHNSON, S. 2001. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. J. Zahar, Rio de Janeiro, Brasil.
- KELSCH, S. 2003. Ranganathan's Colon Classification in 1500 Words or Less. Disponível online em <http://kelschindexing.com/colonclassification.html>.
- LIMA, G. A. B. 2004. Mapa Hipertextual (MHTX): um modelo para organização hipertextual de documentos. 2004, 199f. Doutorado em Ciência da Informação. Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, Brasil. Disponível online em https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/LHLS-6BUPG9/1/doutorado_gercina_angela_borem_de_oliveira_lima.pdf.
- RANGANATHAN, S. R. 1963. Colon Classification. Bombay: Asia Publishing House, Bombay, Índia.
- RANGANATHAN, S. R. 1967. Prolegomena to library classification. Asia Publishing House, Bombay, Índia.
- ROSENFELD, L. MORVILLE, P.; ARANGO, J. 2015. Information architecture for the web and beyond. 5. ed. O'Reilly, Sebastopol, Estados Unidos da América.
- SATIJA, M. P. 2017. Colon Classification (CC). Encyclopedia of Knowledge Organization. Disponível online em http://www.isko.org/cyclo/colon_classification.
- SOERGEL, D. 1999. The rise of ontologies or the reinvention of classification. Journal of the American Society of Information Science, v. 50 (12), pp. 1119-1120. Disponível online em <http://www.dsorgel.com/cv/B70.pdf>.
- WINE.COM. 2017. Wine.com. Disponível online em: <https://www.wine.com/>.
