

9 Conclusão e Trabalhos Futuros

O sistema foi construído para que as avaliações, comentários e sugestões dos participantes tenham sentido, propósito e permaneçam “conectados” aos objetos através de um link que referencie onde estão estes dados na nuvem. A intenção foi de possibilitar que qualquer pessoa que tenha um celular seja capaz de acessar essas informações através da leitura de um código e que depois possa deixar suas próprias conclusões para os próximos participantes através da mobile web (Figura 35).



Figura 35 – Aplicativo no iPhone exibindo as informações lidas no QR Code

Conforme apresentado no Capítulo 3, o QR Code foi o código que apresentou melhor desempenho e adoção por grandes empresas como Google e Facebook. Seu papel é essencial no projeto WineTag e é usado em todas as páginas de descrição de vinhos, restaurantes, lojas e vinícolas. A função da etiqueta com o QR Code vai além da entrega da informação do vinho para o usuário, ela também possibilita o uso do conceito da Internet das Coisas descrita no Capítulo 5 ao levar dados semânticos sobre o vinho para uma tela chamada “Tag Screen” (Figura 36), para que a mesma possa capturar os metadados sobre o vinho contido no QR Code através de uma WebCam para relacionar produtos de um estabelecimento que harmonizem com o vinho escaneado.



Figura 36 – Tela Tag Screen: Computador all-in-one que decodifica dados do vinho contido no QR Code das etiquetas para indicar produtos relacionados através de uma web cam embutida

As avaliações dos vinhos, harmonizações e estabelecimentos foram padronizadas a fim de que os dados a respeito dos objetos possam ser reconhecidos por mecanismos de busca, algoritmos de recomendação e até mesmo por grafos de conexão de conteúdo de outras redes sociais. Este novo grafo gerado pela WineTag é diferente dos gerados por importantes redes como o Facebook. Em vez de ligar o perfil dos participantes aos seus amigos, grupos, fotos e mensagens instantâneas, este novo grafo liga pessoas a elementos específicos (vinhos, restaurantes, lojas de vinho, vinícolas, importadores). Assim, é possível criar um grafo complementar aos grafos de outras redes com informações mais precisas, detalhadas e padronizadas para gerar recomendações e dados das “coisas” em torno dos participantes e de seus amigos. A rede social da WineTag (Capítulo7) foi um primeiro protótipo escolhido com o tema da enogastronomia. O próximo passo é estender esse projeto para outras áreas, através de um projeto mais amplo chamado TagMe e criar novas redes sociais de nicho para cosméticos, medicamentos, moda ou qualquer outra tema que haja a necessidade de consultar avaliações e opiniões de outras pessoas sobre o uso, recomendação, ou produtos relacionados a um objeto.

9.1 Próximas melhorias para o sistema

As próximas melhorias a serem feitas na rede social são a criação de um sistema de reputação dos usuários e o aperfeiçoamento do sistema de cadastro e recomendação de harmonização. Como apenas 1% dos usuários são criados-

res de conteúdo e 10% participam desse novo conteúdo ou respondem a uma nova chamada, pretende-se modelar um novo sistema de reputação com regras e perfis bem definidos. Este sistema possibilitará que os participantes subam de nível ao receberem elogios sobre avaliações publicadas para agregar valor. Assim, é possível identificar usuários que contribuem com qualidade e oferecer incentivos para que haja maior participação dos membros (Figura 37).

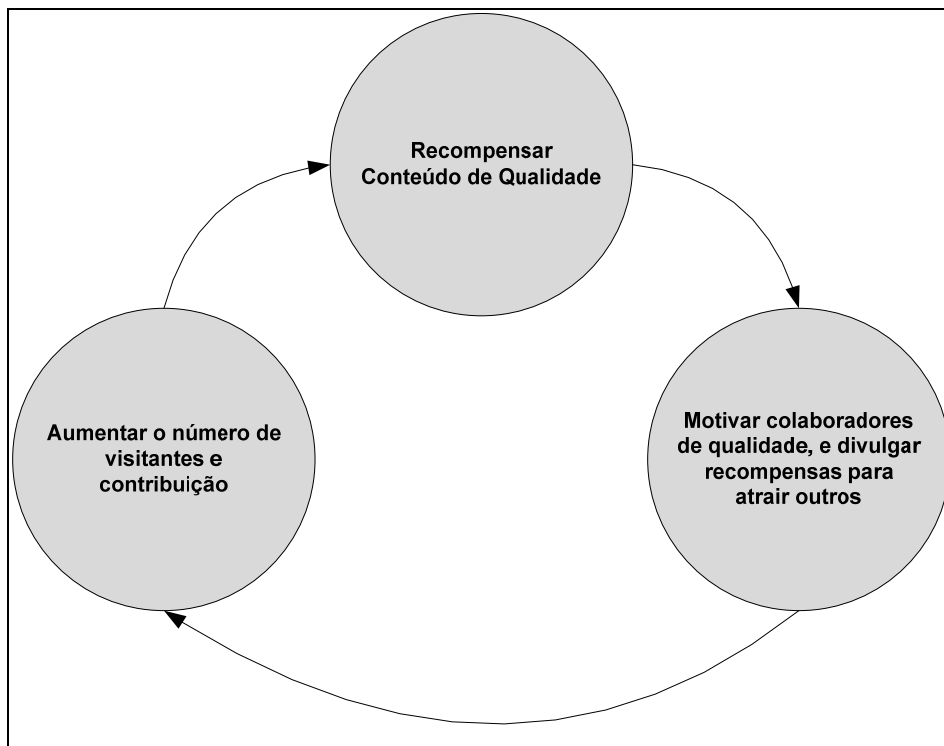


Figura 37 - Contribuições de qualidade atraem mais atenção, o que gera mais recompensa, que inspira mais contribuições de qualidade

Atualmente há 3 perfis no site: usuário normal, usuário especialista, e administrador. Apesar de o sistema contabilizar e criar *logs* das avaliações, atividades e elogios recebidos nas avaliações que os participantes publicam, não há alteração automática na posição do participante que colabora ativamente e qualitativamente para uma posição de destaque no sistema. Ainda há problemas a serem resolvidos durante a modelagem desse novo sistema. É preciso definir como gerir e apresentar um fluxo relevante de contribuições de qualidade, como dizer se as avaliações são boas ou ruins sem precisar das recomendações de outros participantes sobre as mesmas e como recompensar os contribuintes de uma maneira que os incentive a continuar produzindo conteúdo.