

A AÇÃO HUMANA NA CURADORIA DE CONTEÚDO COMO FORMA DE PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

Sicilia Vechi Gonçalves¹, Clarissa Stefani Teixeira²

Abstract. *The exposure of humans to excessive data volume with the evolution of the web is a barrier to access to information. The digital curation is carried out by the development of technologies and the human action in the contextualization of contents. It is an instrument of orientation and production of knowledge among web users. From the perspective of journalists, teachers and researchers in digital curation, the objective of this study is to identify effects of human action in content curation for the production of knowledge, focusing on the contextualization of web contents. The results indicate that curation depends on the mutual interactivity to generate knowledge, in which readers are collaborators. They also correct and recommend. Communities are the right environment, favoring the creation of contexts and group memory.*

Keywords: *Content curation, human action, contextualization, knowledge production.*

Resumo. *A exposição do ser humano a excessivo volume de dados com a evolução da web é uma barreira ao acesso à informação. A curadoria digital, realizada pelo desenvolvimento de tecnologias e a ação humana na contextualização de conteúdos, mostra-se instrumento de orientação e produção de conhecimento entre usuários da web. Pela ótica de jornalistas, professores e pesquisadores em curadoria digital, o objetivo deste estudo é identificar efeitos da ação humana na curadoria de conteúdo para a produção de conhecimento, com enfoque na contextualização de conteúdos da web. Os resultados apontam que a curadoria depende da interatividade mútua para gerar conhecimento, em que colaboradores, corrigem e recomendam. Comunidades são o ambiente adequado, favorecendo a criação de contextos e memória de grupo.*

Palavras-chave: *curadoria de conteúdo, ação humana, contextualização, produção de conhecimento.*

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: sicilia.vechi@gmail.com

² Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: clarissa@egc.ufsc.br

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas quatro décadas após o surgimento da internet, o volume de dados disponíveis em rede superou a capacidade humana de processá-los (Kim et al, 2015). A engenharia desenvolve ferramentas eletrônicas de apoio e utiliza algoritmos para filtrar informações relevantes no *Big Data* com precisão e rapidez. Essas ferramentas consistem na curadoria digital classificada por Zhong *et al* (2013) como não estruturada. Apesar dessas ferramentas, a exposição do ser humano a um excessivo volume de dados, das mais diversas origens, continua sendo uma barreira para o acesso à informação (Dale, 2014; Kim et al., 2015). A curadoria da informação realizada por curadores humanos com o apoio dos algoritmos e das ferramentas digitais existentes é a curadoria estruturada (Zhong et al., 2013), pela qual são operadas as etapas de filtro e seleção, as etapas de contextualização e compartilhamento das informações (Rotman et al., 2012; Cui et al., 2013; Dale, 2014; Thompson; Lynn, 2015).

Castilho (2015) enfatiza que instituições financeiras, jornalísticas e todo o mercado de tecnologia e *software* têm obtido ganhos com o uso de curadoria digital em suas duas formas, sendo que a curadoria estruturada pode ser desenvolvida por qualquer pessoa ou grupo de pessoas, “com experiência no trato com a informação, que realizam a seleção, filtragem, agregação de valor e difusão de informações voltadas para os interesses e necessidades de comunidades sociais” (Castilho, 2015, p.38). Dentro dessas etapas citadas, cabe a pesquisa e análise sobre a contribuição da intervenção humana especializada de conteúdos e seu valor para a produção do conhecimento em rede.

A partir da experiência de jornalistas como profissionais da informação e como professores e pesquisadores em curadoria digital, o objetivo desta pesquisa é identificar efeitos da ação humana na prática da curadoria de conteúdo para a produção de conhecimento, notadamente na contextualização dos conteúdos curados da *web*.

2 METODOLOGIA

A pesquisa realizada baseia-se na entrevista individual em profundidade, apresentada por Duarte (2005) como “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (Duarte, 2005, p.62). A abordagem permite recolher respostas a partir da experiência das fontes, com a consciência de que os dados são resultado da interpretação e reconstituição do pesquisador, em um diálogo crítico com a realidade. (Demo, 2001).

As entrevistas foram semiabertas, com base em roteiro semiestruturado. As questões norteadoras levantaram o que o entrevistado entende por curadoria de conteúdo; como conheceu o termo; que experiências possui no campo; quais práticas de curadoria ele relaciona e qual o diferencial da ação humana no processo curatorial.

O estudo buscou entrevistados que têm envolvimento direto com o tema, sendo três jornalistas pesquisadores, docentes e especializados em jornalismo e internet, e um jornalista atuante no mercado com experiência em curadoria de conteúdo. A amostragem é não probabilística, tendo partido do julgamento do pesquisador e da seleção intencional dos entrevistados. As entrevistas foram realizadas presencialmente e por conferência via web, em novembro de 2016, gravadas em áudio e transcritas com o consentimento dos entrevistados.

Para a análise foram estabelecidas categorias baseadas no marco teórico e desenvolvidas desde a elaboração do roteiro de entrevistas (Duarte, 2005, p.16-17). Estas estruturas analíticas reúnem e organizam o conjunto de informações obtidas, permanecendo mutáveis até o final da análise, quanto incorporam o sentido atribuído por entrevistador e entrevistados.

Quadro 1 - Depoimentos coletados para o estudo

Entrevistado	Credenciais
Jornalista 1	Professor, doutor e pesquisador com publicações na área de curadoria de informações e jornalismo. Entrevistado por conferência via <i>web</i> .
Jornalista 2	Professora, pesquisadora e doutoranda em Comunicação com atuação em curadoria de conteúdos em Mídias Sociais. Entrevistada pessoalmente.
Jornalista 3	Doutora em Ciências da Comunicação, professora e pesquisadora em curadoria digital. Entrevistada pessoalmente.
Jornalista 4	Especialista em conteúdo digital, empreendedor em portal sobre jornalismo e internet, com experiência em projetos de curadoria de conteúdo e 23 anos de atuação no jornalismo. Entrevistado pessoalmente

Fonte: autores (2017)

Além das entrevistas, foram realizadas uma revisão bibliográfica e uma busca por artigos sobre o tema publicados nos últimos cinco anos na base *Scopus*, em julho de 2016.

3 REVISÃO TEÓRICA

O termo curadoria relacionado ao ambiente digital tem muitas variações, de acordo com os múltiplos campos do conhecimento que tratam do tema. Nomes como curadoria de dados (CUI et al., 2013), curadoria digital (Zhong et al., 2013; Thompson; Lynn, 2015), curadoria de informações (Castilho, 2015), curadoria de mídia (CUI et al., 2013) e curadoria de conteúdo (Kim et al., 2015; Rotman et al., 2012) são expressões encontradas na produção científica, com a lógica da integração de fontes na *web* em torno de assuntos específicos. Por terem definições aderentes ao processo de curadoria estruturada de Zhong (et al., 2013), considerando a ação humana no processo, os termos curadoria digital, curadoria de informações e curadoria de conteúdo são utilizados no presente estudo para definir o conjunto de ações que envolvem descobrir, recolher, contextualizar e apresentar conteúdos digitais (CUI et al., 2013), sejam eles de mídia social ou de outras fontes da *web* relevantes sobre determinado tema³.

Ao estudar a curadoria de informações à luz da teoria do espaço informativo de Max Boisot, Castilho (2015) estabelece relação entre o formato jornalístico da notícia e a produção de conhecimento. Considerando a notícia “um tipo de específico de dado cuja principal característica é seu ineditismo, tendo como atributos indispensáveis a relevância, pertinência e confiabilidade” (Castilho, 2015, p.44) interpretada e contextualizada pelo receptor, a notícia provoca uma desestabilização, como um sinal de alerta, que faz o leitor procurar uma explicação, gerando a informação. Recombinadas, as informações do mapa mental do indivíduo geram atitudes, opiniões e decisões, resultando na produção do conhecimento.

Esse fluxo de reações que um dado inédito provoca foi levantado por Sperber e Wilson (2001) no campo das ciências da cognição, o que confere ao texto jornalístico um status favorável para a geração do conhecimento, quando ele integra um fluxo dentro de um espaço informativo. A curadoria vem se desenvolvendo como processo instrumental, que começou com o desenvolvimento da tecnologia a partir das listas, dos algoritmos de seleção, depois dos de análise e síntese. Evoluiu para os algoritmos de escrita e abrange sistemas de linguagem natural (Mesko, 2011; Dale, 2014; Castilho, 2015). Entretanto, o processo deve ser encarado como mais do que uma ferramenta, envolvendo a complexidade da intervenção humana nas escolhas, nas recomendações e até mesmo nas redes afetadas pelos conteúdos. Um dos precursores no uso da curadoria digital de informações, Steve Rosebaum⁴ defende a importância da percepção da ação humana pela curadoria em meio à realidade de grandes dados.

³ Mullan, E., 2011. Disponível em:< <http://www.econtentmag.com/Articles/Resources/Defining-EContent/What-is-Content-Curation-79167.htm>>. Acesso em 20 de mai 2017.

⁴ Rosebaum, Steve. 5 Tips For Great Content Curation. Post de blog. Disponível em: <<http://mashable.com/people/steven-rosenbaum/>>. Acesso em 12 de fev 2017.

Nós costumávamos surfar na *web*, mas agora as ondas da *web* são muito grandes. A curadoria é a nova mágica que faz o trabalho, trazendo a *web* de volta para a escala humana, com filtros humanos em que você confia e ama. É uma poderosa mistura de paixão e contexto e transforma o ruído novamente em sinal (Dale, 2015, p. 200).

Alguns autores citam ramificações para as etapas principais da curadoria de conteúdos, como Cui (et al., 2013) que subdividem as fases em quatro: reconhecer ou definir tópicos; recuperar o conteúdo de recursos externos; selecionar; exibir os conteúdos reutilizados. A maior vantagem da curadoria de conteúdo reside na reutilização de dados da *web* e em gerar novo valor sob diferentes cenários”. (Cui et al., 2013, p. 392).

4 RESULTADOS

4.1 CURADORIA DE CONTEÚDO, CONHECIMENTO E TEXTO JORNALÍSTICO

Por experiência com a formatação da notícia e os conhecimentos necessários para identificar dados relevantes, pertinentes e confiáveis em fatos e eventos, os quatro jornalistas entrevistados auxiliam este estudo oferecendo visões sobre a contextualização proporcionada pela ação humana ao processo da curadoria digital. Essa humanização no processo permite observar a curadoria como mais do que um instrumento ou ferramenta replicável, e sim como fonte de capital social a ser estudado, em fluxos que favorecem o fortalecimento de redes e a produção de conhecimento.

O primeiro entrevistado explica por que o modelo jornalístico é adequado para se formatar as mensagens para a produção de conhecimento. “A formatação simples, respondendo o que, como, porque e quando, permite levantar a informação de forma objetiva. Isso desperta interesse de uma pessoa na notícia e por isso ela é fator de produção de conhecimento” (Jornalista 1, 2016)⁵.

Os jornalistas ouvidos vislumbraram a curadoria digital na *web* como campo de estudo e trabalho e tratam do conceito a partir das próprias descobertas, científicas e empíricas. Como contextualização do termo “curadoria” digital, o Jornalista 1 (2016) alerta que existem divergências sobre o uso, adaptado de outras áreas, embora venham diminuindo com a pesquisa.

⁵ As referências neste artigo que mencionam a palavra Jornalista com numeração e acompanhada do ano de 2016, referem-se às entrevistas realizadas pelos autores da pesquisa.

A Jornalista 2 (2016) reflete sobre o valor do processo curatorial para a produção de conhecimento sob a ótica do jornalismo, procurando o ineditismo no conteúdo curado. “Talvez exista alguma camada de ineditismo, mesmo não havendo acoplamento de informação nova, ou seja, talvez a informação nova fique a cargo da reorganização e podemos não estar vendo isso” (Jornalista 2, 2016). A observação já foi feita por autores (Bhatt in Thompson; Lynn, 2015, p.12) que descrevem curadoria não apenas como “coleta e interpretação de materiais online, mas como a criação de novas experiências por contextualização dos materiais, recriados dentro de novos espaços, envolvendo a resolução de problemas, reconstituição e gestão”.

O Jornalista 4 (2016) faz sua associação entre curadoria e gestão de conteúdos existentes na *web*. “Ela passa pela organização do que está por aí. Em 2004, apareciam muitos blogueiros. Eu já percebia que o conteúdo precisa de filtro, para dar valor a partir da organização e da forma como é distribuído” (Jornalista 4, 2016). Zhong (et al., 2013) lembram que muitos blogs usam conteúdos selecionados da *web*, conectam o trabalho de diversas pessoas e o compartilham com o leitor. Aí estão configuradas as etapas de filtro e seleção, contextualização e disseminação.

Pela convergência entre autores e entrevistados, percebe-se que a curadoria de informações distribui mais do que o dado inédito de um conteúdo para a produção do conhecimento. Tendo em vista recontextualização como um valor da curadoria e em meio à avalanche informativa da *web* (Kim et al., 2015; Thompson; Lynn, 2015), considera-se que o uso das ferramentas tecnológicas associado à ação humana faz um conjunto de dados inéditos conectados, relacionados pelo curador, alcançar o público a quem os dados interessam (Dale, 2014). Se os dados já não forem inéditos, o contexto é o ponto de partida para a geração e recombinação de informações até o conhecimento (Castilho, 2015).

A Jornalista 3 (2016) reforça que o campo de benefícios da curadoria digital para a produção do conhecimento é amplo, mas que cessa quando um produto final é concluído. “Quando se entende que curadoria não é um processo que se fecha, tudo bem. O problema é que, na comunicação, se pergunta qual o produto final? E a curadoria não é o produto, mas o processo que o antecede” (Jornalista 3, 2016).

O processo da curadoria no meio digital tem algumas etapas reconhecidas, de “seleção, contextualização e disseminação” (Jornalista 1, 2016), que também são adotadas por companhias de mídia tradicionais a fim de “caçar conteúdo da *web*, empacotar e publicar” (Jornalista 2, 2016) em troca de audiência, o que, para a entrevistada, precisa ainda de muito aprimoramento, para produzir informação relevante e sem ferir a ética profissional. Para algumas empresas jornalísticas, a produção de conteúdo é aliada às etapas, como exemplifica o Jornalista 4 (2016). “Na equipe de redação, eu costumava dizer que o nosso esquema era

produzir, organizar e distribuir. Eu brincava que a gente tem à mão o garfo, a faca e a colher. Com o garfo se pega o conteúdo, com a faca se organiza, corta, divide, e com a colher se distribui” (Jornalista 4, 2016). As etapas da curadoria de informações mencionadas são comuns para os entrevistados desde antes de conhecerem a prática no meio digital, devido à semelhança com as funções da edição jornalística. A produção de conteúdo e a curadoria podem coexistir.

Pode haver curadoria com produção de conteúdo. Em uma eleição municipal, se eu conseguisse juntar num espaço todas as informações sobre a cidade, a geografia, história, os problemas, a problemática cotidiana, as necessidades, eu poderia produzir esse material tornando-o acessível, organizado. A curadoria também pressupõe isso, dentro de um recorte, embora curadoria e edição sejam coisas diferentes (Jornalista 3, 2016).

Castilho e Coelho (2014) consideram, mesmo com o uso de ferramentas semelhantes no ofício editorial e na atuação do curador digital, algumas diferenças relevantes entre as práticas da edição e da curadoria, determinadas principalmente pelo contexto em que ambas estão situadas. “A curadoria filtra a massa de notícias inserida na avalanche e agrega valor ao material selecionado (...)” para produzir “conhecimentos mais adequados aos desejos e necessidades” de um indivíduo (Castilho; Coelho, 2014 p. 312). Já a edição prioriza a atualidade, relevância, pertinência, confiabilidade e usabilidade na matéria prima inicial do jornalismo praticado em empresas de comunicação, tendo em vista a comercialização na forma de notícia. (Castilho; Coelho, 2014 p. 308). As diferenças dos processos de curadoria de conteúdo e edição jornalística, segundo os entrevistados neste estudo, estão propostas no Quadro 2.

Quadro 2 – Diferenças entre curadoria de conteúdo e edição jornalística

Categoria	Diferença	Autor
Quanto à autoria	A curadoria utiliza não somente conteúdos noticiosos ou produzidos pelo jornalista, mas de qualquer origem.	(Jornalista 2, 2016)
Quanto ao contexto	A conexão e a produção de sentido sobre um agrupamento de conteúdos pela curadoria fazem dele relevante para novos e específicos públicos, diferente da dinâmica da comunicação de massa.	(Jornalista 4, 2016)
Quanto à abrangência	O jornalismo é apenas um dos campos que faz uso da curadoria para a disseminação de conteúdos, ainda que o	(Jornalista 1, 2016)

modelo jornalístico da notícia se mostre ideal para formatar as mensagens que circulam dentro de um espaço informativo.

Quanto ao tratamento dos dados

É possível trabalhar no jornalismo com a cabeça de curador, mas é da curadoria que vêm as preocupações com guarda e recuperação da informação, o que ainda não está desenvolvido no jornalismo. É essa busca de correlação de dados da curadoria, onde o dado não é mais primário, é tratado.

(Jornalista 3, 2016)

Fonte: Entrevistas realizadas pelos autores

Para os entrevistados, é possível diferenciar a curadoria da edição jornalística considerando o contexto de excesso de dados da *web*; a demanda por profissionais de diversas áreas em busca de melhor aproveitamento dos dados existentes; a busca por temas que interessam a de diferentes grupos além da abordagem do jornalismo e da comunicação de massa; e a necessidade de recuperação e recontextualização de informações existentes.

4.2 A SEGMENTAÇÃO COMO BASE PARA A MEDIAÇÃO

Como uma prática que emerge do excesso informativo, decorrente de fenômenos como a digitalização e a evolução da *web*, a curadoria de conteúdo no meio digital representa um movimento de distanciamento da lógica comunicação de massa, integrando um cenário de mediação característico da internet. Segundo observa a Jornalista 2 (2016), as tentativas de empresas de mídia tradicionais de juntarem conteúdo próprio e curadoria ainda não potencializam o desenvolvimento desse novo cenário de mediação. “Nas redações de jornais, nos informamos sobre curadoria, mas a adaptamos à nossa realidade, com a finalidade de obter resultados quantitativos, associados à lógica de publicidade de massa”. (Jornalista 2, 2016). Uma percepção resultante associada pela profissional à curadoria de conteúdos é a da prática de cópia e colagem de conteúdos de terceiros em listas para a redistribuição.

À parte da contagem de cliques, a curadoria digital é utilizada por diversas organizações como ferramenta de fortalecimento de redes sociais e da produção do conhecimento em rede. É esse o caso da *Encyclopedia of Life* (EOL), uma comunidade de curadoria de conteúdo em

grande escala (*crowdsourcing*) que, com apoio de tecnologia e de uma rede de voluntários, integra fontes científicas e não-especializadas, que reúnem e validam conteúdos de acesso aberto, buscando credibilidade junto à comunidade científica. Em estudo sobre a EOL, Rotman (et al., 2012) explicam que as comunidades de curadoria de conteúdo que não lidam com a produção de textos, como as de criação de conteúdos (*wiki*), têm atividades, habilidades e preocupações um pouco diferentes, como agregar, validar e tomar nota de conteúdos existentes com propriedade intelectual associada. Além do repositório de conteúdo, o envolvimento da comunidade em “moldar” conhecimentos cria um “sistema de memória dinâmica” que beneficia os próprios membros (Rotman et al., 2012, p. 1092).

Conforme Kim (et al., 2015), a ação humana na curadoria digital, suportada por algoritmos e ferramentas tecnológicas para melhorar a informação, adiciona sobre ela julgamento qualitativo. “A diferenciação da curadoria começa com a criação de segmentos de informação. Ela se tornou rentável dessa forma. Hoje esse é um trabalho que observamos muito no Marketing” (Jornalista 1, 2016).

A Jornalista 3 (2016) considera que a curadoria realizada por nichos temáticos específicos orienta os usuários em meio à avalanche informativa. “Quando uma plataforma é multitemática com quatro mil blogs, ela não faz mais curadoria que orienta o leitor. Então, ou se parte para curadoria de temática específica, ou não se estabelece mais conversa entre informações que estavam perdidas” (Jornalista 3, 2016). Outro ponto abordado é a contextualização por especialização, por nicho de interesse, independentemente da atualidade do conteúdo, considerando que as informações noticiosas perecem rapidamente, mas ganham relevância com a recomendação e compartilhamento em grupos.

Da experiência profissional com a curadoria de conteúdo, o Jornalista 4 (2016) relata que uma de suas primeiras ideias, envolvendo ação humana estruturada e tecnologia, foi reunir em um blog coletivo textos de pessoas que escreviam sobre o cotidiano da região onde ele morava, a fim de proporcionar um panorama da cidade a partir da visão dos blogueiros. A iniciativa atendia aos leitores comuns, mas também a uma demanda dos jornalistas como o Jornalista 4, que poderiam vislumbrar possíveis temas para veículos de comunicação.

4.3 A AÇÃO HUMANA NA CURADORIA PARA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO

Conforme o Jornalista 1 (2016), os efeitos da ação humana na curadoria de conteúdo podem ser percebidos a partir da atuação individual do curador, mas são potencializados quando a curadoria serve a comunidades digitais. “Recebo semanalmente uma curadoria de conteúdos

enviada por uma pessoa, que é uma seleção de assuntos, não é interativa. Para pensar em produção de conhecimento, é preciso interatividade. Não há fôlego para um curador fazer tudo sozinho” (Jornalista 1, 2016).

O entrevistado menciona a corrida da pesquisa aplicada em curadoria nos Estados Unidos, onde desde o surgimento das mídias sociais, como o *Facebook*, proliferam tentativas de *news curation systems*. “É claro que a maioria está fracassando, porque evidentemente está se concentrando apenas no lado mecânico”, diz. A preocupação está voltada a uma seleção muito bem feita, através de algoritmos, o que é primordial para a seleção e o compartilhamento, mas o problema ainda reside na contextualização, nas relações entre os temas selecionados. “Você precisa ver que a curadoria não é uma coisa que acontece isolada de um contexto, por isso você a vê acontecendo nas comunidades de prática” (Jornalista 1, 2016).

A percepção reflete observações de Dale (2014), que aponta que a contextualização por parte do curador de conteúdos se molda à consciência de que público definido ele irá atender, e cita exemplos desses grupos. O curador utiliza técnicas de contar histórias, juntando pontos com o que seriam conteúdos variados e desconectados entre si.

(...) este pode ser tipicamente uma comunidade online, um departamento de uma organização, os seus gestores ou líderes, o seu blog e assim por diante. O importante sobre o compartilhamento é que o curador de conteúdo adicionou algum valor ao que está sendo compartilhado, ou seja, não é apenas uma regurgitação de conteúdo que foi encontrado. Isto inclui algumas dicas, até mesmo a opinião pessoal (DALE, 2014, p.200).

Ao buscar efeitos da ação humana na curadoria, a etapa de contextualização é citada por todos os entrevistados como a competência decisiva, que os robôs ainda não conseguem refinar, em concordância com Zhong (et al., 2013). Segundo a Jornalista 3 (2016), o algoritmo permite filtro, agrupamento, categorização e guarda, mas a figura humana ainda é essencial para o processo curador, seja para estabelecer essa conversa com informações perdidas na *web*, para, colocá-las em um contexto maior, seja para dizer às pessoas como usar as informações.

A Jornalista 2 (2016) destaca dois motivos para a importância de se perceber a ação humana na curadoria digital. O primeiro tem a ver com a relação de credibilidade entre as pessoas e entre as pessoas e as marcas. O segundo diz respeito à relação entre a autoria e a especialidade como um fator de credibilidade. Para a entrevistada, a precisão do algoritmo na seleção e distribuição de conteúdos não é suficiente para garantir a confiança do usuário da *web*, porque atende primordialmente ao interesse financeiro das companhias, deixando em segundo plano a experiência do usuário. “Eu sei que aquela marca, primeiro, tem interesses comerciais

explícitos e, por trás deles, eu posso acreditar em qualquer possibilidade de manipulação de informação”, enquanto, mesmo sabendo que pessoas como autoras e curadoras também trabalham para companhias de mídia ou promovem marcas, “tendem a obter mais credibilidade”. “Por isso, ao comprar um smartphone pela internet, vou perguntar para outras pessoas que já usaram se ele é realmente bom” (Jornalista 2, 2016).

A percepção da entrevistada já foi tratada por Jiang, Bischof e Bustamante (2015), que levantam que o conteúdo dos sites mostrado em mídias sociais representa uma “democracia *web*”, mas, ao mesmo tempo, o sistema centralizado gera problemas de confiança. Os usuários devem aceitar que os donos dos sites podem mostrar conteúdos alinhados à sua própria agenda e censurar termos que saiam de seu campo de interesses.

Agora, com as redes sociais, as relações são tão transparentes que as mentiras não duram muito, porque muito rápido se descobre. E é muito difícil se aceitar esse tipo de versão oficial das coisas. Por isso eu quero tentar personificar, quero humanizar quero que aquele sujeito que está me contando algo para eu acreditar tenha uma vida, uma identidade. E aí, quando eu coloco a curadoria só em um algoritmo, confio menos, por não ser uma pessoa e também por estar a serviço do interesse de uma empresa (Jornalista 2, 2016).

Se o algoritmo é menos confiável do que o humano para validar recomendações, o fator de especialização do humano curador fortalece ainda mais a importância da ação humana na contextualização dos conteúdos da *web*, pela reserva de conhecimento acumulada desse profissional para fazer suas recomendações. A Jornalista 2 (2016) cita o exemplo do jornalista como especialista na informação, mas reforça que sua especialização em determinado tema irá aumentar ainda mais seu nível de credibilidade. “O que muda nesse tipo de mediação é que o jornalista não será um curador na *web* para muitas pessoas, mas em uma escala micro, cada vez menos abrangente, embora com indicações, críticas, recomendações, e sem fechar a discussão” (Jornalista 2, 2016). A avaliação leva a outro ponto chave para a produção do conhecimento a partir da ação humana na curadoria, que é a interatividade mútua. O conceito de interação mútua no meio digital defendido por Primo (2007) é a referência aplicada ao presente estudo, a partir dos exemplos trazidos pelos entrevistados. Primo define interação mútua como “aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente” (Primo, 2007 p.62). A condição foi citada por todos os entrevistados, esclarecendo que o conteúdo de curadoria pode ser publicado como um produto, mas que deve permanecer aberto para ser

alterado, complementado por meio de edição do curador ou por comentários em campos abertos e fóruns onde os usuários possam questionar, atualizar e sugerir correções.

Na contribuição da Jornalista 3 (2016), se a curadoria for considerada como um processo de gestão, que necessita de organização, critérios e procedimentos, ela não deve ser fechada em um produto, mas tornar-se um processo em autoconstrução, à medida que vai mudando o seu entendimento. No mesmo sentido, o Jornalista 1 (2016) reitera que é no interior de comunidades de curadoria temáticas que se dá a interatividade entre curadores e membros, citando o exemplo das comunidades existentes na plataforma *Scoop It*⁶. “Os membros da comunidade têm relação de *feedback* com o curador. Você publica e as pessoas vão coproduzindo” (Jornalista 1, 2016).

4.4 DESAFIOS DA CURADORIA DE CONTEÚDO

Um dos dilemas da curadoria de conteúdo está na capitalização do processo que envolve informações produzidas por outras pessoas. Para a Jornalista 2 (2016), é preciso compreender, sob o ponto de vista informativo, até que ponto a ressignificação de informações é uma criação sem a produção de conteúdo, questionar o simples *remix* de informações. Como jornalista com experiência em curadoria, o Jornalista 4 (2016) também vê dilema ético em relação à omissão de autoria de conteúdos utilizados. “Sou a favor de que as recomendações de conteúdo sejam feitas com direcionamento ao link original” (Jornalista 4, 2016).

Sob o ponto de vista da demanda do usuário por orientação na *web*, o Jornalista 1 (2016) argumenta que a avalanche informativa é um processo muito mais que exponencial, que demanda metodologias e um conjunto de competências para a gestão desse conhecimento. “Não existe mais conteúdo inútil. Para você, 90% da internet é lixo, mas, para mim, pode não ser. É preciso descobrir como incorporar esse conhecimento em um processo de curadoria, como e para quem” (Jornalista 1, 2016). Dale (2014) já reforçou que produtos de curadoria não abrangem todo o valor da prática para a produção de conhecimento. “Em pouco tempo, com as demandas organizacionais e do mercado, haverá curadores muito mais especializados do que os que hoje fazem recorta e cola de gatinhos nas mídias sociais e produzem listas” (Dale, 2014, p. 201-202). Quando o excesso informativo faz se perderem muitas informações relevantes, a curadoria como competência pessoal de autoaprendizagem está à beira de se tornar um diferencial para os trabalhadores do conhecimento, com indivíduos construindo carreiras devido ao tratamento e orientação que darão ao trabalho de outras pessoas.

⁶ <http://www.scoop.it/>. Acesso em 20 de fev 2017.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As entrevistas com jornalistas pesquisadores e atuantes no mercado revelaram como resultado que o modelo textual jornalístico da notícia se mostra adequado para formatar as mensagens que circulam em espaços informativos, contribuindo com a produção do conhecimento. A notícia como dado inédito baseado em relevância, pertinência e confiabilidade desperta o interesse, desestabiliza e é contextualizada pelo curador ou grupo de curadores, gerando informação. Pela análise e tomada de decisão acerca da informação, é gerado o conhecimento.

Uma das discussões sobre o valor da curadoria de conteúdo para a produção de conhecimento passa pelo escrutínio sobre o ineditismo das informações que acompanham o conteúdo, visto que o processo nem sempre vislumbra produção de texto, mas sempre contempla seleção de dados, contextualização e compartilhamento. Por outro lado, a existência de conteúdos esparsos na *web* demanda o filtro e a contextualização humana para a agregação de valor, do texto à forma como ele é distribuído.

Pela convergência entre autores e entrevistados, percebe-se que a curadoria de informações distribui mais do que o dado inédito de um conteúdo para a produção de conhecimento. Tendo em vista a recontextualização como um valor da curadoria, considera-se que o uso das ferramentas tecnológicas associado à ação humana faz um conjunto de dados inéditos conectados, relacionados pelo curador, alcançar o público de interesse. Se os dados já não forem inéditos, o contexto é o ponto de partida para a geração e recombinação de informações até o conhecimento.

Para não restringir os benefícios da curadoria de conteúdo à atuação do curador, o processo precisa ser aberto, cíclico, que se possa reconstituir, à medida que muda a compreensão sobre o tema. Não é o que fazem muitas companhias de mídia tradicional, que caçam conteúdo da *web* para reempacotar e publicar em troca de audiência. Por essa prática e também pela semelhança com as funções do jornalismo, os entrevistados consideram as etapas da curadoria de conteúdo um tema comum, acreditando que as duas atividades poderiam coexistir a serviço do jornalismo.

Apesar da crença, os entrevistados diferenciam a curadoria da edição jornalística sob quatro aspectos: 1) Autoria, pois a curadoria utiliza conteúdos de qualquer origem, não só jornalísticos; 2) Contexto, pois a produção de sentido sobre conteúdos agrupados faz dele relevante para novos e específicos públicos; 3) Abrangência: pois o jornalismo é apenas um dos campos que faz uso da curadoria, ainda que o modelo jornalístico da notícia se mostre ideal

para formatar as mensagens no espaço informativo. 4) O tratamento dos dados: pois a curadoria preocupa-se com guarda e recuperação da informação, pouco desenvolvidas no jornalismo.

Com essas diferenças, a curadoria de conteúdo no meio digital se distancia da lógica comunicação de massa, integrando um cenário de mediação característico da internet. Esse contexto corresponde a conteúdos sobre nichos temáticos específicos para estabelecer uma conversa de informações que estavam perdidas, atendendo a um público também determinado. Outra característica do cenário de mediação é a presença de especialistas que geram informações independentemente da factualidade de acontecimentos, enfocando a relevância do conteúdo. A curadoria para a produção do conhecimento depende da interatividade mútua, em que os leitores são também colaboradores em comentários, correções, novas recomendações de temas. As comunidades de prática são um espaço informativo adequado para a interatividade mútua na curadoria, favorecendo a criação de contexto e de memória de grupo. O modelo sugerido por entrevistados é aquele em que o curador publica conteúdo e as pessoas interferem.

Ao buscar efeitos da ação humana na curadoria, a contextualização é citada como a competência decisiva, que os robôs ainda não conseguem refinar. Dois dos motivos para a importância de a ação humana ser percebida na curadoria são uma relação de credibilidade entre pessoas, não tão efetiva quanto a relação entre pessoas e marcas, e o reconhecimento da autoria e da especialidade do curador como fator de confiança.

REFERÊNCIAS

- Bertolini, S., & Bravo, G. (2004). "Social capital, a multidimensional concept". <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.1952&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em 17(05), 2017.
- Castilho, C. A. V. (2015). O papel da curadoria na promoção do fluxo de notícias em espaços informativos voltados para a produção de conhecimento. Tese (Doutorado em Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2015. <<http://btd.egc.ufsc.br/?p=1908>>. Acesso em 20 (05), 2017.
- Castilho, C., & Coelho, C. C. (2014). A curadoria e jornalismo na produção de conhecimento. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 11(1), 305-313. Disponível em: <<file:///C:/Users/Acer/Downloads/32799-114047-1-PB.pdf>>. Acesso em 20 (07), 2016.
- Cui, B., Wang, W., Zhou, W., & Yokoi, S. (2013, December). An Exploration of Protecting Local Culture via Content Curation in Local Online Museum. In *Signal-Image Technology & Internet-Based Systems (SITIS), 2013 International Conference on* (pp. 391-395). IEEE.
- Demo, P. (2001). *Pesquisa e informação qualitativa*. Papirus Editora.

- Duarte, J. (2005). Entrevista em profundidade. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005.
- Jiang, A. H.; Bischof, Z. S.; Bustamante, F. E. (2015) A Cliq of content curators. In: COMPUTER COMMUNICATION REVIEW, 2015. p. 139-140.
- Kim, T. H., Yang, M. S., Kang, N. G., & Choi, K. N. (2015). A study on the construction of national R&D data-based customized information curation system. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(23).
- Primo, A. F. T., & Cassol, M. B. F. (1999). Explorando o conceito de interatividade: conceitos e taxonomias. *Informática na educação: teoria&prática*, 2(2). Disponível em: <http://www.iar.unicamp.br/disciplinas/mm_educacao/doc/Explorando%20o%20conceito%20de%20in.rtf>.
- Recuero, R. Redes sociais na internet–Porto Alegre: Sulina, 2009. *Coleção Cibercultura*, 191.
- Rotman, D., Procita, K., Hansen, D., Sims Parr, C., & Preece, J. (2012). Supporting content curation communities: The case of the Encyclopedia of Life. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 63(6), 1092-1107.
- Sperber, D., & Wilson, D. (2001). Relevância: comunicação e cognição, *Lisboa: Gulbenkian*.
- Thompson, T. L. (2016). Digital doings: curating work–learning practices and ecologies. *Learning, Media and Technology*, 41(3), 480-500.
- Zhong, C., Shah, S., Sundaravadivelan, K., & Sastry, N. (2013, July). Sharing the Loves: Understanding the How and Why of Online Content Curation. In: Proceedings of the 7th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2013, 2013. 2013. p. 659-667.