



**ROSÁLIA MARIA SILVA OLIVEIRA**

**CURADORIA DE CONTEÚDO COMO FERRAMENTA DE CONTEXTO  
PARA A INFORMAÇÃO DIGITAL**

**Universidade de São Paulo  
Escola de Comunicações e Artes  
2014**



**ROSÁLIA MARIA SILVA OLIVEIRA**

**CURADORIA DE CONTEÚDO COMO FERRAMENTA DE CONTEXTO  
PARA INFORMAÇÃO DIGITAL**

Trabalho apresentado sob orientação  
Prof. Charles Nisz no curso  
de Especialização em Mídia, Informação  
e Cultura.

**Universidade de São Paulo  
Escola de Comunicações e Artes**

**2014**

## **Curadoria de conteúdo como ferramenta para o contexto informação digital.**

Rosália Maria Silva Oliveira

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo reunir definições, análises e premissas que envolvem o conceito de “curadoria de conteúdo”. A ideia central é levantar elementos para discussão sobre como a curadoria de informação influencia atualmente a contextualização do conteúdo noticioso no meio digital. Analisando publicações, artigos e plataformas que apresentem argumentos que definiam a prática de “curadoria de conteúdo”, bem como avaliar a aplicação a prática do jornalismo online para o desenvolvimento dessa prática.

**Palavras chave:** conteúdo, web, digital, jornalismo, informação.

### **Abstract**

The purpose of this article is to gather definitions, analyzes and assumptions that involve the concept of "content curation". The central idea is to identify elements for discussion about curating information, currently, influences the contextualization of news content in the digital environment. Analyzing publications, articles and platforms that present arguments that defined the practice of "content curation" as well as evaluating the application the practice of online journalism to the development of this practice.

**Keywords:** content, web, digital, journalism, information.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 CONCEITOS.....</b>	<b>6</b>
<b>2. CURADORIA: TERMOS E DEFINIÇÕES.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 CURADORIA E EDIÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>3. GESTÃO DA INFORMAÇÃO DIGITAL.....</b>	<b>12</b>
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>14</b>
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DIGITAIS.....</b>	<b>15</b>

## 1. Introdução

*“Não é a sobrecarga de informações. É falha do filtro.” (Clay Shirky)*

A universalização da comunicação foi um processo lento. Uma vez que dependia da tecnologia para se propagar, as informações não chegavam a lugares que não eram desenvolvidos tecnologicamente. Essa barreira foi e está sendo quebrada com o tempo e os acordos comerciais entre países desenvolvidos que lideram o avanço das principais tecnologias, o que é o meio mais apropriado para a continuidade do processo. Com a chegada da Internet entre as décadas de 70 e 80, as informações ganharam velocidade e a universalização tornou-se de fato real. Inicialmente a Internet era usada para fins militares, mas com estudos avançados de cientistas do mundo todo, em 1995 havia mais de 6 milhões de computadores permanentemente conectados à essa nova mídia eletrônica.

Com o passar dos anos, outras necessidades surgiram. Diante disso tornou-se indispensável o desenvolvimento de aplicativos que facilitassem o aproveitando das ferramentas que a Internet dispunha. Em meados de 2004, a Internet mudou sua plataforma, migrou de Mídia Estática para Mídia Interativa, e a essa interatividade dar-se o nome de Web 2.0. Logo após, as redes sociais, como o Orkut, chegaram para dar ainda mais força essa interatividade.

A informação digital tomou outro rumo, se firmou de maneira totalmente interativa e ágil. Com a democratização da informação, a Internet tornou-se uma mídia de duas vias, ou seja, Interativa. A interação entre quem publica e que lê é ponto mais saliente dessa revolução.

Os leitores hoje são a fonte de informação, são eles que diretamente ou indiretamente dão as pautas daquilo que será publicado. A comunicação de massa transformou-se em comunicação de nicho. Uma constante personalização que reúne pessoas por meio de seus objetivos em comum. E o perfil dos leitores acompanha em tempo real essa evolução, seja uma mídia tradicional ou uma mídia interativa, eles sabem exatamente como se

comportar diante das diversas formas que a comunicação se manifesta.

## 1.1 Conceitos

Dentro do conceito de cultura e das suas definições iniciais, a **concepção clássica de cultura** tem uma tradição vinda desde a Grécia antiga. Representada pelas manifestações folclóricas, conhecidas como “cultura do povo”. Era vista como atributo humano, relativa crença, a sua imagem e semelhança.

Já, a concepção descritiva de Taylor Malinowski, defende que cultura é um conjunto de crenças, ideias, valores, bem como artefatos, produzidos e consumidos. Na concepção simbólica de Clifford Geertz, a cultura é a interpretação da realidade e significa tanto para quem produz, como para quem consome. E a concepção estrutural de John Thompson, defende que o parentesco é a categoria fundante de todas as culturas. Onde o ser humano é fundamentalmente ideológico e produto da linguagem.

A cultural tornou-se um espaço de conflitos e negociações dentro do campo da comunicação, pois houve um esvaziamento de debates. – para Terry Eagleton, a teoria cultural perdeu a crítica e a auto-reflexão a distanciando assim, da prática. Em seu texto *"Depois da teoria: um olhar sobre os estudos culturais e o pós-modernismo"*, o autor discorre sobre esvaziamento e descontrolo da reflexão e da discussão. De como a falta de memória coletiva distorce as idéias culturais contemporâneas e como o descarte dessa memória histórica dificulta o embate de conceitos sólidos.

Esse artigo trabalha com os conceitos de comunicação, cultura e jornalismo que podem ser atribuídos a duas vertentes defendidas por Pierry Lévy, a Cibercultura e por Manuel Castells, Sociedade em Rede. Entende-se por Cibercultura o um conjunto de técnicas originárias da matéria (como suportes digitais, softwares, do intelecto (pensamento, reflexão, raciocínio, conhecimento) e principalmente do comportamento e estilo de vida humano, construídos e desenvolvidos a partir do crescimento do ciberespaço no web jornalismo. (LÉVY, 1999). Dentro do conceito de sociedade em rede (CASTELLS, 2007) compreendesse a sociedade atual, sendo um conjunto de

pessoas que partilham interesses comuns, ligados por pontos e ferramentas que facilitam a comunicação, compartilhando experiências entre si. Nesta distribuição de experiências e conhecimentos, cada indivíduo é capaz de delimitar sua identidade individual e coletiva.

A Internet causou uma revolução na maneira de consumir e de produzir informação. Antes, a comunicação era midiática (um para muitos), hoje é dialógica (de muitos para muitos). As mídias digitais baratearam de forma significativa os custos de publicação de informação (como é o caso do Wordpress – plataforma de publicação e gerenciamento de conteúdo digital). Com um blog, um notebook e um celular, qualquer leitor pode produzir informação relevante. Isso abre portas para iniciativas de jornalismo comunitário, hiperlocal e outros nichos pouco cobertos pela mídia tradicional. Mas muitos desses veículos ainda sofrem para conseguir um modelo de negócios viável. Com tantos mecanismos de segmentação de público e métricas de desempenho de mídia, aos poucos a publicidade vai se deslocando ainda mais para a Internet.

Todo mundo pode e está produzindo conteúdo e as mídias digitais ajudam a dar visibilidade a tudo isso que é produzido, seja o conteúdo bom ou ruim: uma denúncia, um post, uma foto podem render uma boa matéria. A mídia digital é o começo do trabalho do curador de conteúdo digital. É a vez do jornalismo se apropriar de novas técnicas e ferramentas digitais em prol da informação.

## 2. Curadoria: termos e definições

*“O termo curadoria entrou na categoria dos ciber-significados de uma forma impactante e muito recentemente. O bem conhecido e consolidado curador das artes ou aquele curador gestor legal de patrimônios passaram a conviver com uma multidão de curadores da informação, curadores digitais, curadores de festas, de musicas, de programações, de coletâneas literárias” (Elisabeth Saad<sup>2</sup>, 2012)*

Com a crescente produção de informações geradas no ambiente digital, o termo e o conceito de “curadoria de conteúdo” começa a ser aplicado no intuito de filtrar, categorizar e organizar esse volume de dados.

A cada minuto mais de 72 horas de conteúdo em formato de vídeos são publicados no Youtube. Além do que são produzidos por blogs especializados e mídias sociais. Um infográfico criado pela Domo<sup>3</sup>- empresa especializada em pesquisar volume de dados - descreve o que acontece a cada sessenta segundos na Internet:

- 4 milhões de buscas são feitas no Google;
- 277 mil novos tweets são geradas no Twitter;
- 2.460.000 atualizações de status no Facebook;
- 204 milhões de novos e-mails são enviados;
- 216 mil fotos são publicadas no Instagram;
- 48 mil downloads de apps são feitos na loja da Apple.

---

<sup>2</sup> **Elizabeth Saad Corrêa** é coordenadora do COM+, professora titular do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP, Doutora em Ciências da Comunicação pela mesma instituição, Graduada e Mestre em Administração de Empresas pela FEA/USP. Coordena o curso de pós-graduação lato sensu DIGICORP – Gestão da Comunicação Digital Integrada em ambientes Corporativos. É autora de centenas de artigos em jornais e revistas da área, além de periódicos acadêmicos. Seu mais recente livro é Estratégias 2.0 para a Mídia Digital: Internet, informação e comunicação, Editora SENAC-SP.

<sup>3</sup> Dados do primeiro semestre de 2014.

Para ciberfilósofos como Sherry Turkle<sup>4</sup>, autora do bordão “*Eu compartilho, logo existo*”, os dispositivos e personalidades online estão redefinindo conexão humana e comunicação. Nesse contexto é possível ter a dimensão de como o volume de dados produzidos pela rede interfere na comunicação e nas relações humanas, sejam elas pautadas ou não pelas novas tecnologias. Mas, uma fala de Castells, indica que os conceitos de cultura, redes, sociedade e tecnologia se misturam: “A tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”. (CASTELLS, 1999).

## 2. 1 - Curadoria e edição

Com volume excessivo de informação sendo produzido e publicado na Internet, o papel de plataformas e profissionais de certa forma que gerenciem esses conteúdos se faz necessário. Mas problemática principal vai além do gerenciamento da informação. Ela gira em torno de como vamos encontrar conteúdo relevante em meio ao volume tão grande de informação.

Com o volume de informação produzida, a Internet tornou-se um mar de conteúdo, fazendo assim necessária uma nova profissão que organiza e seleciona esse volume de dados: o curador de conteúdo.

A palavra "curador" vem do latim tutor "aquele que tem uma administração a seu cuidado". Já a profissão “curador” vem como herança da curadoria de arte, onde um profissional da área é responsável pela captação de obras, artistas, pela montagem e coordenação de uma exposição ou projeto.

---

<sup>4</sup>. **Sherry Turkle** é professora de Sociologia no Massachusetts Institut of Technology (MIT) doutora, por Harvard, em Psicologia da Personalidade. Suas pesquisas no campo da relação entre as novas formas de telecomunicação e a interação no ciberespaço constituem uma referência para os especialistas e estudiosos do assunto.

Segundo Weisgerber (2012), o processo de trabalho que define os processos de curadoria digital são:

1. Achar: identificar um nicho; agregar;
2. Selecionar: filtrar; selecionar: qualidade / originalidade / relevância
3. Editorializar: contextualizar conteúdo; introduzir / resumir (não simplesmente postar); adicionar a sua perspectiva;
4. Arranjar / formatar: classificar conteúdo; hierarquizar; leiautar conteúdo;
5. Criar: decidir por um formato: Paper.li, Scoop.it, Storify, Storiful, Twitter; creditar fontes;
6. Compartilhar: identifique sua audiência; qual mídia eles usam?
7. Engajar: seja o anfitrião da conversação; providencie espaço; participe; anime;
8. Monitorar: monitorar o engajamento; monitore a liderança da conversação; melhore.

Diante desse cenário, fazem-se necessárias atribuições de outro profissional: o editor. O curador de conteúdo tem função semelhante ao editor dos jornais impressos. A ideia por trás da função é a mesma, o que mudou foi o meio: o jornal tinha limite de espaço, então você precisava escolher o que mandar imprimir. A problemática está no aumento exponencial das fontes de informação, onde a ideia é direcionar o olhar do leitor para assuntos relevantes. Uma diferença fundamental é que antes era necessário estar vinculado a um veículo de mídia, hoje qualquer um pode ser editor do seu Twitter, Facebook, blog e outras plataformas de publicação.

Mas, o papel do curador digital, vai além do simples garimpo. A interação propiciada pelas mídias digitais permite ao editor perceber com mais precisão o que o seu leitor gostaria de ler (e mais importante que isso, o que ele não gosta). Ou seja, o editor também pode reagir conforme as oscilações da audiência diante das matérias. No entanto, há o risco do leitor entregar apenas

o que o leitor quer ler e esquecer que o Jornalismo tem a função de atender o interesse público (fiscalização do poder, serviços, etc). Ao navegar na internet a procura de informações e selecionar o tipo de conteúdo que quer ler, o leitor é o seu próprio editor. Nicholas Negroponte aborda essa prática em "*A Vida Digital*" como uma tendência ao que conhecemos como produto noticioso e o chamou de "O Meu Jornal Diário".

Os estudos e referências sobre o assunto dividem opiniões. Enquanto os autores internacionais como Steven Rosenbaum – autor do livro *Curation Nation* (2010) – defende o protagonismo dos algoritmos no papel da curadoria, pesquisadores brasileiros apostam na interferência de profissionais e amadores para organizar os dados da rede: “a curadoria é muito mais manual e estratégica, embora o suporte também ajude a condicionar a forma de consumo de informação.”, trecho de um artigo de curadoria da pesquisadora Adriana Amaral. As divergências nas opiniões e pesquisas desenvolvidas no Brasil e Estados Unidos coloca em embate a curadoria humana X a curadoria por algoritmos, quando na verdade, a soma dessas competências contribui para o aprimoramento profissional e crítico do curador de conteúdo digital.

O curador deve ser aquele que enxerga oportunidades. Que percebe algo interessante e dá um tratamento para que a informação esteja adequada ao veículo e ao seu público. O jornalista tem papel fundamental para fazer com que a curadoria de conteúdo possa servir de contexto para as reportagens e notícias publicadas na rede. É a curadoria que será responsável por trazer aos leitores uma dimensão tempo-histórico-linear para assuntos de grandes vertentes e proporções, como guerras, por exemplo.

### 3. Gestão da informação digital

“Hoje, as grandes mudanças nos computadores e nas telecomunicações emanam dos aplicativos, das necessidades humanas básicas, muito mais do que das ciências materiais básicas.” (Negroponte, 2002, p. 77)

Estamos em uma época de sobrecarga de informações, a descoberta de dados - onde a arquitetura desses conhecimentos estão disponíveis na rede - precisa estar a serviço de filtrar para o leitor do que é interessante, significativo e importante. Para que diante desse filtro de informações, uma forma de trabalho criativo e intelectual possa ser desenvolvida.

No entanto, para quem administrar a sobrecarga de informação é necessário uma harmonia entre algoritmo, ferramentas e "edição humana". Atualmente existem ferramentas capazes de auxiliar no trabalho de curadoria, como os publicadores de conteúdo e os CMS (content management systems – sistema de gerenciamento de conteúdo), como por exemplo, o publicador de blogs: Wordpress - popular por ser uma ferramenta de organização de grande volume de dados, uma organização feita por algoritmos.

Entende-se por algoritmos o conjunto de ações computacionais criadas para cumprir uma tarefa determinada. A diferença é que dentro da prática da curadoria, o algoritmo pode ser pensado e executado como código de programação e também, como processo de lógico da organização de dados através do trabalho humano.

Programas como *Storify* são exemplo da junção dos algoritmos e do trabalho humano em prol da curadoria da informação. Com ele o usuário é capaz de compor um conjunto de matérias relacionadas a determinado assunto e discorrer suas impressões sobre os fatos. E mais importante, podem a partir de links externos, vídeos e imagens, resgatar o contexto histórico do tema abordado. Prática simples, mas pouco explorada por veículos de informação jornalística no ambiente digital. Em pesquisa<sup>5</sup> em portais de conteúdo de grande audiência – Estadão < [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br)>, Folha de São Paulo

<[www.folha.com.br](http://www.folha.com.br)> e UOL [www.uol.com.br](http://www.uol.com.br) – com a combinação de termos “eleições presidências Brasil 2014”, não foram encontradas matérias com contextualização histórica do tema. Apenas, abordagem de dados e fatos recentes sobre os candidatos e a disputa eleitoral.

A curadoria da informação digital, precisa ser a junção dessas competências: humanas e computacionais. Pois, se apenas com a competência humana, a curadoria seria edição e os algoritmos, apenas sistemas operacionais. A prática e a profissão de curador digital precisa acompanhar e agregar as funções de arquitetura de informação, ter conhecimentos sólidos de edição e capacidade de sintetizar o conteúdo com base no interesse do leitor.

-----

<sup>5</sup>Pesquisa realizada entre os dias 29 de Agosto e 01 de Setembro de 2014.

#### **4. Considerações finais**

As informações estão na rede, sendo consumidas e produzidas o tempo todo, a curadoria da informação vem para organizar e agrupar esses dados com tecnologia e senso crítico, sempre pautados no interesse do leitor.

O jornalismo precisa se apropriar dessa prática, assim versões online de grandes diários poderão fazer uso da tecnologia e da curadoria para trazer ao leitor mais contexto de assuntos com muito conteúdo, como guerras, por exemplo. E a indústria do jornalismo por sua vez, precisa repensar a estratégia de conteúdo a partir do digital e não encarar a versão online como apêndice da versão impressa. Em termos de negócio e geração de audiência, o modelo adotado pelo Los Angeles Times, por exemplo, vem dado certo. Ao separar o impresso do digital, o jornal elevou a qualidade do conteúdo online atraindo leitores e anunciantes.

A partir desses novos modelos de jornalismo digital e com um trabalho de curadoria, um leitor poderá acompanhar e explorar uma matéria com o resgate de suas publicações anteriores, vídeos, infográficos, links e inclusive, opinião de outros leitores.

A tecnologia proporciona ao jornalismo e conteúdo online em si, a possibilidade de criar esse contexto que apenas grandes reportagens de revista e documentários eram capazes de traduzir. Hoje, com a curadoria, uma reportagem digital pode ser tão rica de informações quanto um documentário especial sobre tragédias naturais, por exemplo.

Cabe aos profissionais da informação, sejam eles jornalistas, editores, blogueiros, redatores ou leitores entusiastas, a apropriação e prática da curadoria digital. Assim, poderemos ter cada vez mais dados disponíveis e organizados para o consumo dessa informação.

## 5. BIBLIOGRAFIA

- TRIVINHOS, NS Augusto. - **Introdução a pesquisa em Ciências Sociais.** Atlas, 1995.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. - **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade.** Vozes, 2011.
- THOMPSON, John B. - **A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia.** Vozes, 1998.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2007
- SODRÉ, Muniz. **A verdade seduzida.** São Paulo: DP&a, 2001.
- THOMPSON, J. **Ideologia e a cultura moderna.** Petrópolis: Vozes, 2011.
- MORAES, de Denis e outros. – **Globalização, mídia e cultura contemporâneo.** Letra Livre, 1997.
- IANNI, Octavi.- **O príncipe eletrônico.** Perspectivas, 1999.
- HALL, Stuart. - **A centralidade da Cultura.** 1997.
- CASTELLS, Manoel. - **Sociedade em rede** – Paz e Terra, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. – **Modernidade Líquida.** – Zahar, 2001.
- LEVY, Pierry. – **Cibercultura.** – Editora 34, 2010.
- SAAD, Elisabeth - **Curadoria Digital e o Campo da Comunicação.** São Paulo, 2012. Disponível em: <http://grupo-ecausp.com/novo-ebook-curadoria-digital-e-o-campo-da-comunicacao/>. Acesso em: 10. mar. 2014.
- ROSENBAUM, Steven. – **Curation Nation** – 2010.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital.** Companhia das Letras, 1995.