

Elizabeth Nicolau Saad Corrêa (org.)

[curadoria digital]

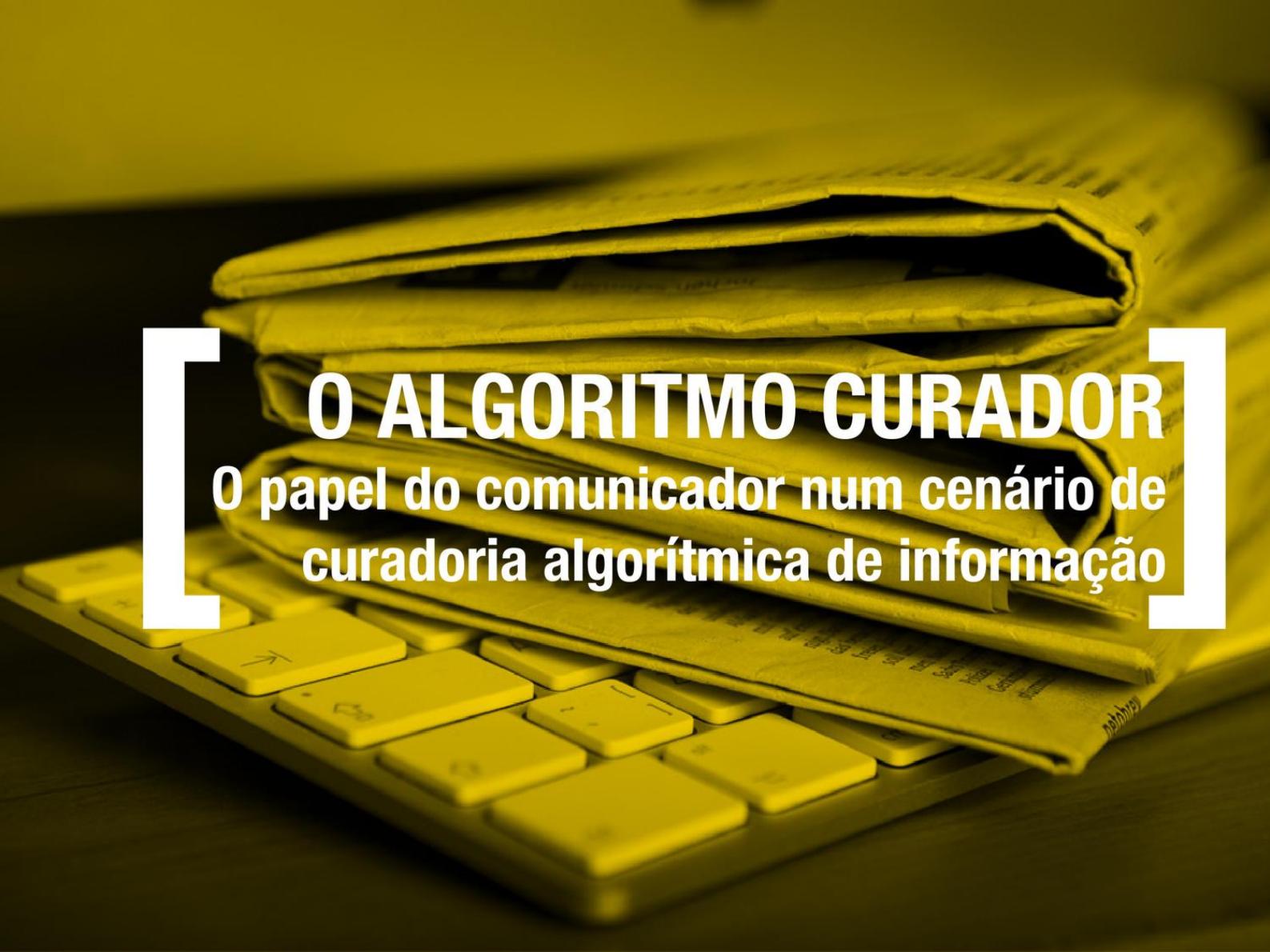
e o campo da comunicação

1^a edição

São Paulo

Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo

2012



O ALGORITMO CURADOR

O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação

O ALGORITMO CURADOR

O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação⁴

Resumo: A recente cena das redes digitais tem indicado com ênfase a atividade de curadoria e a própria figura do curador como saída ao problema da abundância informativa em rede. Argumentamos, contudo, que na atualidade a curadoria da informação em ambientes digitais tem se manifestado mais como um procedimento automático algorítmico que propriamente humano. Com base na revisão da literatura, reiteramos, entretanto que o processo curatorial configura-se como uma atividade inerente ao campo da Comunicação. O comunicador tem competências para assumir papéis de seleção, filtragem, agregação e, mais importante, remídiação de conteúdos para partilha em rede, inclusive com auxílio de algoritmos.

Palavras-chave: Comunicação digital; Curadoria de informação; Algoritmo; Perfil do comunicador.

Elizabeth Saad Corrêa⁵

Daniela Bertocchi⁶

⁴ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho CIBERCULTURA do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012.

⁵ Elizabeth Saad Corrêa, Professora Titular do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e do PPGCom-ECA. Coordenadora do curso de especialização DIGICORP e do grupo de pesquisa COM+. Email: bethsaad@usp.br

⁶ Daniela Bertocchi, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Mestre em Ciberjornalismo pela Universidade do Minho, Portugal (2007). Pesquisadora do grupo de pesquisa COM+. Site: www.bertocchi.info Email: bertocchi@usp.br

“

Information is to data what wine is to a vineyard: the delicious extract and distillate.

David Weinberg (2012)

”

1. Abundância informativa

Excesso informativo, ansiedade de informação, dieta informativa (Turkle, 2011, p. 242; Pariser, 2011; Johnson, 2012) são expressões que começaram a surgir na década de 1970 do século passado⁷ e, desde então, passaram a ser incorporadas no discurso de pesquisadores da comunicação e, cada vez mais, nas conversas de não especialistas no assunto. Reflexo de um momento em instituições científicas acadêmicas, escolas, bibliotecas, museus, organizações, e corporações de toda espécie – e não somente os meios tradicionais de informação e comunicação – partilham dados digitais na rede, multiplicando a oferta informativa para seus indivíduos.

Constatam-se uma abundância informativa e uma disseminação de múltiplas narrativas sobre os acontecimentos do mundo, criadas a partir de distintas fontes, e apresentadas em formatos para todos os gostos. Contudo, inexiste a garantia de transformação de *dados* em *informação* e tampouco estes em *conhecimento* por parte do homem⁸. O especialista em mídia Neal Gabler (2011) chega a afirmar que a sociedade vive na era da *pós-ideia*, ou seja, os indivíduos se tornaram grandes acumuladores de fatos e informações, mas já não conseguem desenvolver um pensamento crítico e profundo sobre um fato. O comentarista de mídia declara que a era digital nos libertou para “a ignorância bem informada”.

Weinberger (2012) identifica neste cenário de *information overload* uma “crise de conhecimento”. Para o autor, as informações permaneciam clara e concretamente localizadas (em livros, bibliotecas, jornais) e permitiam a construção do conhecimento por meio de “trabalho duro” de estudiosos que se tornavam, por consequência, especialistas em assuntos. No contexto digital, vive-se o oposto, segundo o autor: as informações encontram-se espalhadas desordenadamente; são produzidas por amadores, plagiadores e usuários que consideram um bom conteúdo aquele que possui o maior número de polegares indicando “curtir”. Ainda assim, reitera, os meios de comunicação, as empresas, os governos e a ciência se beneficiam dos dados disponíveis na rede, sobretudo por conta das contribuições de leitores que, ao colaborar com o processo, tornam os dados muito mais encontráveis e compreensíveis por outros tantos leitores. (2012, loc. 126-132).

Ou seja, a crise do conhecimento nasce numa época de exaltação do conhecimento. O conhecimento em rede, embora menos acurado, torna-se “mais humano”:

⁷ Alvin Toffler introduziu a idéia de excesso de informação em 1970 com a publicação de seu livro *O Choque do Futuro*.

⁸ Referenciamos aqui a famosa pirâmide DIKW (dado, informação, conhecimento e sabedoria) criada em 1988 pelo pesquisador Russell Ackoff.

Hoje, conhecimento é propriedade da rede, e esta engloba negócios, governos, mídias, museus, coleções curadas e mentes comunicativas. Em algumas circunstâncias, o conhecimento como propriedade da rede tem mais significado como um tipo de saber do que aquele das multidões. E, como veremos adiante, não é apenas em determinadas circunstâncias que grupos são mais inteligentes que seus membros em separado. Ou seja, **a mudança na infraestrutura do conhecimento está alterando sua forma e natureza**. Na medida em que o conhecimento ocorre em conexão, a pessoa mais inteligente de uma sala não é aquela sentada à nossa frente, e também não é o conhecimento de todos daquela sala. A pessoa mais inteligente da sala é a própria sala: a rede que agrupa pessoas e ideias e as conecta àquelas que estão do lado de fora. **Isso não significa que a rede está se tornando um supercérebro. É o conhecimento que está se tornando inextricável** – literalmente, algo impensável – à rede. Nossa tarefa é saber como construir salas inteligentes, ou seja, como construir redes que nos tornem mais inteligentes, e se isso for feito de forma inadequada, a rede pode fazer de nós pessoas cada vez mais ignorantes. **Conhecimento em rede é menos preciso, porém, mais humano** (Weinberger, 2012, loc. 139-148, grifos nossos e tradução livre).

2. Curadoria como solução

Como resposta ao problema que a *dadosfera* (Beiguelman, 2011) nos apresenta, a saber, o gerenciamento de uma grande quantidade de dados na rede e em rede, observamos a retomada de um conceito já bastante conhecido – o de curadoria – agora adaptado ao contexto digital. Nessa paisagem, a noção gera desdobramentos tais como “curadoria de informação”, “curadoria de conteúdo”, “curadoria de conhecimento” e “curadoria de dados”, quase sempre colocando como protagonista os seres humanos capazes de filtrar informações e reorganizá-las para uma pléiade de usuários (Rosenbaum, 2011).

Argumentaremos, contudo, que atualmente temos muito mais uma curadoria algorítmica de informação do que propriamente humana. Falta ao comunicador da era digital se posicionar diante desse novo panorama curatorial explorando competências de re-mediação, agregação de audiências, mineração de dados, inteligência distribuída, agenciamentos e adição de valor às informações.

“

O conhecimento em rede, embora menos
acurado, torna-se “mais humano”.

”

2.1. Os significados de curadoria

Todo processo de inovação de ruptura – como tem sido o caso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TICs) e a sucessão de plataformas e sistemas decorrentes – traz consigo modos de apropriação pela sociedade que, geralmente, passam pela adoção transversal de conceitos diversos já vigentes – uma maneira de facilitar a apreensão do novo por todos⁹.

Temos assistido a tal dinâmica no cenário das mídias digitais quase como rotina. Termos como portal, interface, memes, viralização, mídias e redes sociais, curadoria, são alguns dos exemplos recentes.

Sabemos que é parte da construção do conhecimento social recorrer a tal dinâmica de empréstimos conceituais, porém percebemos também que, devido à atualidade e à força que o mundo digital assume em nosso dia-a-dia, não são raras as inadequações conceituais existentes. Ao gerar um ideário simplificado para o público em geral, corre-se o risco de promover uma fixação errônea de termos – ou, ainda, como consequência, temos o perigo de oferecer um baixo aproveitamento do potencial que tal conceito adaptado à cena digital poderia assumir.

Consideramos que assim tem ocorrido recentemente com o termo curadoria de informação.

Nossas afirmações não surgem apenas a partir de percepções empíricas de quem atua longamente nesse ambiente. Recorremos ao conceito de *incerteza ontológica* para sustentar nossa proposta. Segundo Lane e Maxfield, 2005 (apud Fox, 2012, on-line) a incerteza ontológica existe quando os indivíduos têm uma percepção sobre a inovação tecnológica de ruptura baseada em suas diferentes visões de mundo e não na proposta de inovação em si. Essas variações estão ligadas às questões de gênero, personalidade, cultura, experiências, processos organizacionais ou outras influências externas.

Mas o que é curadoria e quais as incertezas ontológicas a ela associadas?

Em sua etimologia, o termo curadoria está vinculado ao ato de curar, zelar, vigiar por algo: um conceito originalmente relacionado aos campos do Direito e das ordens monásticas. Com a evolução social o termo passa a relacionar-se com o campo das artes, dos museus e de seus respectivos acervos.

⁹ A dinâmica da inovação por ruptura na indústria digital é bastante explorada por Clayton Christensen como uma série de livros como *The Innovators Dilemma*, *The Innovators Solution*, entre outros. Para o autor, uma inovação de ruptura ocorre quando um produto ou serviço criam um novo mercado e uma nova forma de valorização. (Christensen, 1997)

As representações de curadoria vigentes vinculam-se à ação humana e, ampliadas para qualquer contexto social, referem-se sobremaneira às atividades de seleção, organização e apresentação de algo a partir de algum critério inerente ao indivíduo curador. Mais adiante nessa evolução conceitual vemos o termo vinculado à atividade de mediação, qual seja, de um especialista que executa conexões entre grupos, públicos, pessoas com propostas, objetos, exposições ordenados a partir de “modelos de ordem” definidos pelo mediador (aqui curador).

Na medida em que ocorre a expansão da sociedade digitalizada, o termo curadoria passa a ser utilizado para uma diversidade de ações que envolvem organização de dados a partir de critérios ou recortes. Nesse contexto, a “curadoria de informação” assume uma ideia muito mais de *organização* que de inauguração de uma nova proposta ou visão de mundo.

Recorrendo ao Google, observamos a explosão de uso do termo a partir do ano de 2010. Quantitativamente, em fevereiro de 2012 o Google registrou aproximadamente 1.230.000 resultados para o termo “curadoria” em Português e 7.450.000 em Inglês; considerando o termo “curadoria da informação” registrou 1.0038.000 resultados em Português e mais de 4.750.000 em Inglês.

A diversidade de associações semânticas ligadas ao termo revela a amplitude de sua apropriação: curadoria de conteúdo, cuidador de informação, filtrador, curadoria digital, editorial, social, jornalística, educativa, do conhecimento, do consumidor, de comunidades, entre outros. Além disso, encontramos um *journal* indexado – *International Journal on Digital Curation*¹⁰; e um mestrado em Curadoria Digital na Universidade de Luleå, na Suécia¹¹ que prevê a “formação em conceitos e modelos de preservação, conservação e atividades similares, a interoperabilidade e acesso a dados, normas e metadados, a manutenção de sistemas de curadoria e o desenvolvimento de organizações curatoriais”.

Sob o ponto de vista do campo da Comunicação, apreciamos uma imagem de abundância informativa, alavancada pelas redes digitais, e, ao mesmo tempo, o surgimento, na própria rede, de propostas curatoriais organizadoras. Ações essas exercidas na atualidade predominantemente por processos automatizados que assumem o papel de filtradores dessa abastança informativa. Como pano de fundo, tem-se os diversos aspectos de construção de conhecimento individual, coletivo e social que no contexto atual requerem uma intervenção mediadora (que mais adiante veremos como re-mediadora).

¹⁰ <http://www.ijdc.net/>

¹¹ [http://www.masterstudies.com/Masters-Degree/Engineering-and-Technology/Computer-Science-Information-Technology-\(IT\)/MSc-in-Information-Technology-\(IT\)/Sweden/Luleå-University-of-Technology/Master-Programme-in-Digital-Curation/](http://www.masterstudies.com/Masters-Degree/Engineering-and-Technology/Computer-Science-Information-Technology-(IT)/MSc-in-Information-Technology-(IT)/Sweden/Luleå-University-of-Technology/Master-Programme-in-Digital-Curation/)

Pressupomos que é exatamente na intersecção entre a fartura informativa digitalizada, a disponibilidade de processos organizadores e a construção do conhecimento e formação de opinião da sociedade que se coloca o papel do comunicador como curador da informação.

2.2 O algoritmo curador

Seja na web ou através de aplicativos para tablets e outros dispositivos móveis observa-se uma significativa presença de soluções algorítmicas para lidar com a profusão informativa. O buscador Google (e outros buscadores mais segmentados¹²) e a rede social Facebook são baseados em algoritmos curadores. Os sistemas agregadores, baseados na organização de fluxos informativos em RSS, utilizam um algoritmo simplificado, sendo o GoogleReader o melhor exemplo. Os sistemas de recomendação como o da loja Amazon, ou dos sites de música, como LastFm e Spotify, também se utilizam de algoritmos simples. E há os próprios algoritmos criados para sustentar modelos de negócio e que se transformaram em produtos específicos baseados em feeds pessoais e/ou tags definidas pelos usuários: é o caso do Zite e do Flipboard, revistas personalizáveis, únicas para cada usuário e exclusivas, por ora, para tablets; do Paper. Ly que organiza informações a partir da navegação dos usuários nas redes sociais; do Scoop.it que cria conteúdo a partir de uma temática definida pelo usuário; o Storify que constrói “narrativas sociais” e viraliza o resultado obtido; o Social Pulse da agência de notícias Reuters que apresenta o noticiário mais tuitado e retuitado por uma rede de influenciadores; o Washington Post Social Reader, agregador de notícias igualmente personalizado; e as ferramentas de organização da informação por meio de imagens, trazendo a inovação do aprendizado social na construção de narrativas visuais, a exemplo do Pinterest e do WeHeartIt.

Fontes menos acadêmicas ou de outros campos do conhecimento como a Engenharia da Informação, colocam na lista de ferramentas de apoio à curadoria sistemas publicadores de conteúdo, os CMS (*content management systems*). Com isso, publicadores de blogs como o Wordpress e o Tumblr, publicadores personalizados (como Joomla e Drupal), ou publicadores proprietários criados por empresas informativas entram nessa lista.

Referenciamos apenas os exemplos mais populares daquilo que denominamos ferramentas de organização da abundância informativa por meio de algoritmos. O que temos a refletir sobre essa disponibilidade é o seu forte papel curatorial, já intrínseco às ferramentas, e a noção de que todo algoritmo é produto de um processo humano, com critérios de escolha previamente definidos com base em algum contexto de oferta da informação,

¹² Incluem-se, entre outros, nessa categoria buscadores como o Addict-o-matic que privilegia a busca do buzz momentâneo nas redes sociais; o DuckDuckGo que busca conteúdos em sites de crowdsourcing; e o Icerocket que busca em tempo real na rede.

conforme explicado a seguir.

O termo “algoritmo” é uma palavra latinizada, derivada do nome de Al Khwarizmi, matemático árabe do século 19. Na computação, um algoritmo é um “procedimento criado para cumprir uma tarefa específica” (Skiena, 2008, p. 3).

Trata-se de um passo-a-passo computacional, um código de programação, executado numa dada periodicidade e com um esforço definido. O conceito de algoritmo permite pensá-lo como um procedimento que pode ser executado não apenas por máquinas, mas também por homens, ampliando seu potencial de acuidade associada à personalização.

Deste modo, desenhar um algoritmo é elaborar uma série de instruções com a finalidade de resolver um problema. No caso da *timeline social* do Facebook, o algoritmo é utilizado especialmente para ordenar elementos (dados sobre outros usuários) por critério de importância (definida pelo programador da empresa). Para o Google, o algoritmo busca resolver o problema da compreensão dos dados e retorno de ocorrências afins. Para Zite ou Flipboard, o objetivo é produzir uma revista digital apenas com conteúdos relevantes para aquele usuário. Para a Amazon, o objetivo do algoritmo é ampliar o leque de sugestões para a compra de produtos. Nos demais exemplos, o uso de algoritmos ocorre na definição das fontes de informação. Ou seja, no cenário da comunicação digital, a rigor, o algoritmo trabalha com a missão de expurgar informações indesejáveis, oferecendo apenas o que o usuário julgaria eventualmente o mais relevante para si, conforme um modelo de negócio definido ou de acesso às informações também previamente determinado pelo proprietário do algoritmo.

Como qualquer criação humana, o algoritmo pode ser mais ou menos “elegante”, mais ou menos original. No campo das ciências da computação, um bom algoritmo é aquele que é “correto” (certo para o problema), “eficiente” (resolve o problema mais rapidamente e facilmente possível) e fácil de ser implementado no sistema computacional (Skiena, 2008).

A ligação entre algoritmo e capacidade de decisão (*decidability*) é bastante clara para os profissionais de computação: um algoritmo decide caminhos para cumprir sua meta. Para tanto, pode conter ou não inteligência artificial. Os que a contêm, assimilam novas informações apreendidas de seus usuários, aprendendo padrões de comportamento, e se tornando cada vez mais sofisticados.

A curadoria realizada pelo algoritmo pode ser inserida em um campo de estudo emergente, a sociologia do algoritmo (Anderson, 2011, p. 529). Ao falar sobre “jornalismo de algoritmos”, Anderson afirma que “o algoritmo está desempenhando um papel sociotécnico cada vez mais importante na mediação entre jornalistas, audiência e produtos de mídia, e esta mediação tem implicações tanto sociológicas como normativas”.

É nesse ponto que colocamos mais uma reflexão para a configuração de um comunicador-curador: o estabelecimento de uma relação entre sofisticação do algoritmo e correspondente intervenção humana especializada (o comunicador) no processo de sua construção. Quanto mais informações circunstanciais, sociais e comportamentais se fizerem necessárias para o modelamento do algoritmo, mais deveria ser exigida a participação do comunicador como alimentador do modelo e, especialmente, como refinador ao longo da vida útil do algoritmo.

Observamos isso, sobretudo quando notamos que a curadoria realizada pelos algoritmos menos complexos tende a olhar para trás: considera o comportamento passado do usuário, o que ele comentou, recomendou, apreciou, leu. Conhecendo padrões e preferências, esse passo-a-passo matemático traz mais informações similares e afins para seu usuário, partir de uma varredura rápida e eficiente pelas bases de dados.

A curadoria humana pura e simples (sem os procedimentos matemáticos), por outro lado, é mais livre para olhar para o futuro. Um curador de conteúdos é capaz de agregar novas e inusitadas perspectivas à informação, oferecendo aos seus usuários a surpresa, o inesperado ou simplesmente aquilo que o usuário nem imaginaria existir no mundo e sobre o mundo, ampliando seu próprio entendimento de mundo.

A curadoria comunicacional, que faz uso de algoritmos sofisticados associados às expertises de re-mediação do comunicador, parece ser o campo para o entendimento e caracterização da curadoria da informação na Comunicação. A repórter Jane Wakefield, em artigo publicado pela BBC News, chega a reiterar: “Algoritmos podem ser mais espertos que o homem, mas eles não possuem necessariamente a noção de perspectiva do homem”.

Anderson qualifica esse processo como “promiscuidade algorítmica”: a capacidade da máquina de agregar e tratar os dados computacionais e os dados humanos da mesma forma, reduzindo e esquematizando estes últimos.

Os leitores de informações assim são reduzidos às suas preferências, ao que consomem. A *agenda setting* passa a ser pessoal, única, personalizada e determinada por seus desejos. Processo indesejável do ponto de vista da comunicação social como um todo, em que diferentes pontos de vista, fontes, perspectivas e recortes são fundamentais para o alargamento da visão de mundo desses leitores e para a construção do conhecimento da humanidade. (Pariser, 2011; Basulto, 2012).

¹³ When algorithms control the world, BBC News, Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-14306146> Acessado em 14/02/2012.

Ao refletirmos sobre a curadoria comunicacional da informação partimos do pressuposto de que o profissional da comunicação, por vivenciar a proximidade com aquele que quer e deve ser informado, possui um cabedal de variáveis importantes sobre processos de escolha, gostos, direcionamento da formação de opinião, variação de padrões sociais, entre outros dados, que possibilitam o uso de modelos algorítmicos menos uniformizantes e, portanto, mais adequados à função social do campo da Comunicação.

3. O comunicador como curador

O histórico dos significados da curadoria coloca como denominador comum a intervenção humana no processo de selecionar, organizar e apresentar, mesmo que ocorra o suporte de algum sistema automatizado. Nessa linha, evidenciamos para o curador duas dimensões de ação: aquela da re-mediação, que agrupa o valor pessoal ao conteúdo trabalhado; e a de design de relações, que propõe a disseminação do material re-mediado.

Pensando nas dimensões de ação da curadoria de informação, é possível inferir que, apesar da possibilidade potencial do exercício da curadoria por qualquer cidadão conectado, no campo da comunicação digital tal potencial é reduzido ao conjunto de profissionais que transitem em domínios simultâneos da arte do re-mediar (= interconexão de mídias), do estabelecimento de relações interpessoais pró-ativas (= seleção de públicos ou audiências), da concepção ou uso de plataformas tecnológicas para tratamento e disponibilização de dados (= recorrência a bases de dados), e principalmente, da capacidade intelectual e informativa para curar de modo único e diferencial (= agregação de valor). Todo esse conjunto de competências pode ser associado aos algoritmos, de forma que não apenas entre em jogo o histórico passado de apropriação e preferências informativas por parte do usuário, mas ainda, e principalmente, o resultado dessas ações específicas do comunicador.

Sobre a re-mediação, importante retomar Bolter & Grusin (1999) e Fiedler (1997). A produção de conteúdos nas mais diversas plataformas tecnológicas a que assistimos hoje é decorrência do mesmo processo de comunicação que sempre pautou a sociedade, passando apenas por adequações de coevolução, coexistência e complexidade por conta da inovação, e da possibilidade de contextualização instantânea via hipermídia.

O processo de re-mediação informativa que a rede digital consolidou amplia as possibilidades de correlações de conteúdos, uma atividade típica do curador de informação. O que inferimos é que a curadoria comunicacional pode se favorecer da evolução tecnológica, mas ela não é fruto de um determinismo. Ao contrário, ela é uma ação deliberada de quem assume papéis de re-mediação na sociedade, seja um ativista, um blogueiro, um pesquisador, um jornalista ou um comunicador.

Assim, potencialmente, poderíamos todos ser curadores: é possível fazer a curadoria de um show, o *set list* de uma festa, a concepção de uma exposição, até mesmo a seleção de autores e organização de um livro coletivo. A ação depende de habilidades e competências individuais exercidas num dado recorte temático. A ação curatorial não implica necessariamente numa profissão.

No campo da comunicação digital, entendemos que o curador da informação assume um papel mais assertivo ao combinar competências de re-mediação, agregação de audiências, mineração de dados, inteligência distribuída, agenciamentos e adição de valor visando o exercício da ação comunicativa que, em ultima instância, objetiva a fixação e disseminação de mensagens, e a respectiva obtenção de valor como retorno. Aqui falamos de uma complexidade de relações para gerenciar e ações para tomar dentro de um sistema de comunicação que se propõe a uma dada capacidade expressiva e de criação de significados.

É uma ação curatorial especializada. E que faz sentido, sobretudo, ao considerarmos o processo cada vez mais proeminente de perda da diversidade de conteúdos ofertada por meios de comunicação tradicionais em espaços digitais. Boczkowski (2010) aponta um quadro preocupante em relação a tal problema: existe um crescimento da proporção de conteúdos “genéricos” compartilhados pelos principais meios de comunicação (e mesmo entre provedores terceiros, como agências noticiosas); ao mesmo tempo em que há uma redução de empresas de mídia independentes a desempenhar a sua função de “cão de guarda” de uma forma vigorosa, resultando em “mais do mesmo” em termos informativos em sites que se propõem a manter seus leitores bem informados sobre os acontecimentos do mundo.

O salto da reprodução mecânica para a digital seja de notícias ou de outras áreas do trabalho simbólico introduziu, no inicio do século 21, uma era de abundância informativa, caracterizada pela preocupação sobre o crescente custo-benefício entre qualidade e quantidade de informação. Ter mais informações disponíveis do que recursos para processá-las e o temor de que esse crescimento em quantidade cause a deterioração da qualidade do produto resultante e das experiências de consumo não são novidade, mas estão ficando cada vez mais acentuadas nos últimos anos. (Boczkowski, 2010, loc.2445, tradução nossa).

Temos claro que nem todo curador (no sentido etimológico do termo) é um potencial comunicador no mundo digital; por outro lado, não deixamos de observar que a ação comunicacional em rede digital está cada vez mais ancorada em processos curoriais que vão desde simples sistemas de recomendação à construção de complexos algoritmos, passando todos eles pela mediação inerente à atividade comunicacional.

Como contraponto, não podemos deixar de notar o questionamento que se faz sobre o uso do termo curadoria como apenas a mais contemporânea forma de rotular as atividades desde sempre exercidas pelos comunicadores: mediação, edição, seleção, divulgação, opinião, entre outras.

Em *Facts are Sacred: The power of data*, editado pelo jornal britânico “The Guardian”, Rogers (2011) revela que a curadoria realizada por um especialista (o jornalista, no caso) prevê habilidades bem distintas, entretanto: inclui horas compilando e analisando dados em tabelas Excel e documentos em PDFs disponíveis na internet, procurando um padrão informativo e com valor-notícia para, então, a partir desse trabalho, criar um conjunto informativo perspectivado de uma maneira até então inédita (2011, loc. 64).

O autor afirma que a abundância de dados digitais transformou o jornalismo e, por extensão, a própria comunicação. O chamado jornalismo de dados (*data journalism*) torna-se, muitas vezes, curadoria, como afirma:

O jornalismo em base de dados transformou-se em curadoria? Algumas vezes, sim. Hoje existe tal quantidade de dados disponível no mundo que procuramos oferecer em cada notícia os fatos principais – e encontrar a informação correta pode se transformar numa atividade jornalística tão intensa quanto buscar os melhores entrevistados para uma matéria (...)

Qualquer um pode fazer isso... Especialmente com ferramentas gratuitas como o Google Fusion Tables, Many Eyes, Google Charts ou Timetric – e você pode acessar postagens dos leitores no seu grupo do Flickr (...).

Mas, a tarefa mais importante é pensar sobre os dados obtidos mais como jornalista do que como um analista. O que é interessante sobre tais dados? O que é novo? O que aconteceria se eu mesclasse com novos dados? Responder tais perguntas é da maior importância. Funciona se pensarmos numa combinação disso tudo. (Rogers, 2011, loc. 56-71, tradução livre e grifos nossos).

O autor Steven Rosenbaum (2011) preconiza uma curadoria ampla na sociedade, mesclando cidadãos, profissionais, ferramentas e plataformas, sem qualquer distinção de função ou necessidade. Para ele, a rede e seus usuários se autoformatam. Nessa linha, temos a discordar quanto a não consideração das possibilidades de exploração comunicacional desse processo curatorial hoje disponível em rede.

Por outro lado, a professora da FAU/USP Giselle Beiguelman nos oferece alguma ordenação das atividades da curadoria digital que podem sustentar nossas colocações. Em palestra junto ao grupo de pesquisa COM+ da ECA-USP (2011, on-line) propõe três tipos de atividades curatoriais nas quais podem se inserir os comunicadores: o curador como filtro, representado pela frase “eu sou o que eu linko”; o curador agenciador com a frase “as coisas são como eu as linko”; e o curador como plataforma com a frase “as coisas são como você linka”. Se fizermos uma correlação

com as possibilidades do uso de algoritmos, o curador-filtro se conecta com os algoritmos pouco flexíveis como aqueles dos buscadores ou de plataformas de redes sociais; a plataforma traz uma individualização do processo informativo que não cabe no papel do comunicador; e o curador-agenciador propõe a proximidade comunicador-algoritmo que já sustentamos. Segundo Beiguelman (2011): “o agenciamento manifesta-se nas possibilidades de influenciar, alterar ou criar instituições e eventos, ou agir como um *proxy*¹⁴. Os graus de agenciamento são medidos pela capacidade de ter um efeito significativo no mundo e em um contexto social, o que implica em responsabilidades.”

Beiguelman considera o curador de informação aquele que faz uso das ferramentas, associadas a filtros e plataformas que facilitam a atividade de agenciamento, gerando uma inteligência distribuída.

Na mesma trilha de novas responsabilidades do comunicador está o consultor Shel Holtz, afirmando que a curadoria da informação é inerente à atividade do comunicador (2011, on-line), constituindo-se numa mídia. O autor destaca as atividades de contextualização e forma de disponibilização das informações abundantes na rede para enquadrar o papel do comunicador.

A partir de todo o cenário aqui descrito é possível afirmar que o comunicador e o próprio campo da Comunicação se constituem no cenário mais propício às atividades de curadora da informação pelas próprias características do campo. Também fica evidenciada a ação de curadoria alavancada pelas ferramentas baseadas em algoritmos, que funcionariam como parceiros do comunicador. A questão que se coloca, por fim, refere-se ao status de tal parceria e suas perspectivas futuras. É o que propomos para nossas considerações finais.

Considerações finais

Apresentamos ao longo deste trabalho o atual cenário de abundância informativa na rede digital e a compatível fartura de ferramentas para a busca e organização dessas informações, constituindo um campo potencial para a atividade de curadoria de informação. Estabelecemos a existência de algoritmos matemáticos e seus diferentes graus de complexidade como o principal meio de consolidação da atividade curatorial em rede, podendo por um lado ampliar as possibilidades de construção coletiva do conhecimento, mas por outro limitar tais possibilidades diante do mecanismo inerente. Discorremos sobre o papel do campo da Comunicação e do profissional de comunicação neste cenário, estabelecendo uma relação possível entre sofisticação algorítmica e envolvimento do comunicador,

¹³ **Proxy**, em seu conceito informático, é um servidor que atende a requisições repassando os dados do cliente à frente: um usuário (cliente) conecta-se a um servidor proxy, requisitando algum serviço, como um arquivo, conexão, página web, ou outro recurso disponível no outro servidor.

criando todo um novo campo de atuação que pode colocar em evidência a ação do comunicador na construção coletiva do conhecimento e na formação de opinião na sociedade: o comunicador é responsável pela curadoria de informação em rede.

Com isso, surge todo um conjunto de atribuições e de aprimoramentos da atividade comunicacional que sugerem novas reflexões e discussões.

Aqui, tomamos por base as ideias de Anne-Marie Schleiner que em 2003 já propunha alguma caracterização para a atividade curatorial em rede. A autora baseia-se no conceito de fluidez da sociedade (muito similar à sociedade líquida de Zygmunt Bauman) como motivador de novas posturas e procedimentos para o exercício da curadoria. Destacam-se: o predomínio do pensamento não-linear; o desenvolvimento de conteúdos informativos em fluxo contínuo; uma compulsividade do curador para a criação, desconstrução e colecionismo; o gosto pelas interações sociais; e visão de negócio atrelada ao conteúdo. (Schleiner: 2003, p. 2-5).

Estamos diante de uma espécie de “pensar fora da caixa” no exercício da comunicação contemporânea, implicando para o comunicador competências que vão para além do formalismo das grades curriculares. É de se esperar que o comunicador-curador consiga participar dialogando com a tecnologia da construção de algoritmos, sistemas CMS e de aplicativos e, simultaneamente, ter uma visão socioantropológica do comportamento e das tendências de seu público-alvo. Sem deixar de lado o processo histórico da informação e de sua correlação com mensagens atuais. É uma dinâmica de mediação/re-mediação contínua entre públicos, fontes, sistemas, ferramentas e sociabilidades. Falamos de um superprofissional? Seria um exagero na formação? Nem tanto, se levarmos em conta que é o momento de rediscutirmos o perfil de nossa atuação. Ou então, repassamos a função para os algoritmos.

Referências Bibliográficas

- ANDERSON, C.W. **Deliberative, Agonistic, and Algorithmic Audiences: Journalism's Vision of its Public in an Age of Audience Transparency.** International Journal of Communication 5 (2011), 529–547. ISBN 1932-8036/20110529.
- BASULTO, Dominic. Are Newspapers Civic Institutions or Algorithms?
- BEIGUELMAN, Gisele. Curadoria de informação. Palestra, ECA-USP, 2011. Disponível em: <http://www.slideshare.net/gbeigelman/curadoria-informacao>. 2011.
- BOCZKOWSKI, P. **News at work: Imitation in an age of information abundance.** The University of Chicago Press, Ltd., London . Kindle Edition, 2010.
- BOLTER, Jay e GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding new media.** Cambridge: The MIT Press, 1999.
- CHRISTENSEN, C. M. **The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail,** Boston, Massachusetts, USA: Harvard Business School Press, ISBN 978-0-87584-585-2. 1997.
- FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: Understanding new media.** Califórnia: Pine Forge Press, 1997.
- FOX, Stephen. **Getting real about innovations:** Formulating innovation descriptions that can reduce ontological uncertainty. International Journal of Managing Projects in Business Vol. 5 No. 1, pp. 86-104, Emerald Group Publishing Limited 1753-8378. 2012.
- GABLER, N. The Elusive Big Idea. **The New York Times.** 2011. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2011/08/14/opinion/sunday/the-elusive-big-idea.html> Acesso em: 14 fev. 2012.
- GLEICK, J. **The Information: A history, a theory, a flood.** Pantheon Books, Nova York, 2011.
- HOLTZ, S. **Content Curation: The communicator's responsibility.** Palestra TED 2011. 2011. Disponível em <http://www.slideshare.net/shelholtz/content-curation-the-new-communications-responsibility> Acesso em: 14 fev. 2012

Referências Bibliográficas

- JOHNSON, C. **The information diet: A case for conscious consumption.** O'Reilly Media, 2012. Kindle Edition.
- PARISER, E. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You.** Publisher: Penguin Press HC, 2011. Kindle Edition.
- ROGERS, S. **Facts are sacred: The power of data.** The Guardian Books, London, Kindle Edition, 2011.
- ROSENBAUM, Steven. **Curation nation: how to win in a world where consumers are creators.** Nova York: McGrawHill, 2011.
- SCHLEINER, A.M. Fluidities and Oppositions among Curators, Filter Feeders and Future Artists. **Intelligent Agent.** Disponível em: [http://www.intelligentagent.com/archive/v03\[1\].01.curation.schleiner.pdf](http://www.intelligentagent.com/archive/v03[1].01.curation.schleiner.pdf). Acesso em: 14 fev. 2012.
- SKIENA, S.S. **The Algorithm Design Manual**, 2^a. ed., Springer-Verlag London, 2008.
- Turkle, S. **Alone together: Why we expect more from technology and less from each other.** Basic Books, 2011.
- WEINBERG, D. **Too Big to Know.** Basic Book. Kindle Edition, 2012.