



Curadoria social: uma forma de mediação na Internet¹

Alanna Maltez²

RESUMO

A esperança que a Internet, como espaço descentralizado, despido de hierarquias e tolerante à diversidade, promoveria o fim da mediação é algo que vem sendo repensado. O excesso de informação corrente nos fluxos da Rede e a escassez de tempo para explorá-lo promoveram o surgimento de um novo tipo de mediador. Sua atividade, diferente da mediação ligada aos meios de comunicação de massa, é voltada para interesses informacionais específicos e aproxima-se da curadoria social. O presente artigo pretende discutir de que forma a curadoria social pode ser compreendida como uma prática de mediação na Internet.

PALAVRAS-CHAVE: Mediação, redes sociais digitais, curadoria de conteúdo, curadoria social, Internet.

INTRODUÇÃO

No último ano, um termo em especial parece ter chamado a atenção daqueles que procuram refletir as dinâmicas das redes sociais digitais: curadoria. Seja especificada como curadoria da informação, curadoria digital ou, ainda, curadoria de conteúdo, o fato é que um grande número de profissionais e pesquisadores das áreas de comunicação, marketing e tecnologia mostram-se envolvidos com o tema. Busca-se entender o que seria essa atividade, quais seus impactos sobre a forma como os usuários utilizam a Rede e lidam com o fluxo de informação nesse ambiente e, conseqüentemente, o que isso poderia agregar às estratégias de comunicação de anunciantes.

Ainda que seja um termo originalmente jurídico³, a curadoria é mais comumente associada ao mundo das artes. Numa acepção mais tradicional, trata-se da atividade do curador, profissional que tem sob seus cuidados um museu ou, ainda, outra coleção. De acordo com Sousa (2007), porém, esse caráter museográfico do curador de arte já teria

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Mestranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFPE. Membro do Grupo de Trabalho TV em Transição (GTVT), submetido à linha de pesquisa Mídia e Linguagem. Email: alannamaltez@gmail.com

³ Na área jurídica, a curadoria pode ser compreendida como a atividade desempenhada pelo curador, cidadão responsável por gerir os bens ou negócios daqueles que se encontram impossibilitados de fazê-lo (menores de idade, doentes mentais, inválidos, etc).



sido extrapolado. Atualmente, a sua atuação estaria ligada de maneira primordial à visibilização e circulação de trabalhos artísticos. Ainda caberia a ele um papel de orquestrador. A multiplicidade da arte contemporânea exige uma cartografia das obras, ou seja, que a seleção e reunião delas em exposições estejam ancoradas em conceitos que permitam uma melhor fruição artística.

No que se refere à curadoria no âmbito da comunicação, mais especificamente na Internet, ela estaria ligada a uma tentativa de administração do fluxo de informação a partir de interesses singulares e adição de novos valores. No presente estágio de desenvolvimento da Internet, como aponta Vaz (2000), os usuários estariam lidando com a angústia e a dificuldade do limite do ilimitado.

Fala-se também de sobrecarga (*overload*) de informações. A dúvida sobre a possibilidade de o imaterial pesar é rapidamente transposta pela lembrança de que a informação pressiona por agir sobre o pensamento e que o corpo deve estar presente na interface para estimular nosso senso de realidade no mundo virtual. (VAZ, 2000, p.2)

Ainda que cientes que o crescimento da Rede possibilite o acesso a praticamente tudo e todos, o excesso de informação disposta e a escassez de tempo impedem que isso de fato se concretize. Os mediadores emergem nessa conjuntura de demasia informacional e carência de atenção como facilitadores do acesso dos usuários às informações que lhes são relevantes. Tais mediadores - profissionais, como jornalistas, ou usuários comuns que compartilham “achados” com a sua rede de contatos, os curadores sociais -, ao buscarem, organizarem e divulgarem esses conteúdos ligados a interesses específicos e sob a sua perspectiva, desenvolvem a atividade de curadoria de conteúdo.

Como é possível notar, nos vemos diante de um objeto cuja essência está na mediação. Fenômeno já amplamente estudado, em especial com relação aos meios de comunicação em massa. Possivelmente, devido ao crescente surgimento de recursos capazes de promover a personalização dos fluxos de informação na Rede, a discussão tenha sido retomada. Levando-se em conta a estrutura descentralizada e interativa da Internet e seu potencial de comunicação todos-todos, tal resgate é notadamente curioso. Afinal, em teoria, a Rede seria um meio que prescinde de intermediários. Segundo Vaz (2001), o que a Internet proporcionou, porém, foi a crise de um tipo de mediador e o surgimento de outros.

O presente artigo tem como objetivo discutir de que forma se processa a mediação na Rede, centrando-se, sobretudo, na figura do usuário que age como curador social. Sua atuação situada entre as esferas de produção e consumo de conteúdo nos parece um ponto de partida relevante para compreender como os usuários vêm moldando os fluxos



de informação que chegam a eles e superando as dificuldades do excesso por meio da colaboração.

A MEDIAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DE REDES

O termo mediação, de acordo com Davallon (2007), é dotado de uma heterogeneidade de aplicações, o que dificulta o seu emprego de forma operativa. Na tentativa de catalogar as diversas conceituações que o termo assume, a definição apontada pelo autor como de uso mais corrente diz respeito à “ação de servir de intermediário ou de ser o que serve de intermediário” (DAVALLON, 2007, p.6). Tal ação estaria ligada à relação ou interação entre duas instâncias de níveis diferentes para obtenção de algo a mais, como um estado mais satisfatório.

De forma a ilustrar esse conceito, Davallon (2007) cita um exemplo empregado por Breton (1997): o jornalista. Ao servir de intermediário entre um entrevistado, por exemplo, e o público, ele agiria como um mediador, aproximando atores separados socialmente, logo em instâncias diferentes, e promoveria a facilitação da comunicação. Isso nos leva a crer que tal estado mais satisfatório ao qual o autor se refere como produto da mediação, nesse caso, seja, a obtenção de certo nível de igualdade com relação à informação. Após a mediação, é compartilhada pelas duas instâncias. Como endossa Vaz (2001) a partir de Boltanski (1993), o jornalista cria redes. Ainda que os indivíduos envolvidos continuem carregando suas determinações de local e classe, eles passam a pertencer a uma extensa comunidade criada pela informação compartilhada.

Contribuindo para o estudo da mediação relacionada à comunicação, Vaz (2001) traça as principais diferenças entre o que chama de forma moderna de mediação, ligada aos meios de comunicação de massa, e as formas de mediação na Internet. A primeira se caracterizaria pela criação de uma rede que tende à centralização. Os meios de comunicação de massa tornam-se nós que acumulam a decisão de selecionar e produzir as informações que chegarão a muitos e pelos quais o que é de interesse comum deve passar. Sendo assim, a topologia da rede que o profissional de comunicação tece “seria singularizada pela presença de centros, pela informação em comum e por canais fixos e fechados de distribuição de mensagens” (VAZ, 2001, p. 48). Devido às peculiaridades do espaço público e das tecnologias de comunicação, a forma moderna do mediador é a do especialista em interesse geral. Cabendo a ele selecionar, produzir e difundir informações que interessassem ao maior público possível. O mediador moderno poderia



aparecer como aquele que representa o bem comum ou, ainda, aquilo que muitos desejam.

O autor leva a entender que a própria definição contemporânea de rede -resultado de uma transformação ocorrida entre as décadas de 60 e 90 do século passado e que resgata o conceito matemático da Teoria dos Grafos⁴- já permitia antever e explicava a ansiedade e esperança pelas mudanças que a Internet provocaria nos níveis da comunicação e sociabilidade. “A rede é a estrutura mínima de ordem, singularizada por sua tolerância à diversidade social e temporal” (VAZ, 2001, p. 50). A Internet, já que uma rede, carrega a promessa de igualdade e liberdade. Para o autor, isso ainda é reforçado pelo avanço nas tecnologias de produção, processamento e difusão de informações. Como meio de comunicação, ela promove uma ruptura com a distribuição hierárquica entre produtores e receptores. A cada ator na rede, a cada nó, cabe produzir e distribuir conteúdo.

Tal conjuntura configura o que Lemos (2009) chama de liberação do pólo de emissão. Isso, juntamente com a conexão planetária, possibilitada pela Internet, de conteúdos e pessoas, culminou na reconfiguração da paisagem comunicacional e caracteriza uma nova esfera comunicacional. De acordo com o autor, trata-se uma nova forma de consumo, produção e distribuição da informação por meio de mídias de funções pós-massivas⁵, ou seja, de diálogo, conversação.

É nesse cenário que surge um novo tipo de mediador. Vaz (2001) acrescenta que a Internet, apesar de ter como princípio a promoção da proximidade, instaura uma distância cognitiva inerente ao próprio crescimento da rede. Cresce o número de usuários, de conexões entre eles, de conteúdo disponível. Assim, atingimos um nível em que temos consciência da disponibilidade de algo que nem sabemos como encontrar. O excesso de informação e a escassez de tempo se colocam como um limite. O mediador, então, emergirá como um filtro diante dessa demasia de conteúdos, o que, segundo o Vaz (2001), já torna sua atuação diferente do mediador ligado aos meios de comunicação de massa.

⁴ “Um grafo é [...] a representação de uma rede, constituída de nós e arestas que conectam esses nós. A teoria dos grafos é uma parte da matemática aplicada que se dedica a estudar as propriedades dos diferentes tipos de grafos. Essa representação de rede pode ser utilizada como metáfora para diversos sistemas”. (RECUERO, 2009, p. 20)

⁵ Mídias de função pós-massiva são aquelas ligadas à “liberação do pólo de emissão, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado” (LEMOS, 2009, p. 3). Alguns exemplos seriam as redes sociais digitais e formatos recentes de jornalismo cidadão e hiperlocal. A existência das mídias de função pós-massiva, porém, não substitui ou destrói o poder das mídias de função massiva. Essas caracterizadas, principalmente, pela comunicação unidirecional e conteúdo homogêneo.



O mediador na Internet aparenta-se a um corretor que aproxima os singulares em sua singularidade. [...] O mediador será aquele que não apenas facilita as expressões individuais, mas também permite a cada um encontrar seu público. (VAZ, 2001, p. 53)

O mediador está ligado à satisfação de desejos singulares, como pode ser notado no caso de buscas por informações, bens ou serviços. Nesse aspecto, além de agilizar o acesso ao que se busca, ele credibiliza os resultados apontados. Profissionais, como jornalistas, também podem agir como mediadores ao indicar, através de *links* no texto um determinado percurso que o usuário pode seguir e ter acesso a certas preciosidades. Os requisitos para a mediação na Internet, de acordo com o autor, a dedicação e a curiosidade para percorrer o ciberespaço, estariam multiplicando os filtros. Vários usuários estariam se engajando nessa atividade, colecionando seus achados e divulgando-os em páginas pessoais em *sites* de redes sociais, *blogs*, comunidades, fóruns. De tal forma, gera-se uma rede de pessoas que se aproximam por afinidades e interesses em comum.

Como é possível perceber, a percepção do mediador na Internet de Vaz (2001) abrange três diferentes tipos de agentes que funcionam como filtros: ferramentas baseadas em algorítmicos, como *sites* de busca, profissionais de comunicação, como jornalistas, e usuários comuns engajados na busca por determinado nicho de informação e compartilhamento. Essa noção, ainda que não seja exatamente igual, é bastante próxima do que se convencionou chamar de curadoria de conteúdo.

CURADORIA DE CONTEÚDO: A MEDIAÇÃO NA INTERNET

Em julho de 1945, Vannevar Bush, inventor, engenheiro e político americano, publicou o artigo “*As we may think*” onde tratava das dificuldades de registro e acesso a todo conhecimento humano já coletado até então.

Pode haver milhões de ideias brilhantes no registro das idéias humanas e das experiências em que se baseiam essas ideias. Mas se só conseguirmos encontrar uma dessas ideias por semana, nossa capacidade de absorvê-las e sintetizá-las não acompanhará sequer o ritmo em que novas ideias são produzidas. (BUSH, 1945, *online*)

Nesse texto, o autor anuncia o Memex⁶, máquina que funcionaria como uma extensão da memória humana, obviamente, num momento em que o computador e a Internet não existiam. Ele armazenaria uma grande quantidade de informações de forma simples e facilmente alcançável. Sua principal característica seria relacionar dados, tal qual o pensamento humano o faz, ou seja, por meio de associações.

⁶ Tal equipamento imaginado por Bush é visto como o precursor do hipertexto.



Para Bush, a utilidade de um registro de ideias depende de um cuidadoso abastecimento, extensão contínua e, principalmente, consulta freqüente. Através da criação de associações ou, nas palavras do autor, trilhas entre as informações, o Memex facilitaria a consulta a elas.

O inventor americano ainda previa que tal possibilidade de criar associações faria surgir uma nova profissão, a daqueles que se encarregariam de criar trilhas úteis entre um grande volume de registros comuns. Entendendo tais criadores de trilhas como agentes capazes de reunir informações relevantes, que se relacionam por um determinado tema ou objetivo e se complementam, não é difícil perceber que as fundações do que se chama, hoje, de curadoria de conteúdo, ancorada pela Internet, podem ser encontradas nas ideias de Bush.

Para Bloomstein (2011), a atividade da curadoria diz respeito à filtragem de conteúdo para o propósito, lugar, tempo e audiência específica. Há uma ação de recontextualização e organização da informação de maneira que o público tire um sentido disso. Imaginemos, por exemplo, um determinado fórum que reúne usuários interessados em *games*. Digamos que um jogo lançado há pouco tempo tenha uma música como trilha que agrade bastante aos usuários, mas que eles não consigam identificar o seu nome e banda. Um participante do fórum que encontre um *post* falando dessa banda, sua história, discografia e da inserção de uma de suas músicas em *games* e replique essa informação para seus companheiros de fórum estará agindo como curador. Tal *post* - publicado originalmente, por exemplo, num *blog* dedicado à música- ao ser compartilhado no fórum de *games* por um usuário que a avaliou e considerou relevante, é dotado de um novo valor e perspectiva.

Disso surge outro ponto importante do conceito de curadoria: “*curating is about adding value from humans who add their qualitative judgement to whatever is being gathered and organized*”⁷ (ROSENBAUM, 2011, p. 3). Tanto Rosenbaum (2011) como Bloomstein (2011) e Beiguelman (2011) dão a entender que a curadoria está relacionada à ação humana de seleção e avaliação de um determinado conteúdo produzido por um terceiro, seguido da sua replicação. Nisso, residem as diferenças entre curadoria e agregação, assim como entre curadoria de conteúdo e mediação na Internet conforme propõe Vaz (2001).

⁷ Tradução livre: “A curadoria agrega valor a partir de seres humanos que adicionam seu julgamento ao que está sendo reunido e organizado”.



De acordo com a percepção de Vaz (2011) sobre mediação na Internet, agentes de *software*, ou seja, baseados em algoritmos, como serviços de busca, tais como Google⁸, sistemas de lojas *online* capazes de indicar produtos aos consumidores, como o da Amazon.com⁹ e, até mesmo, serviços mais específicos para criação de coleção de informações como o Scoop.it¹⁰, podem ser entendidos como agentes mediadores. Porém, do ponto de vista dos autores que abordam mais especificamente a curadoria de informação, essas ferramentas, filtros e plataformas estariam ligadas à agregação e não à curadoria. Eles reúnem um volume de conteúdos e dados, mas não são capazes de relacioná-los, de identificar as pequenas nuances e qualificá-los. Isso só cabe ao agente humano - “*humans are curators*” (ROSENBAUM, 2011, p. 4). Fazendo um paralelo com o conceito de curador de arte, o curador de conteúdo seria aquele que, diante da multiplicidade de conteúdos publicados na Internet, consegue selecionar alguns, criar trilhas entre eles e reuni-los sob uma determinada perspectiva que lhes dote de um valor além do original.

Com relação aos curadores, é possível diferenciá-los entre profissionais e amadores. O curador profissional abrange tanto jornalistas como outros profissionais envolvidos na filtragem de conteúdo com um objetivo específico como, por exemplo, a promoção de uma marca. De forma a ilustrar isso melhor, podemos apontar alguns perfis criados no Twitter¹¹ em nome de uma marca e que, naquele espaço, indicam conteúdos produzidos por outros usuários, mas ligados ao seu universo. Um perfil de um plano de saúde, por exemplo, poderia filtrar conteúdos relacionados à saúde e ao bem-estar.

Retornando à questão informativa, de distribuição de notícias e atuação do jornalista na Rede, em alguns casos, é difícil estabelecer limites entre uma atuação profissional e amadora. Canavilhas (2010), aponta que a filtragem e indicação de notícias feitas pela *web*, através de *blogs*, *sites* pessoais e perfis em *sites* de redes sociais, por além dos próprios profissionais da mídia estaria transformando alguns usuários em novos *gatekeepers*¹². Essa atividade Bruns (2003) denomina de *gatewatching*. “*In other words, gatewatchers fundamentally publicise news (by pointing to sources) rather than*

⁸ O *site* de busca mais acessados do mundo. Atualmente, as buscas já oferecem resultados personalizados, levando em consideração buscas realizadas anteriormente pelos usuários e sua atividade em outros serviços Google. www.google.com.br

⁹ Empresa de comércio eletrônico americana. www.amazon.com

¹⁰ Ferramenta que permite a criação de tópicos para indexação e compartilhamento de informações. www.scoop.it

¹¹ Serviço de *microblog* que permite publicações em até 140 caracteres. www.twitter.com

¹² Na mídia tradicional, os jornalistas lidam com a prática do *gatekeeping*, ou seja, edição, filtragem e seleção daquilo que vai ser veiculado. Além de critérios como relevância dos temas abordados e representatividade, de acordo com a percepção que se tem do público, o espaço para publicação, no caso dos jornais, e tempo de veiculação na televisão e rádio também são levados em consideração. O *gatekeeper* seria o responsável por essa seleção.



publish it (by compiling an apparently complete report from the available sources)”¹³ (BRUNS, 2003, p. 35). Os *gatewatchers*, porém, quando não profissionais, são usuários que possuem algum destaque e que contribuem na construção das trilhas de informação. Por fim, os curadores amadores seriam os usuários comuns que buscam, organizam, recontextualizam e compartilham conteúdos relacionados a seus interesses com os demais que compõe sua rede *online* adicionando sua perspectiva. Eles têm uma função importante na educação em torno desses temas e, seja intencionando simplesmente compartilhar conhecimento ou mesmo se firmar como referência, sua atividade é chamada de curadoria social.

CURADORIA SOCIAL

Atuar como curador social é um dos comportamentos que os usuários podem assumir diante do fluxo de informação corrente na Internet. De acordo com Solis (2011), as outras duas possibilidades de destaque dentro do comércio de informação seriam a criação e o consumo. É importante dizer que nenhum usuário assume um desses comportamentos de forma exclusiva. Eles estão sobrepostos, mas, claro, de acordo com o perfil do indivíduo, pode haver o predomínio de uma ou outra postura.

O criador dedica seu tempo e esforço ao desenvolvimento de conteúdo novo que expresse sua opinião e à construção de audiência. Mesmo num cenário em que plataformas caracterizadas por publicações mais curtas, como o Twitter e o Facebook, se destacam, usuários criadores ainda formam um grupo muito pequeno. O consumidor, por sua vez, lê, escuta e assiste conteúdos produzidos por outros e disponíveis na Rede, mas sem ao menos engajar-se em comentários ou replicá-los. Sem dúvida, esse é o comportamento mais adotado pelos usuários. Entre esses dois grupos, situa-se o dos usuários curadores, usuários que estão entre as instâncias de produção de conteúdo e de consumo. Por divulgar conteúdo produzido por outros, ele não chega a ser um criador - a sua atividade de criação se restringe a, no máximo, um comentário sobre o objeto que compartilha, ou seja, à adição de sua perspectiva – e não é apenas um consumidor.

Para Solis (2011), as experiências dos usuários são a energia vital das mídias sociais¹⁴, por isso a facilidade de compartilhamento de objetos nesses espaços é primordial. Tais conteúdos compartilhados são os geradores de atividades, interações. Logo, garantem o

¹³ Tradução livre: “Em outras palavras, *gatewatchers* -indivíduos que praticam *gatewatching*- divulgam notícias (indicando as fontes) ao invés de publicá-las (desenvolvendo um relato aparentemente completo a partir das fontes disponíveis)”.

¹⁴ Ou, como prefere Lemos (2009), mídias *online*, já que, segundo ele, todas as mídias são sociais.



dinamismo das redes criadas e seu crescimento e evolução. As mídias sociais incentivam o compartilhamento e recompensam isso por meio de aprovações e reações (“Curti”¹⁵ no Facebook, RT¹⁶ no Twitter, comentários, etc). A recompensa maior, porém, para a replicação de objetos interessantes é a ampliação do número de conexões, amigos, seguidores.

O compartilhamento altera a dinâmica de relacionamento e as redes sociais *online*. “*What was simply a digital reflection of the people we knew is now morphing into connected groups that also include people who share our interests*”¹⁷ (SOLIS, 2011, *online*). As redes sociais se transformam no que Solis (2011) chama de *nicheworks*. Enquanto rede social baseia-se nas conexões *online* que os indivíduos mantêm, os *nicheworks* trata-se de redes de interesses específicos, formadas por usuários vinculados por temas expressos em público com recorrência.

*The evolution of social graphs into interest graphs sets the stage for a more efficient and connected series of networks that combine context and attention. Interest graphs link individuals to the people and information they most align with across focused themes*¹⁸ (SOLIS, 2011, *online*).

O curador social funciona como um guardião de seus *nicheworks*. Por meio da busca, organização e compartilhamento dos conteúdos que julga relevante, promovendo uma recontextualização dos mesmos, ele mantém a integridade e vitalidade de suas redes de interesse e das conexões que as definem. Um *nichework* se provém com informação qualificada, detalhada e atualizada exposta de forma atraente. Isso, para Solis (2011), seria a arte do curador. Através de sua atividade, ele promoveria a colaboração, interação e, igualmente, a educação em torno dos temas que lhe são importantes.

O curador social, então, é um agente mediador que se encaixa na definição de mediador na Internet de Vaz (2001). Ele aproxima singulares a partir de suas características e interesses específicos. Além disso, tem uma atuação importante no fluxo de conhecimento. Como explica Barreto (1998), a publicização do conhecimento produzido é essencial para sua validação e socialização. O curador tem um papel catalisador na dinâmica das redes, promovendo a circulação de objetos e, como consequência disso, compartilhamento de conhecimento, interações e, claro, criação de conteúdo.

¹⁵ Recurso do Facebook que permite “aprovar” as publicações feitas pelos “amigos” dos usuários no *site*.

¹⁶ Abreviação de *retweeting*, ação de republicação de um *tweet* (publicação no Twitter) feita por outro usuário.

¹⁷ Tradução livre: “O que era um reflexo digital das pessoas que conhecíamos se transforma em grupos conectados que também incluem pessoas que compartilham dos nossos interesses”.

¹⁸ Tradução livre: “A evolução das redes sociais em redes de interesse prepara o palco para uma série mais eficiente e conectada de redes que combinam contexto e atenção. Redes de interesse conectam indivíduos às pessoas e às informações que mais se alinham com vários temas focados”.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cenário descentralizado da Internet parecia se caracterizar, especialmente, por prescindir de mediadores. A liberação do pólo de emissão, a ausência de hierarquias e a promessa de tolerância e diversidade endossavam essa percepção. Além disso, parecia contrapor tal realidade ao contexto comunicacional vivido até antes da expansão das redes telemáticas e popularização dos microcomputadores. À medida que a Rede crescia, porém, o excesso de informação disponível e a escassez de tempo para explorá-la fizeram emergir um novo tipo de mediador.

Tendo como características de sua atuação funcionar como um filtro diante da demasia de conteúdos, centrando-se em interesses específicos e promovendo a aproximação de usuários que compartilhem afinidades por certos nichos de informação, o que os agentes mediadores humanos realizam é curadoria de conteúdo. Esse fator humano é o grande diferencial entre a mediação simplesmente, distinguida pela agregação, e a curadoria de conteúdo. Curadores de conteúdo profissionais ou amadores, os curadores sociais, adicionam valor, recontextualizam os objetos que replicam.

Sendo assim, a curadoria social é uma das formas de mediação na Internet. Dentro dessa paisagem, ela aparece com destaque por ser maioria, se comparado aos curadores profissionais. É sua atuação que garante a dinamização das redes sociais *online* evoluídas à *nicheworks* e a catalisação dos fluxos de conhecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Aldo. Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. CI. Inf., Brasília, v. 27, n. 2, p. 122-127, maio/ago. 1998.

BEIGUELMAN, Giselle. Curadoria de informação. Palestra, USP, 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/gbeiguelman/curadoria-informacao>>. Acesso: 28 dez. 2011.

BLOOMSTEIN, Margot. Creation, curation and the ethics of content strategy. Palestra, Nova Iorque, 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/mbloomstein/creation-curations-ethics-of-content-strategy-w2e>>. Acesso em: 28 dez. 2011.

BRUNS, Axl. Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. Media international Australia incorporating culture and policy: quarterly journal of media research and resources, n. 107, p. 31-44. 2003

BUSH, Vannevar. Como podemos pensar. Disponível em: <<http://chaves.com.br/TEXTALIA/BUSH/aswemay.htm>>. Acesso em: 24 dez. 2011.



CANAVILHAS, João Messias. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema midiático. In: CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN 3.0, 2., 2010, Salamanca. Anais ... Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010. v.1.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo? **Prisma.com**: revista de Ciências da Informação e da Comunicação, Porto, n. 4, p. 3-36, jun. 2007.

LEMOS, André. Nova esfera conversacional. In: BUITONI, Dulcília; COSTA, Caio Túlio; COSTA, Carlos; COELHO, Cláudio; KÜNSCH, Dimas; MARQUES, Ângela *et al.* Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009, p. 9-30.

RECUERO, R. Redes sociais como filtros sociais. 06 abr. 2009. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=300&titulo=As_redes_sociais_como_filtros>. Acesso em: 28 dez. 2011.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSENBAUM, Steve. Curation nation: how to win in a world where consumers are creators. The McGraw-Hill Companies, 2011

SOLIS, B. The Curation Economy and The 3C's of Information Commerce. 25 abr. 2011. Disponível em: <<http://www.briansolis.com/2011/04/the-curation-economy-and-the-three-3c%E2%80%99s-of-information-commerce/>>. Acesso em: 27 dez. 2011.

SOUSA, Cinara. Curadoria em tempos de substância imateriais. 2007.

VAZ, Paulo. Esperança e excesso. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9., 2000, Porto Alegre, RS. Anais ... Porto Alegre: FAMECOS – PUCRS, 2000. v.1.

VAZ, Paulo. Mediação e tecnologia. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 16, p. 45-59, dez. 2001.