

A CURADORIA DE CONTEÚDO COMO APAGAMENTO DA INCOMPLETUDE

CONTENT CURATION AS INCOMPLETENESS ERASING

Caroline Foppa Salvagni¹

RESUMO: Este artigo busca analisar o discurso sobre a curadoria de conteúdo – especialmente aquela digital, e como ela passou a ser tratada como uma oferta de serviço e como uma ferramenta estratégica profissional no campo *domarketing* empresarial. Procuramos observar como funcionam os sentidos da curadoria na relação entre o sujeito-consumidor-leitor, o sujeito-curador e o discurso, em uma constante tensão entre a fragmentação e o desejo de completude da linguagem e do próprio sujeito. Todo esse processo acontece no espaço do arquivo, já que podemos tomar a internet como um grande arquivo, assim como o trabalho de curadoria, que captura fragmentos de outros arquivos e cria novos discursos. Este artigo, portanto, discute o discurso sobre a curadoria de conteúdo pela perspectiva dos estudos da linguagem, ancorado nas linhas teóricas da Análise do Discurso.

PALAVRAS-CHAVE: curadoria de conteúdo, arquivo, discurso.

ABSTRACT: This article analyzes the discourse on content curation - especially the digital one, and how it came to be treated as a professional and strategic tool in the marketing field. We tried to observe how these senses of curation work related to the consumer-reader, the curator and the discourse, in a constant tension between fragmentation and the desire for completeness of the language and the individual himself. This entire process happens in the archive space, since we can take the internet as a large archive, as well as the curatorial work, which captures fragments from other archives and creates new discourses. This article, therefore, discusses the discourse on content curation from the perspective of the language studies, anchored in the theoretical lines of discourse analysis.

KEYWORDS: content curation, archive, discourse.

CURADORIA DE CONTEÚDO

A presença da internet em nossas vidas, entre suas muitas influências, transformou o modo como temos acesso às informações. Apesar de a televisão, o rádio e, de certa forma, o jornal impresso ainda ocuparem presença bastante importante no dia-a-dia das pessoas, as plataformas digitais ganharam espaço e sua tecnologia permitiu a articulação dos processos de comunicação produzidos pelos outros diversos meios. Temos, portanto, além da imagem, do som e do texto reunidos em um único espaço, uma oferta de leitura (em suas diferentes formas) praticamente infinita.

¹ Doutoranda em Letras pela UFRGS, jornalista e professora da Universidade de Caxias do Sul.

A noção de curadoria no campo da comunicação surge, portanto, no seio de uma sociedade em que a informação apresenta valor (RAMOS, 2012). Ao mesmo tempo, o excesso dela, ou sua grande oferta, cria uma outra necessidade, já que não é mais possível acompanhar a avalanche de publicações circulantes, sem ocupar parte considerável do nosso tempo.

Nesse contexto, o curador da informação – ou de conteúdo apresenta-se como alguém que filtra, organiza, seleciona. O computador é capaz de agregar conteúdo em qualquer forma ou tamanho; agregar sem curar, entretanto, é o mesmo que ter uma pilha de coisas que aparentam relacionar-se, mas que carecem de uma organização qualitativa, segundo Rosenbaum (2011).

A noção de curador não é nova e, conforme as particularidades de cada área, assume diferentes sentidos:

Assim, temos a figura do curador como uma espécie de vigia que zela por ou dá tratamento a alguém (no caso da Medicina, por exemplo) ou um especialista que defende um ausente na justiça (no caso do Direito). Em relação às profissões, o significado mais popular de curador, no entanto, é aquele relacionado ao campo das artes visuais, no qual o curador normalmente está vinculado à escolha e execução de um catálogo de obras ou de uma exposição. (AMARAL, 2012, p.42)

Foi no final do século XX que os curadores passaram a constituir um perfil que, nos parece, se assemelha ao curador de conteúdo, como descreve Oguibe (*apud* AMARAL, 2012). Para além de um especialista ou *coineuseur*, o curador passa a ser visto como um mediador “seja entre as instituições (museus e galerias), os artistas e o público”. (AMARAL, 2012, p.43). Essa é uma transformação importante, já que a partir de então torna-se possível construir um discurso sobre as obras (no caso da curadoria de arte), que é legitimado por meio do curador.

É nesse sentido que trabalha o curador de conteúdo. Ele pode representar diferentes formações sociais, ou seja, pode ser um jornalista, um profissional do *marketing*, um indivíduo qualquer que reproduz conteúdos a partir de uma rede social. Rosenbaum (2011) acredita que os usuários do Facebook, por exemplo, já são uma comunidade de curadores, que compartilham *links*, imagens, etc. Para o autor, esses sujeitos-editores serão cada vez mais essenciais para validar conteúdos na *web*. No jornalismo, vários exemplos de curadoria têm surgido, em pequenas ou grandes proporções. Internacionalmente, podemos citar o exemplo do *website* Huffington Post que, além de produzir conteúdo próprio a partir de seus próprios repórteres e editores (60%), publica histórias que já circularam em outras partes de rede

(40%). Desse modo, o Huffington Post oferece *links* de conteúdos e, ao mesmo tempo, torna-se *link* em outros espaços da internet (ROSENBAUM, 2011).

Há muitos outros exemplos de curadoria como *sites* agregadores de notícias, de artigos de interesse pessoal, de grupos, empresas, etc. Além disso, há todo o processo do algoritmo curador, ou seja, o uso de soluções algorítmicas para lidar com a abundância de informação, como explicam Corrêa e Bertocchi (2012, p.31):

no cenário da comunicação digital, 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.

A noção de curadoria tornou-se, como podemos perceber, bastante ampla e apresenta diversas nuances. Interessa-nos, a partir deste ponto, tratar do discurso sobre a curadoria de conteúdo em sua forma tida como profissional, produzida e oferecida como serviço por uma empresa. Nesse sentido, o desafio da curadoria *online* seria, acima de tudo, a visibilidade e a popularidade. Assim, como explica Silva (2012, p.78), “ao conferir popularidade ao que é selecionado, editado e organizado, podemos dizer que o curador alcançou um objetivo – dar visibilidade a determinadas entidades – que, logo, deve ser renovado”. O compromisso do curador seria, então, oferecer aos clientes o inesperado, ou seja, surpreendê-los com o desconhecido.

Observamos também nessa realidade, portanto, a transformação que se faz de um sujeito-leitor a um sujeito-consumidor. A partir da necessidade de organizar e filtrar a informação devido à sua quantidade, surge um nicho de mercado e uma aproximação com o *marketing*. Como explica Herther (*apud* SANTOS, 2014, p.30), o curador de conteúdo é aquele que identifica grupos, organiza e compartilha de forma contínua aquilo que considera melhor e mais relevante sobre um assunto específico. Dá-se, assim, a busca por audiências específicas.

Beiguelman (2013) traz um olhar crítico sobre esse funcionamento, ao observar o crescimento da ideia de curadoria de informação na área do *marketing*, especialmente em blogs especializados em mídias sociais. A autora lembra das “frases pretensiosas, receitas de sucesso e dicas de *tools* e *apps* imperdíveis para “bombar” sua curadoria”. Mesmo considerando a futilidade de tal abordagem, Beiguelman (2013, p. 41) observa como o assunto possibilita pensarmos “os novos formatos de produção e distribuição do conhecimento em uma cultura de rede (...)”.

É esta também nossa proposta de discussão: analisar o processo de curadoria de informação a partir do discurso do sujeito-curador; identificar o lugar que ocupa no contexto sócio-histórico atual, em sua relação com o arquivo e em sua constituição como sujeito.

ARQUIVO, SUJEITO E DISCURSO

Podemos considerar a internet um grande arquivo e, sendo assim, comportando aquelas características particulares de funcionamento de um arquivo. Ela é um grande repositório, mas, ao mesmo tempo, é também um espaço de construção de discursos – ou seja, a internet não apenas agrupa ou reúne discursos, mas também os cria. Ela oferece discursos próprios, que não vêm de outro lugar. É nesse sentido que Derrida (2001, p.29) pensa o arquivo. O autor firma:

O arquivo [...] não é somente o local de estocagem e de conservação de um conteúdo arquivável *passado*, que existiria de qualquer jeito e de tal maneira que, sem o arquivo, acreditaríamos ainda que aquilo aconteceu ou teria acontecido. Não, a estrutura técnica do arquivo *arquivante* determina também a estrutura do conteúdo *arquivável* em seu próprio surgimento e em sua relação com o futuro. O arquivamento tanto produz quanto registra o evento.

Os arquivos constituídos a partir do olhar do curador parecem constituir-se dessa forma. Discursos que se encontram dispersos, ao serem reunidos sob um único guarda-chuva que os delimita, não representam apenas um trabalho de *estocagem*, como afirmou Derrida; seu arquivamento produz, antes, um novo discurso que não existiria sem essa movimentação da curadoria.

O arquivo, como explica Foucault (2010, p.147), é “o sistema geral da formação e transformação dos enunciados”, e algo de seu estudo sobre o arquivo também pode ser trazido para a realidade da internet e o contexto em que se insere a curadoria de conteúdo. O autor observa que o arquivo não pode ser descrito em sua totalidade, ou seja, dá-se por fragmentos e “nos desprende de nossas continuidades” (FOUCAULT, 2010, p.146-148). Além disso, analisar o arquivo significa questionar o sistema das discursividades e as possibilidades e impossibilidades enunciativas que ele conduz. Temos na internet, portanto, um grande arquivo que é, por sua vez, fragmentado em outros arquivos e é apenas desse modo que ela pode ser analisada, mesmo em sua condição de abarcar “o todo”. Ter um olhar para o futuro quando se trata de arquivo também desconstrói a noção simplista de que ele apenas

armazenaria o passado. O curador de conteúdo, nesse sentido, ocupa o espaço desse sujeito que deseja sempre montar o quebra-cabeça, reunir os fragmentos.

As limitações trazidas pela constituição do arquivo se referem também à legitimidade e à hierarquia que se constitui em cada momento histórico, ou seja, “a forma e o limite da dizibilidade é inerente ao arquivo, uma vez que só se formam e se transformam enunciados dizíveis diante das relações de poder que se instalam na sociedade” (SARGENTINI, 2014, p.26). O sujeito-curador de conteúdo é, pois, legitimado pela sociedade atual como aquele capaz de selecionar melhor, oferecer o melhor ou aquilo que é mais importante.

Temos, pois, o desejo de reunir os fragmentos, limitado pela constituição do arquivo, o qual é impedido de abarcar o todo. Esse processo que nasce com a produção e circulação de discursos a partir do curador de conteúdo nos parece ilustrar explicitamente o desejo de completude. Petri (2013, p.52) observa que a relação entre tecnologia e linguagem “se constitui discursivamente no processo em que a ideologia da comunicação se torna uma necessidade de calar o silêncio, de apagar a incompletude da linguagem (e do sujeito)”. Produzindo novas discursividades, a tecnologia se afirma ao longo do tempo e se torna espaço de controle, já que é um lugar do excesso do dizer, da completude, da unidade de sentido e do novo. Um espaço, portanto, “das relações de poder, uma vez que controlar o sentido é uma instância de poder” (PETRI, 2013, p.52).

Além disso, o papel de curador funcionando especialmente em um contexto profissional, como serviço prestado, reflete o olhar de Pêcheux (2011) sobre a leitura do arquivo. O autor fala da divisão social do trabalho de leitura do arquivo, pela qual a uns é dado o direito de interpretar e produzir leituras originais, constituindo atos políticos, enquanto a outros cabe o dever de apenas reproduzir e sustentar tais interpretações (PÊCHEUX, 2011, p.49-59). A realidade dessa divisão sempre esteve presente ao longo da história, tendo sofrido reconfigurações. Atualmente, temos na figura do curador um reproduzidor de conteúdos – já que seu trabalho seria o de reunir discursos já circulantes na internet em um formato que melhor atendesse às necessidades de um indivíduo ou empresa; ao mesmo tempo, temos nesse sujeito um produtor de novas leituras do arquivo, a partir do trabalho de interpretação. O processo parece funcionar em um círculo fechado, na troca de papéis entre os sujeitos. No caso da curadoria que serviria como instrumento de *marketing*, há o sujeito-empresário que delega a outro (sujeito-curador) o trabalho de leitura e interpretação, na constituição de novos arquivos; já o sujeito-leitor recebe as releituras construídas a partir do processo de curadoria, em um primeiro olhar, de forma passiva; a realidade atual, no entanto, mostra que pela oferta

de discursos e arquivos, há também a oportunidade de o sujeito-leitor novamente reproduzir e reinterpretar.

Isso porque no processo de constituição, circulação e interpretação do arquivo, assim como aquele que é continuamente produzido pelo curador, estão envolvidos sujeitos filiados a certas formações discursivas. Sujeitos que, constituídos pela linguagem, são condenados a significar. Orlandi lembra que o sujeito é a interpretação, pois ao fazer significar, ele significa. “É pela interpretação que o sujeito se submete à ideologia, ao efeito da literalidade, à ilusão do conteúdo, à construção da evidência dos sentidos, à impressão do sentido já-lá” (ORLANDI, 2008, p.22).

Pêcheux (2011, p.229) tratou ainda de lembrar que a Análise do Discurso também é uma disciplina de interpretação, e trabalha com “a heterogeneidade discursiva no jogo das contradições sócio-históricas”; filiada ao campo das pesquisas linguísticas, entretanto, não pode deixar de ter em conta a materialidade da língua. Sendo assim, é a relação entre a “língua como sistema sintático intrinsecamente passível de jogo, e a discursividade como inscrição dos efeitos linguísticos materiais na história, que constitui o nó central de um trabalho de leitura do arquivo” (PÊCHEUX, 2010, p.58).

O objetivo de uma análise seria, portanto, apreender a historicidade do discurso, como explica Orlandi (2008, p.88). Essa ligação entre a historicidade do texto e a “história lá fora” não é direta, automática, termo-a-termo, um processo de causa ou efeito. “Por seu modo de produzir sentidos, podemos dizer que um mesmo texto é atravessado por várias formações discursivas. Há uma relação (...) que se faz da dispersão para a unidade, produzindo uma relação representada entre linguagem e história”.

Esse algo da exterioridade que é interno ao próprio discurso, como bem observa Mittmann (2010, p.85), não pode ser ignorado, e todos esses fragmentos e saberes dispersos que o texto, assim como o arquivo reúnem, trazem consigo tudo aquilo que foi capturado do interdiscurso, recortado pela memória discursiva dos sujeitos.

COMUNICAÇÃO, SUJEITO-CURADOR E SUJEITO-CONSUMIDOR

Para observarmos esse funcionamento, trazemos sequências discursivas que apresentam o discurso sobre curadoria da informação *online* como serviço de *marketing*

prestado por uma empresa. O *corpus* busca ser representativo, justamente, do discurso de empresas que oferecem e explicam a importância da curadoria de conteúdo *online*.

SD1 - *O nosso foco é planejar, criar, produzir e gerenciar canais e plataformas de conteúdo que façam as **marcas** se tornarem realmente **relevantes na vida das pessoas**, estreitando o **relacionamento** entre as duas pontas e contribuindo para que ele seja **verdadeiro, contínuo e duradouro**.* <<http://boldconteudo.com.br/sobre>>

SD2 - *A HGB Digital Agency realiza curadoria e produz conteúdos exclusivos dentro do perfil de cada rede social e relacionadas com seu negócio, para gerar **engajamento assertivo**. Aqui buzz precisa ser **relevante para fazer sentido**.* <<http://www.hgbdigital.com/#!servicos/c6v5>>

SD3 – *Publicidade e propaganda na rede é, antes de tudo, gerenciamento de conteúdo. (...) Planejamos, criamos e produzimos conteúdos para as empresas se tornarem **relevantes na vida das pessoas**. Buscamos estreitar **relacionamento** entre a marca e o público-alvo, contribuindo para que ele seja **verdadeiro e duradouro**.* <<http://veraz.com.br/veraz-digital/>>

SD4 - *Você concorda que **CONTEÚDO É REI**? Então também deve concordar que **CURADORIA DE CONTEÚDO** possui papel importante nas **estratégias** do seu negócio, certo? Mas qual a melhor forma de gerar conteúdo?(...) Fazemos a curadoria de conteúdo, identificamos os melhores formatos, produzimos e **entregamos os melhores resultados** para você.* <<http://www.omelhordomarketing.com.br/servicos/consultoria-estrategica/>>

Ao tratar da questão da propaganda de modo geral, para então analisar a propaganda política, Pêcheux (2011) discute o que chamou de teses sobre as bases e as consequências da bio-psicologia da propaganda, partindo de Tchakhotin. Nessa análise, Pêcheux procura interpretar essas teses de forma histórica, fazendo uma movimentação que vai do debate psicológico entre o cognitivo e o afetivo para a raiz da questão, que seria encontrada “nas formas históricas de assujeitamento do indivíduo, que se desenvolveram com o próprio capitalismo, tomando de empreitada gerir de uma maneira nova os corpos e as práticas” (PÊCHEUX, 2011, p.80). Desse modo, ainda segundo o autor, é preciso “fazer história e não psicologia”, e observar essas práticas de propaganda dentro do modelo de produção capitalista. Nesse contexto, ao longo do desenvolvimento capitalista, Pêcheux (2011, p.88) fala de “uma nova gestão da subjetividade na qual o sujeito contribui ativamente para seu assujeitamento, através de um sinistro jogo de palavras sobre o termo liberdade (...)”.

As sequências discursivas apresentadas anteriormente trazem vestígios do funcionamento de que Pêcheux fala. O sujeito tido como consumidor é uma consequência bastante representativa do modo de produção de que estamos tratando, e a informação

também adquiriu seu valor e tornou-se moeda de troca na economia de mercado. É preciso consumir informação, e nos sentimos livres pela possibilidade de adquiri-la em abundância e tão facilmente: *conteúdo é rei* (SD4); ao mesmo tempo, ao ofertarem a um indivíduo ou empresa o serviço de curadoria de conteúdo, parecem nos dizer que não somos capazes de navegar livremente pelo mar de informações disponíveis, mas precisamos de alguém que nos indique o que é *relevante para a vida das pessoas* (SD1, SD2, SD3). Ou seja, o desejo de liberdade impele o sujeito a buscar, ao mesmo tempo em que o desejo da completude o faz assujeitar-se e conformar-se com o que lhe é ofertado, como explicava Pêcheux.

Além disso, a ideologia da comunicação, como observa Dias (2013, p.52) cria essa ideia “de unidade para o mundo, apagando outros sentidos possíveis, outros trajetos de sentido”. Isso contribui para as noções de foco, estratégia e relevância, que apareceram nas SDs: *gerar engajamento assertivo* (SD2); *curadoria de conteúdo possui papel importante nas estratégias do seu negócio*; *entregamos os melhores resultados* (SD4). A informação torna-se, assim, ferramenta de propaganda, já que o sujeito-curador de conteúdo busca *um relacionamento verdadeiro, contínuo e duradouro* (SD1, SD3) da marca com o cliente (leitor).

Este último exemplo é mais uma característica da ideologia da comunicação inserida no modo de produção capitalista, em um momento histórico em que as marcas passaram a criar, especialmente no meio digital, fortes laços com os sujeitos-consumidores. Esse desejo de conexão entre consumidor e produto/serviço consumido também reforça o ideal da sociedade interconectada, o qual cria um sentido de unidade e completude para o mundo e para o sujeito. Sobre isso, Dias (2013, p.53) observa: “o lugar de unidade do sentido é o lugar em que as relações de poder podem se estabelecer com facilidade, exercendo o controle sobre a vida dos sujeitos em todos os seus aspectos”.

Esse sujeito que acredita ser livre e busca a completude é, antes de tudo consumidor e o discurso sobre as novas tecnologias “retoma a constituição de uma demanda pelo consumo em seu funcionamento e constitui para o sujeito essa posição de consumidor, a quem tudo falta, a quem o consumo busca preencher” (SILVA, 2011, p.103). Ao mesmo tempo em que há o processo de interpelação do sujeito a partir do mercado de consumo, como observa ainda Silva, esses mesmos sujeitos atuantes, *consumidores*, tornam-se dependentes da velocidade e das demandas criadas pelo mercado através da mídia. Na curadoria de conteúdo cria-se justamente essa ilusão de que o sujeito está livremente consumindo o melhor conteúdo, enquanto o sujeito-curador trabalha para produzir discursos que atendam às demandas do

mercado. Nesse jogo, *o relacionamento duradouro, a relevância* dos conteúdos e a *estratégia* utilizada correspondem sempre, e ainda, ao que Pêcheux (2009) chamou de esquecimento nº1 e esquecimento nº 2. Este segundo remete à ilusão de um sujeito que, inserido em uma formação discursiva dada, acredita ser aquele o único modo de enunciar, criando um sistema de enunciados em uma relação de paráfrase, do qual é difícil escapar, já que “o sujeito-falante não pode, por definição, se encontrar no exterior da formação discursiva que o domina” (PÊCHEUX, 2009, p.162). Isso caracterizaria, pois, o esquecimento nº 1, pelo qual o sujeito acredita ser dono do seu dizer, aquele que diz por primeiro.

Naquele processo de que falávamos anteriormente, no qual o sujeito-leitor “delega” ao sujeito-curador a função de *criar* seu percurso de leitura, esses dois fenômenos são colocados em evidência, no desejo de criar conteúdos *exclusivos* (SD2), assim como no próprio dizer das empresas em sua oferta de serviços. Pode-se perceber um sistema de paráfrases em funcionamento: *ter relevância, ter sentido, criar relacionamento, gerar engajamento, relacionamento verdadeiro, relacionamento duradouro, relacionamento contínuo.*

Ao mesmo tempo, precisamos considerar a impossibilidade do sujeito de tudo dizer, como explica Pêcheux (2009), assim como o arquivo não pode tudo compreender. É preciso, pois, levar em conta também aquilo que é silenciado, excluído, interdito do arquivo. Sobre isso, observa Romão: “o arquivo (...) põe em estado de exclusão uma série de campos de dizer relegados ao esquecimento, à interdição ou a outros movimentos de inscrição”. Assim, o que não pode ser dito ou deixou de ser guardado em um arquivo, como explica a autora, não deixou de existir, “apenas pulsa de outro modo” (ROMÃO, 2010, p.131).

Desse modo, a sociedade funciona sempre sob essa tensão entre as relações de poder, aquilo que é dito e aquilo que é silenciado dos discursos em circulação, a partir de uma lógica de mercado que tem a comunicação, a tecnologia e o consumo como seus mestres.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo do princípio de que sempre há interpretação – já que sem interpretação não há sentido (ORLANDI, 2012, p.21), tomamos o funcionamento da curadoria de conteúdo em sua relação com o arquivo, o sujeito e o discurso. Esse processo, inserido na lógica de mercado, torna-se serviço ao sujeito-consumidor, mergulhado na tecnologia que cria novas

discursividades e necessidades. O trabalho do sujeito-curador consiste na formação de arquivos construídos a partir de fragmentos de outros arquivos em rede.

Simbolicamente, temos no trabalho de leitura e interpretação do sujeito-curador, assim como do sujeito leitor-consumidor, o desejo de completude – seu mesmo e da linguagem. As análises contribuíram para observarmos a movimentação desses sujeitos. Em um retorno cíclico, o discurso do sujeito-curador representa o desejo de completude, ao oferecer o que chama de essencial, daquilo que faz sentido para o sujeito leitor-consumidor que, ao mesmo tempo livre para navegar no mar infinito de informações, é oprimido pela mesma ilusão da completude e, por isso, entrega ao outro a responsabilidade de construir seu arquivo.

Na ânsia de tudo poder dizer, no desejo de abarcar o todo (no arquivo), o sujeito se mostra incompleto e apaga o que lhe é estruturante. As relações de poder, também no meio digital são “processos assimétricos, contraditórios e heterogêneos”, dos quais fala Pêcheux (p.98, 2011), e pensá-los implica observar sua relação com a linguagem, já que ela é parte constitutiva desses processos. Ainda segundo Pêcheux, “o alcance da discursividade é inerente aos processos ideológicos” – assim como podemos dizer que o desejo de completude é inerente ao sujeito em sua relação com a língua e com o discurso.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. Curadoria de informação e conteúdo na web: uma abordagem cultural. In: CORRÊA, Elizabeth S. (org) *Curadoria digital e o campo da comunicação*. São Paulo: ECA/USP, 2012.

BEIGUELMAN, G. Do leitor a curador de informação: rumo à leitura social. In: *Concinnitas*, vol.1, n.20, 39-47, ago. 2013.

BOLD CONTEÚDO.

CORRÊA, E. S.; BERTOCCHI, D. O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. In: CORRÊA, Elizabeth S. (org) *Curadoria digital e o campo da comunicação*. São Paulo: ECA/USP, 2012.

DERRIDA, J. *Mal de Arquivo: Uma Impressão Freudiana*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

FOUCAULT, Michel. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

HGB DIGITAL.

MITTMANN, Solange. Heterogeneidade constitutiva, contradição histórica e sintaxe. In: *Desenredo*, v.6, n.1, p.85-101, jan./jun. 2010.

O MELHOR DO MARKETING.

ORLANDI, Eni. *Discurso e Texto: Formulação e Circulação dos Sentidos*. Campinas: Pontes, 2008.

_____. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Campinas: Pontes, 2012.

PÊCHEUX, M. *Semântica e Discurso*. Campinas: Unicamp, 2009.

_____. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E. (org) *Gestos de Leitura*. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

_____. Foi “propaganda” mesmo que você disse? In: ORLANDI, E. (org) *Análise de Discurso: Michel Pêcheux*. Campinas: Pontes, 2011.

PETRI, V. O funcionamento do movimento pendular próprio às análises discursivas na construção do “dispositivo experimental” da Análise do Discurso. In: DIAS, C.; PETRI, V. (org) *Análise de Discurso em Perspectiva: Teoria, método e análise*. Santa Maria: Ed. Da UFSM, 2013.

RAMOS, D. O. Anotações para a compreensão da atividade do “Curador de Informação Digital”. In: CORRÊA, Elizabeth S. (org) *Curadoria digital e o campo da comunicação*. São Paulo: ECA/USP, 2012.

ROMÃO, L. M. S. Arquivo em cena: “im-pressões” de leitura sobre o tema. In: *Desenredo*, v.6, n.1, 123-134, jan./jun. 2010.

ROSENBAUM, S. *Curation Nation: how to win in a world where consumers are creators*. Estados Unidos: McGraw-Hill, 2011.

SANTOS, T. N. C. *Curadoria digital: o conceito no período de 2000 a 2013*. 2014. 165 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Brasília, 2014. il; 30 cm.

SARGENTINI, V. M. O. O arquivo e a circulação dos sentidos. In: *Conexão Letras*, v.9, n.11, 23-30, 2014.

SILVA, S. C. D. Em tempos de televisão digital: o discurso sobre as novas tecnologias e o sujeito na atualidade. In: GRIGOLETTO, E.; DE NARDI, F. S.; SCHONS, C. R. (org) *Discursos em rede: práticas de (re)produção, movimentos de resistência e constituição de subjetividades no ciberespaço*. Recife: Ed. Universitária-UFPE, 2011.

SILVA, T. Curadoria, mídias sociais e redes profissionais: reflexões sobre a prática. In: CORRÊA, Elizabeth S. (org) *Curadoria digital e o campo da comunicação*. São Paulo: ECA/USP, 2012.

VERAZ COMUNICAÇÃO.