



FORMATO NOTÍCIA E CURADORIA DIGITAL EM SITES DE PARQUES BRASILEIROS

Sicilia Vechi Gonçalves¹

Neri dos Santos²

Clarissa Stefani Teixeira³

Marcelo Macedo⁴

Resumo

O propósito do presente estudo é descrever como Parques em operação no Brasil utilizam o formato jornalístico da notícia e a curadoria digital da informação em seus sites na *web* para a geração de conhecimento. Para tanto, foram analisados campos de notícias, *homepages* e repositórios para *downloads* dos *habitats* de inovação. Entre os 30 Parques brasileiros identificados, cinco foram desconsiderados por não terem tido sites localizados. Na análise, 80% dos Parques utilizavam textos no formato de notícia, para divulgação institucional, utilitária e científica. Os repositórios para *downloads* constaram em 32% dos sites, enquanto 16% apresentaram conteúdos resultantes de curadoria digital. A atividade dos curadores digitais estrutura-se pela seleção, filtragem, agregação de valor e difusão da informação, conduzindo o usuário a temas específicos em meio à avalanche informativa da *internet*. Livros digitais, observatório, glossários e canal de vídeos foram produtos de curadoria identificados. Se a pesquisa constata que alguns parques usam a curadoria, potencializando novos formatos de comunicação em rede, o estudo também aponta que a maioria dos sites ancora suas atualizações no formato da notícia, tipologia tradicional do jornalismo. Com novas possibilidades de mediação na *web* e as redes sociais por ela fortalecidas, a experimentação de novas formas de distribuição de conteúdos converge com a atuação das redes de inovação, propicia a colaboração e a geração do conhecimento.

Palavras-chave: curadoria digital, notícia, parques, *habitats* de inovação.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Fone: (48) 9132-5252. E-mail: sicilia.vechi@gmail.com.

² Doutor, PUC-PR Pontifícia Universidade Católica do Paraná. UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. E-mail: neri@egc.ufsc.br.

³ Doutora, UFSC – VIA Estação Conhecimento. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: clastefani@gmail.com.

⁴ Doutor, UFSC – VIA Estação Conhecimento. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: marcelomacedo@egc.ufsc.br.



NEWS TYPOLOGY AND DIGITAL CURATION IN BRAZILIAN PARK'S WEBSITES

Sicilia Vechi Gonçalves⁵

Neri dos Santos⁶

Clarissa Stefani Teixeira⁷

Marcelo Macedo⁸

Abstract

The purpose of this study is to describe how Brazilian Technology Parks use the journalistic format of news and digital curation on their websites for generate knowledge. The research analyzed news areas, homepages and downloads repositories of 30 parks that are now operating in Brazil. Among the 30 identified Brazilian Parks, five were disregarded because they were not located sites. The results showed that 80% of Parks used texts in news format, for institutional, utilitarian and scientific dissemination. Downloads repositories consisted in 32% of sites and 16% were content resulting from digital curation. The activity of digital curators is structured in selection, filtering, aggregating value and dissemination of information, leading the user to specific topics through the informative internet avalanche. As curation products, were identified digital books, observatory, glossaries and video channels. The research showed some parks use curation, increasing network communication, but most sites used the news format, traditional journalism's typology. With new mediation possibilities on the web and social networks for it strengthened, new forms of content distribution converges with the performance of innovation networks, fosters collaboration and knowledge generation.

Keywords: digital curation, news, parks, innovation habitats

⁵ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Fone: (48) 9132-5252. E-mail: sicilia.vechi@gmail.com.

⁶ Doutor, PUC-PR Pontifícia Universidade Católica do Paraná. UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. E-mail: neri@egc.ufsc.br.

⁷ Doutora, UFSC – VIA Estação Conhecimento. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: clarissa@egc.ufsc.br.

⁸ Doutor, UFSC – VIA Estação Conhecimento. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: marcelomacedo@egc.ufsc.br.



Introdução

A expansão da infraestrutura dos *habitats* de inovação no Brasil com a evolução tecnológica acompanha o surgimento de uma nova lógica empresarial. Com a mudança do paradigma econômico da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento, *habitats* de inovação como Parques, incubadoras, aceleradoras e outros refletem o advento do conhecimento científico como motor de desenvolvimento socioeconômico (FERRARI; GASPARINDO; RISOLA, 2013).

Com a finalidade de gerar cada vez mais inovação tecnológica, os *habitats* de inovação canalizam esforços para práticas de cooperação e criação de espaços de consenso (ARANHA, 2008), envolvendo Universidade, Indústria e Governo, atores que integram a Teoria da Tríplice Hélice (ETZKOWITZ, 2009). Este autor acrescenta que “a colaboração é baseada na comunicação de informações que, na era da informação, cada vez mais ocorre através de redes em vários níveis, do local ao internacional” (ETZKOWITZ 2009, p.31).

Enquanto os Parques brasileiros em operação aprimoram seus relacionamentos em rede, na comunicação com seus públicos pela *internet* é comum o uso do texto estruturado de acordo com a tipologia jornalística da notícia para a atualização de conteúdos informativos. Cabe observar que o gênero jornalístico consagrado no século XX como matéria-prima com valor de troca enfrenta uma quebra de paradigma na transição para a sociedade do conhecimento, com a evolução da *internet*.

Segundo Castilho (2015), a mudança envolve o fim da exclusividade das empresas jornalísticas na produção e distribuição de notícias e o início de uma fase de oferta avassaladora de dados e informações na *internet*, uma avalanche informativa crescente com o suporte das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). De tipologia da prática jornalística, a notícia passa a receber atenção sob o ponto de vista das ciências da cognição e do processo de produção de conhecimento.

Todas essas transformações impõem a necessidade de novos experimentos na comunicação dos Parques com seus públicos e abrem campo para o surgimento de outros modelos ou formatos de texto, gerados para as novas mídias. Enquanto Sunstein (2006) afirma que a diversificação das percepções em uma rede ou comunidade influencia diretamente no capital social desenvolvido, Polanyi (1996) acrescenta que quanto mais diversos forem os insumos informativos não estruturados, maior a riqueza do produto final (CASTILHO, 2015, p.62). Assim se pode justificar a relevância do estudo da curadoria voltada para as redes sociais nutridas pelos Parques brasileiros.



A prática em ascensão no meio digital é realizada por uma pessoa ou grupo com experiência no trato com a informação em alguma temática. Eles selecionam conteúdos, filtram, intervêm e contribuem, depois disseminam as informações para determinadas comunidades sociais de interesse. A curadoria é uma ferramenta de orientação aos usuários em meio à avalanche informativa na *web*. O processo favorece a geração de conhecimentos e, partindo dos temas de interesse dos públicos de Parques, estimula o compartilhamento, as relações de confiança e a geração de capital social. Considerando que a compreensão sobre o termo não é consensual entre todos os autores, Recuero (2009) conceitua o termo como “um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais” (RECUERO, 2009, p.45).

O surgimento das páginas da *web* conhecidas como *blogs* ajudou a eliminar barreiras antes existentes, de ordem econômica e tecnológica, para que os curadores de informações passassem a publicar conteúdos online. Qualquer pessoa pode selecionar e recomendar conteúdos online. Castilho (2014) cita como exemplos o norte-americano Kevin Kelly, autor do *blog The Technium*⁹, que alcançou a marca de 80 mil leitores diários com postagens sobre novas mídias e tecnologias, e o projeto *Scoop*¹⁰, com mais de 5 milhões de visitantes mensais, no qual um grupo de profissionais autores de *blogs* de diversas áreas do conhecimento publicam observações, descobertas e recomendações.

O presente trabalho foi elaborado para identificar como 30 Parques brasileiros em operação utilizam o texto em formato de notícia e a curadoria da informação em seus sites como ferramentas para produção de conhecimento.

Desenvolvimento

Procedimentos Metodológicos

O presente estudo é baseado na pesquisa descritiva exploratória, com informações qualitativas acerca das *homepages*, áreas de notícias, repositórios para *downloads* e uso de curadoria da informação nos sites de Parques brasileiros em atividade (DUARTE, 2005; GODOY, 1995).

Dos conceitos que norteiam a pesquisa, adota-se, em primeiro lugar, o termo notícia, uma tipologia do gênero jornalístico informativo, mas que comumente nomeia áreas

⁹ <http://kk.org/thetechnium/>

¹⁰ <http://www.scoop.it/t/web-content-digital-curation>



destinadas à atualização de conteúdos em sites das mais diversas organizações. Sob a ótica de Melo (MELO; ASSIS, 2010) a notícia como formato textual pode ser definida como:

Relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Contém necessariamente respostas às perguntas de Quintiliano (que + quem + quando + como + onde + por que) transformadas em fórmula jornalística (3Q + CO + PQ). (...) Privilegia o clímax (sensação), evitando a cronologia (MELO; ASSIS, 2010, p.55).

Ante o conceito exposto e adotado, a pesquisa considera relevante o contexto elucidado por autores como Traquina (2005), de que o sentido do termo notícia é amplo e extrapola a forma de texto ou o anúncio de novidades, mas designa um conjunto de princípios de noticiabilidade jornalística, os critérios utilizados pelos veículos de comunicação para medir a relevância de assuntos que eclodiram e que devem ser publicados. No ambiente dos meios de comunicação, por exemplo, é comum entre os jornalistas usar o termo para atribuir valor a um acontecimento: Se ele atende aos critérios de noticiabilidade, diz-se que “é notícia” (TRAQUINA, 2005).

Fora do contexto do mercado jornalístico, Sant’Anna (2005) lembra que é crescente o fenômeno das organizações que assumem a difusão de conteúdos em seus meios próprios de comunicação, o que o autor chama de “mídia das fontes”. O autor considera a iniciativa decorrente da evolução da *internet*, da redução dos quadros de profissionais nas redações e da diminuição dos custos de produção para as novas mídias. A diferença estabelecida por Sant’Anna em relação aos meios tradicionais está na redefinição que as organizações fazem, quando mantêm suas próprias mídias, dos parâmetros de noticiabilidade originados no jornalismo. Esses critérios eventualmente divergem dos padrões da imprensa tradicional, utilizados para obter credibilidade junto ao leitor.

Considerado o amplo sentido do termo notícia, o presente estudo persiste em seu uso, mas referindo-se sempre à estrutura textual descrita por Melo e Assis (2010), que remete à denominação dada pelos próprios Parques a conteúdos informativos publicados nas áreas de novidades de seus sites. Desse modo, a palavra notícia é precedida no texto por termos como ‘forma’, ‘formato’ e ‘tipologia’.

O segundo conceito que suporta a pesquisa é o de curadoria digital, que, quando exercida por agentes humanos e não por algoritmos, é também chamada de curadoria de informações. Segue a definição adotada por Castilho (2015).

A curadoria de informações é um procedimento desenvolvido por uma pessoa, ou grupo de pessoas, com experiência no trato com a informação, que realizam a



seleção, filtragem, agregação de valor e difusão de informações voltadas para os interesses e necessidades de comunidades sociais. (CASTILHO, 2015, p.38)

A terceira definição adotada para este trabalho é a de Parque, tal como consta na Lei no 13.243, de 11 de janeiro de 2016, no artigo 10 (BRASIL, 2016).

(...) complexo planejado de desenvolvimento empresarial e tecnológico, promotor da cultura de inovação, da competitividade industrial, da capacitação empresarial e da promoção de sinergias em atividades de pesquisa científica, de desenvolvimento tecnológico e de inovação, entre empresas e uma ou mais ICTs, com ou sem vínculo entre si.

Para a realização da pesquisa, foram identificados 30 Parques brasileiros em operação, a partir do *benchmarking* realizado por Teixeira *et al* (2015). O levantamento dos autores, que utilizou informações de 2014 do Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação (MCTI), supre a indisponibilidade no meio *on line* de uma listagem oficial de Parques na qual se identifique os efetivamente operantes segundo a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC). A partir daí, o presente estudo avançou para a identificação dos sites oficiais dos referidos Parques, com realização de pesquisa na *internet* por meio do buscador *Google*.

O Estudo excluiu da análise os Parques sem site encontrado ou com o registro limitado a uma só página *web* dentro de endereços de instituições mantenedoras. *Sites* com mais de uma página própria hospedados em portais de instituições mantenedoras foram considerados pela pesquisa. Os *sites* oficiais de cinco Parques não foram localizados e os *habitats* foram excluídos pela pesquisa. O Quadro 1 apresenta os 30 Parques brasileiros em operação considerados.

Quadro 1 – Parques brasileiros analisados pelo presente estudo e seus sites

Parque	Site
Parque de Ciência e Tecnologia Guamá, Belém (PA)	www.pctguama.org.br
Parque Tecnológico da Bahia, Salvador (BA)	www.secti.ba.gov.br/parque
Parque Tecnológico do NUTEC,	www.nutec.ce.gov.br



Fortaleza (CE)	
Parque Tecnológico da Paraíba, Campina Grande (PB)	www.paqtc.org.br
Porto Digital, Recife (PE)	www.portodigital.org/home
Parque Tecnológico Eletro-eletrônica de Pernambuco, Recife (PE)	Não encontrado
Sergipe Parque Tecnológico – SergipeTec, Aracaju (SE)	www.sergipetec.org.br
Parque Tecnológico de Belo Horizonte, Belo Horizonte (MG)	bhtec.org.br
Parque Tecnológico de Uberaba, Uberaba (MG)	www.uberaba.mg.gov.br/portal/conteudo,13514
Parque Tecnológico Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro (RJ)	www.parque.ufrj.br
Polo de Biotecnologia Bio-Rio, Rio de Janeiro (RJ)	www.biorio.org.br
Parque Tecnológico da Região Serrana, Petrópolis (RJ)	www.ptecserra.com.br
Parque Tecnológico Botucatu, Botucatu (SP)	www.parquetecnologicobotucatu.org.br
Parque Tecnológico de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto (SP)	Não encontrado
Parque Tecnológico de São Carlos, São Carlos (SP)	www.parqtec.com.br
Parque Tecnológico de São José dos Campos, São José dos Campos (SP)	www.pqtec.org.br
Parque Tecnológico UNIVAP, São José dos Campos (SP)	www.parquetecnologico.com.br/parquetecnologico.html
Parque Tecnológico de Sorocaba, Sorocaba (SP)	www.empts.com.br
Parque Empresarial Techno Park,	www.technopark.com.br



Campinas (SP)	
Parque Tecnológico Itaipu, Foz do Iguaçu (PR)	www.pti.org.br
Curitiba Tecnoparque, Curitiba (PR)	Não encontrado
Parque Científico e Tecnológico da PUCRS, Porto Alegre e Viamão (RS)	www3.pucrs.br/portal/page/portal/inovapucrs/Capa/Tecnopuc
Parque Científico e Tecnológico Regional TecnoUnisc, Santa Cruz do Sul (RS)	Não encontrado
Parque Tecnológico de São Leopoldo – TecnoSinos, São Leopoldo (RS)	www.tecnosinos.com.br
Parque Tecnológico do Vale dos Sinos, Campo Bom (RS)	www.valetec.org.br/contato.php
Ulbratech, Canoas (RS)	ulbratech.com.br/v1
Parque de Inovação Tecnológica de Joinville e Região, Joinville (SC)	www.inovaparq.com.br
Parque Científico e Tecnológico do Extremo Sul Catarinense, Criciúma (SC)	www.unesc.net/portal/capa/index/326
ParqTec Alfa, Florianópolis (SC)	Não encontrado
Sapiens Parque, Florianópolis (SC)	www.sapiensparque.com.br/#index

Fonte: Adaptado de Teixeira et al. (2015)

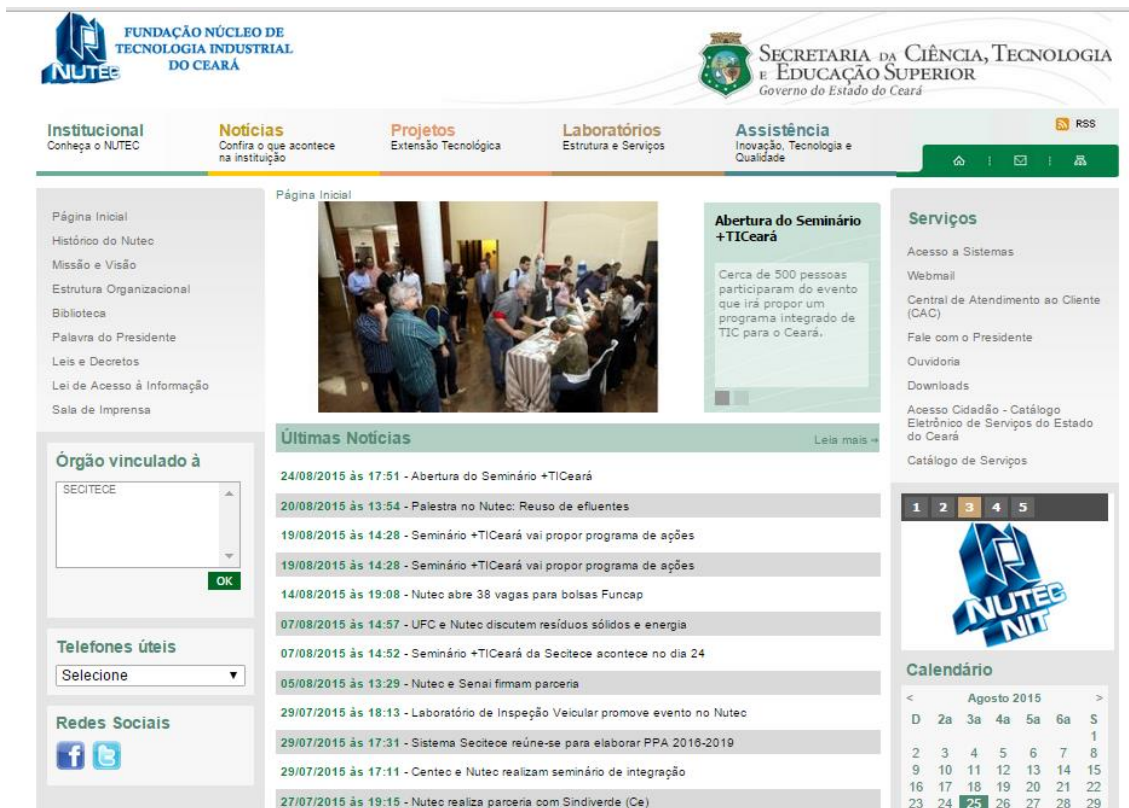
Após a identificação dos endereços eletrônicos, a etapa de consulta aos *sites* dos Parques foi realizada nos dias 25 e 26 de agosto de 2015, buscando por:

- Existência de áreas de notícias;
- Ocorrência de textos em formato de notícia na *homepage*;
- Áreas de repositório de conteúdos disponíveis aos usuários para *download*;
- Identificação de atividade de curadoria da informação;
- Identificação de formatos de produto da curadoria da informação existentes.
- Categorização de conteúdos publicados nas áreas de notícias por finalidade de publicação, com base na definição de gêneros jornalísticos de Melo e Assis (2010).



A análise do item f, que consiste na categorização de conteúdos em sites de Parques de acordo com a finalidade de publicação, considerou a observação dos títulos e leitura dos respectivos textos dos links disponíveis na primeira página da área notícias dos sites, conforme exemplo demonstrado na Figura 1.

Figura 1 – Primeira página da área de notícias do site do Parque Nutec



Fonte: Reprodução de tela feita pelos autores

Na análise de produtos de curadoria da informação, a seleção dos sites e dos tipos de materiais foi observada dentro e fora das áreas de notícias, considerando, neste caso, as *homepages* e os repositórios para *download* dos sites. A análise contempla as quatro ações constantes do conceito de curadoria da informação e inerentes ao seu processo: seleção, filtro, agregação de valor ao conteúdo (contextualização) e difusão (DAWSON, 2012; CASTILHO, 2015).

A partir de busca na literatura, o presente estudo procurou apontar a importância da notícia e da curadoria da informação no processo de produção do conhecimento.



Resultados e discussões

O presente estudo buscou identificar como Parques brasileiros utilizam a tipologia notícia e a curadoria da informação em seus sites como ferramentas para a produção do conhecimento. Para tanto, foram analisadas áreas de notícias, repositórios e áreas para *downloads*, com objetivo de identificar produtos que reúnam todas as etapas características do processo de curadoria da informação.

Entre os 30 Parques brasileiros identificados, em cinco a seguir relacionados não foram localizados sites próprios ou *homepages* referentes aos *habitats*. Sobre o Parque Tecnológico Eletro-eletrônica de Pernambuco, a menção encontrada foi uma página institucional no *site* da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação. Da mesma forma, o Curitiba Tecnoparque é citado em uma página no portal do poder público municipal. O Parque Científico e Tecnológico Regional TecnoUnisc, de Santa Cruz do Sul também conta com uma página hospedada dentro do portal da universidade. A denominação Parque Tecnológico de Ribeirão Preto, não foi localizada em um endereço oficial na *internet*, mesmo caso do ParqTec Alfa, de Florianópolis.

Nos 25 sites de Parques brasileiros em operação encontrados foi possível constatar que 80% contam com áreas de notícias, ante 20% que apresentam apenas áreas institucionais fixas. As áreas de notícias nos sites dos Parques veiculam conteúdos em formatos jornalísticos, como o da notícia, produzidos ou não nos próprios Parques e periodicamente atualizados por atores dos *habitats* de inovação. Nas listas de notícias observadas, os conteúdos se relacionam com as áreas de atuação dos Parques ou abrangem temas voltados à inovação e às novas tecnologias.

Ainda que os *sites* pesquisados não tenham como finalidade a produção jornalística, é possível constatar que a maior parte deles se utiliza, nas áreas de notícias, de técnicas de produção textual que remetem a características consideradas no processo jornalístico, como atualidade, periodicidade, publicização (GROTH, 2011), inclusive remetendo o conteúdo às redes de relacionamento nas mídias sociais. Já em relação à universalidade, outra característica essencial do jornalismo segundo o autor, percebe-se que ela é restrita devido à segmentação do conteúdo, direcionado ao também restrito público envolvido pelos parques.

De acordo com Castilho (2015), diversas definições de notícia levam em conta apenas a sua inserção utilitária na atividade jornalística, vinculada à condição de matéria-prima com valor de troca. Entretanto, o pesquisador ressalta que outra abordagem parte das ciências da cognição e do processo de produção de conhecimento, baseada nos estudos de Sperber e



Wilson (2001). Para os autores, um dado inédito provoca no indivíduo alterações no ambiente cognitivo que o levam à reflexão sobre o conteúdo recebido. Sob a ótica da produção de conhecimento, o conceito assumido por Castilho define que “notícia é um tipo específico de dado cuja principal característica é o seu ineditismo, tendo como atributos indispensáveis a relevância, pertinência e confiabilidade” (CASTILHO, 2015, p. 44).

Entre os *sites* consultados que possuem área de notícias, 75% as exibem datadas na página inicial do Parque, a *homepage*, permitindo que o leitor visualize a frequência de atualização do site, enquanto 25% somente indicam na primeira página um link para direcionar o leitor. Outra observação realizada nas áreas de notícias de *sites* dos Parques foram as características recorrentes dos conteúdos publicados. A análise das listas de notícias possibilitou a diferenciação de três categorias predominantes por finalidade de divulgação: notícias institucionais, utilitárias e científicas.

As notícias institucionais verificadas enfocavam mudanças de rotina nos Parques, novidades sobre empresas instaladas, investimentos, instituições parceiras e sobre os públicos ligados ao empreendimento. O caráter informativo da notícia como estrutura textual, tal qual no quadro dos gêneros jornalísticos de Melo e Assis (2010) pode ser identificado nos textos dos sites pelo “relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social”, e, ainda conforme Lage (2005) é narrado de modo a privilegiar do aspecto mais importante ao menos importante do acontecimento, em vez de se apresentar como um texto em ordem cronológica.

As notícias utilitárias encontradas nos sites dos Parques brasileiros podem ser reconhecidas em textos de prestação de serviço ao leitor, como na divulgação de eventos e de oportunidades de formação ou de financiamento para novos negócios. Na definição de Melo (MELO; ASSIS, 2010), o gênero descrito como jornalismo utilitário contém o “serviço” entre suas classificações textuais como “informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados” (COSTA, 2010, p. 72).

Já as notícias categorizadas como científicas divulgadas nos sites analisados evidenciam temas como inovação tecnológica, pesquisa e desenvolvimento nas áreas de interesse dos Parques e também descobertas científicas de relevância internacional. Mesmo no formato resumido que é o de notícia, apoiados por recursos multimídia como vídeos, esses textos apresentam identificação com o jornalismo científico, que, para Melo (2006, p.116-117), deve ser “educativo” e “promover a popularização do conhecimento que está sendo produzido nas universidades e centros de pesquisa”, firmando-se, enfim, como atividade



voltada para a “divulgação de processos do conhecimento novo, capaz de adquirir relevância social”.

As notícias científicas ocorrem nos sites analisados como conteúdos reproduzidos de outros portais, com a indicação das fontes citadas ao final das publicações. Mas há o caso de Parque que difunde estes conteúdos após submetê-los a um processo de curadoria da informação, ou seja, após profissionais executarem um trabalho de seleção, filtragem de informações, agregação de valor para o público e difusão, como ocorre com o Porto Digital. O objetivo que define esse tipo de intervenção sobre o conteúdo digital, segundo Dawson (2012), é a atividade voltada para o compartilhamento de conhecimentos entre membros de uma comunidade, visando à formação de capital intelectual coletivo.

Ao observar a curadoria da informação na *web* como instrumento para a geração do conhecimento, é possível compatibilizar seus efeitos ao capital social cognitivo. Enquanto as interações em rede promovem o capital social relacional, há conteúdos disseminados na rede que possuem um apelo informacional muito maior, como é o caso das notícias e vídeos. Tais formatos produzem um valor que supera o aprofundamento dos laços sociais e avança à produção de conhecimento. É o caso da difusão de uma notícia de jornal replicada em um *blog* ou mídia social, feita para informar ou gerar um conhecimento. (RECUERO, 2009).

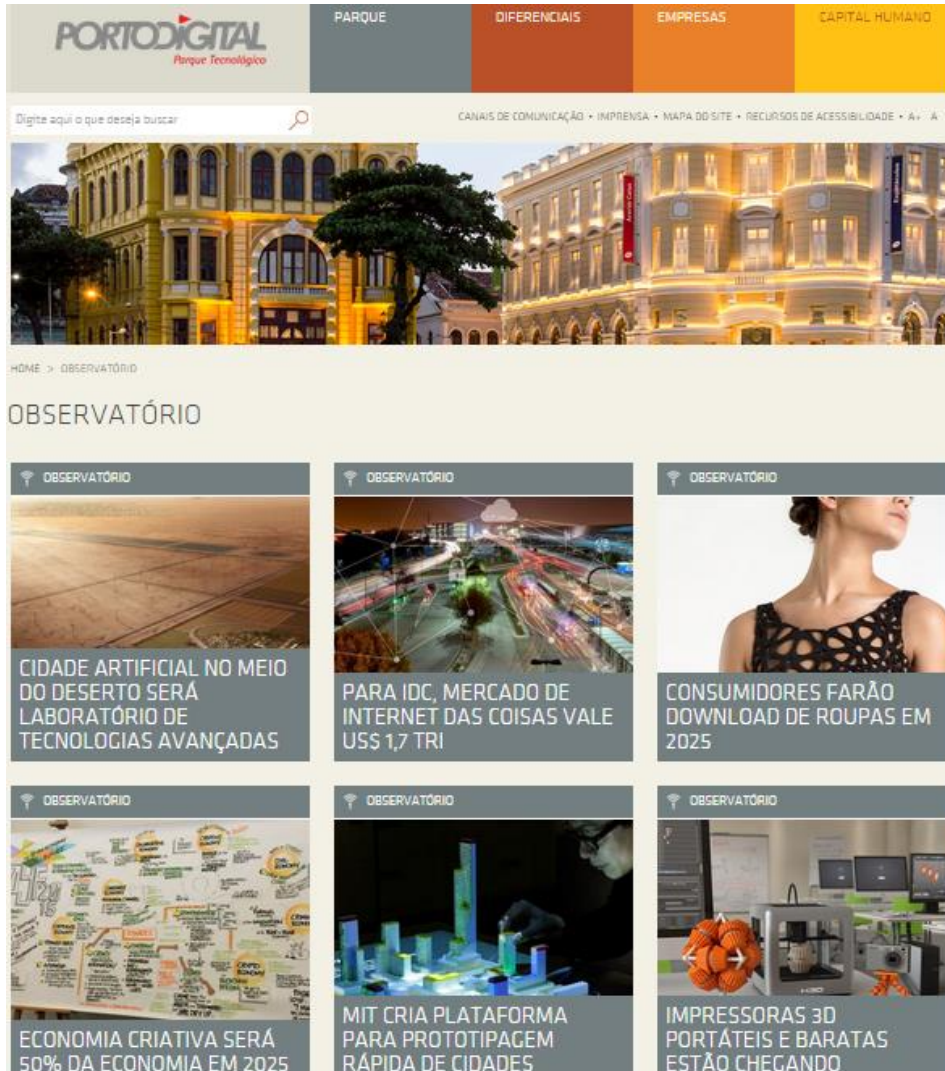
É possível reconhecer que a prática da curadoria da informação, que contempla filtro, seleção, contextualização e compartilhamento, privilegia tanto a geração do capital social relacional quanto a do capital social cognitivo, sendo necessário perceber que há diferenças na forma de difusão de ambos. Segundo Recuero, nas mídias sociais, por exemplo, enquanto o capital envolvendo as relações entre indivíduos se dissemina rapidamente entre grupos diversos da grande rede, o capital social cognitivo tende a se concentrar mais dentro dos mesmos grupos. Se o capital social cognitivo perde valor quando a informação é replicada por muitos nós da rede, perdendo a originalidade, o capital social relacional fica fortalecido quando os nós mais próximos na rede replicam rapidamente a informação. (RECUERO, 2009, p.121).

O exercício de curadoria da informação de acordo com a caracterização de Dawson (2012) foi percebido em 16% dos sites de Parques analisados, dentro de área de notícias, como no caso do Porto Digital, e em outras áreas de sites identificadas neste estudo. Além do objetivo de compartilhar conhecimentos, outras duas características da curadoria descritas por Dawson (2012) ajudam a reconhecer a atividade. Elas se resumem em: identificar a utilidade e a relevância da informação para o público-alvo e perceber a incorporação de valor por meio da pesquisa de dados selecionados, o que exige especialização por parte do curador, seja na



comunicação, seja nas áreas do conhecimento abordadas. A Figura 2 demonstra a ocorrência de curadoria da informação dentro de área de notícias.

Figura 2 – Curadoria em Observatório de notícias no site do Porto Digital



Fonte: Reprodução de tela feita pelos autores

Os Parques em que a curadoria foi identificada segundo os padrões já descritos, porém fora de áreas de notícia são Parque Tecnológico da Paraíba, Sergipe Parque Tecnológico – SergipeTec e Parque Tecnológico da Região Serrana. Dos quatro Parques em que atividades de curadoria foram identificadas, um fica na região Sudeste do Brasil e três na região Nordeste.

Para Castilho (2015, p. 61) a curadoria funciona como ferramenta de orientação em meio ao excesso de dados aos quais as pessoas são submetidas nos dias de hoje. Mas, ao mesmo tempo, o autor reforça que o principal efeito da curadoria é a sua participação “nos



fluxos informativos responsáveis pela produção de conhecimento socialmente relevante” apoiando a geração do capital social. Este é um conhecimento gerado e compartilhado coletivamente, dentro de grupos sociais com integração presencial ou virtual, como no caso dos Parques.

No presente estudo, foram identificados fora das áreas de notícias de sites dos Parques brasileiros seis tipos de produto de curadoria, listados no Quadro 2.

Quadro 2 – Produtos de curadoria da informação identificados fora de áreas de notícias

Seis produtos de curadoria identificados fora de áreas de notícias dos sites
Glossário com os termos relacionados às áreas de atuação do Parque.
Livro digital, também chamado <i>e-book</i> , produzido de forma colaborativa.
Canal de vídeos sobre empreendedorismo.
<i>Blogs</i> especializados produzidos por colaboradores do Parque.
<i>Slides</i> sobre empreendedorismo inovador.
Roteiro para a confecção de plano de negócio.

Fonte: autores da pesquisa

A Figura 3 demonstra a ocorrência de produtos de curadoria em área de repositório para visualização e *downloads*.

Figura 3 – Curadoria da Informação em repositório de site do PaqTc, da Paraíba



Fonte: Reprodução de tela feita pelos autores



No site do Parque Tecnológico da Paraíba, foram encontradas cinco das modalidades acima descritas: glossário, *e-book*, vídeos, slides e roteiro. Os materiais estavam disponibilizados dentro da área *downloads*, na aba Comunicação. O Sergipe Parque Tecnológico – SergipeTec, apresenta sete *blogs* de especialistas que se dividem no tratamento dos temas Energia, Biotecnologia e Inovação Tecnológica. Na data da consulta, em 25 e 26 de agosto de 2015, cinco *blogs* possuíam conteúdo e dois estavam inacessíveis a partir dos *links* disponibilizados no site, na aba Institucional. O Parque Tecnológico da Região Serrana, em Petrópolis (RJ) apresenta na *homepage* a aba Glossário, que remete o leitor aos conceitos de estruturas do cotidiano do Parque, como Arranjos Produtivos Locais (APLs), Empresas Júnior e Incubadoras, por exemplo. Na ausência de citação de autoria nas definições, ficou subentendido que a agregação de valor ao conteúdo tenha sido realizada no próprio Parque, o que configuraria a contextualização que compete ao curador.

Na busca por indícios da comunicação utilizada como ferramenta de produção e compartilhamento do conhecimento, o presente estudo localizou áreas destinadas para *downloads* de conteúdos em 32% dos sites de Parques, ante 68% que não delimitam espaço para indicar existência de conteúdos para baixar no site. Dentro das áreas de *download* e repositório encontradas, os materiais disponibilizados eram em maioria reproduções de documentos sobre legislação, contratos, editais e modelos de formulários, que divergem dos produtos de curadoria da informação, principalmente por não envolverem as etapas de filtro e agregação de valor, quando se tratam apenas de materiais reproduzidos de outras fontes.

Entre os 25 parques, dois indicam em seus sites que oferecem repositórios de conhecimento, porém, com acesso limitado ao público interno dos Parques. É o caso do Portal da Inovação do Parque Tecnológico do Vale dos Sinos (Valetec), no Rio Grande do Sul, e a área restrita a usuários cadastrados do Polo de Biotecnologia - Bio-Rio, no Rio de Janeiro.

Considerações finais

O presente estudo possibilitou identificar como Parques brasileiros em operação utilizam a tipologia textual da notícia e a curadoria da informação em seus sites como ferramentas para a produção do conhecimento. Não foram encontrados sites oficiais de cinco parques, o que delimitou a amostragem a 25 endereços na *internet*. A maioria dos Parques (80%) mantém áreas de notícias como ferramenta para a atualização de seus públicos, produzidas ou não nos próprios Parques. Os conteúdos mais recorrentes podem ser



caracterizados sob os perfis de notícias institucionais, utilitárias e científicas, oferecendo ao leitor oportunidades e prestação de serviços e informando-o sobre pesquisa e desenvolvimento, mercado e tendências de âmbito nacional e internacional.

Além de reproduzir esses dados enquanto inéditos ou atuais, os *habitats* podem observar a unidade da notícia como mais uma ferramenta para a produção do conhecimento. Iniciativas como o observatório de notícias científicas identificado neste estudo exemplificam a afirmação, aliando o caráter atual e periódico a uma ação curadora do Parque, na qual profissionais agregam valor aos dados disponíveis na *web* produzindo novos conteúdos, gerando, assim, informações relevantes ao segmento dos Parques e seus públicos e fomentando a produção do conhecimento.

A atividade de curadoria da informação, voltada para o compartilhamento de conhecimento e visando à formação de capital intelectual coletivo, a partir do capital social relacional e do capital social cognitivo, foi detectada em uma minoria (16%) dos Parques. Nestes, a curadoria se apresenta dentro e fora das áreas de notícias, em forma de observatório de notícias científicas, de glossários de expressões relacionadas ao Parque, de *blogs* especializados, vídeos, *e-book*, *slides* e roteiro sobre temas da *expertise* dos *habitats* de inovação. Em todos estes formatos, foram identificadas a seleção, filtragem, agregação de valor (contextualização) e a difusão dos conteúdos.

Em meio à pesquisa, foram identificadas áreas de repositório para *downloads* em 32% sites de Parques, espaços potenciais para mediar produtos de curadoria da informação. Entretanto, tais áreas hoje disponibilizam principalmente reproduções de documentos sobre legislação, contratos, editais e modelos de formulários, ou seja, conteúdos que envolvem baixa ou nenhuma agregação de valor pelo Parque, especialmente quando os arquivos são disponibilizados sem esclarecimentos ou informações sobre usos e contexto. Em meio à avalanche informativa gerada pela *internet*, a curadoria pode ser observada pelos *habitats* de inovação como uma orientação aos seus públicos rumos à produção do conhecimento.

O presente estudo possibilitou verificar que o uso de conteúdos em formato de notícia é predominante como ferramenta em *sites* de Parques para a atualização dos públicos. A pesquisa também proporcionou uma visão inédita sobre a constatação do uso de curadoria digital por alguns parques. O trabalho apresenta a curadoria como um caminho para o estudo e a produção de novas formas de comunicação em rede para a geração e o compartilhamento do conhecimento em *habitats* de inovação no Brasil.



Referências

ARANHA, J. A. S. **Incubadoras**. In: PAROLIN, S. R. H.; VOLPATO, M. (org.) Faces do Empreendedorismo Inovador. Curitiba: FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná, 2008.

BRASIL. 2016. **Lei no 13.243, de 11 de janeiro de 2016**. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13243.htm#art2>. Acesso em: 15 mai 2016.

CASTILHO, C. A. V. **O papel da curadoria na promoção do fluxo de notícias em espaços informativos voltados para a produção de conhecimento**. Tese (Doutorado em Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2015. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/?p=1908>>. Acesso em 20 de mar 2016.

CASTILHO, C.; Coelho, C.C.S.R. Curadoria de notícias e jornalismo na produção de conhecimento. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol. 11, nº 1, janeiro a junho de 2014. Florianópolis, UFSC. Disponível em: <<file:///C:/Users/Acer/Downloads/32799-114047-1-PB.pdf>>. Acesso em 27 ago 2015.

COSTA, L. A. Gêneros jornalísticos. MELO M. J.; ASSIS, F (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p. 43 -83.

DAWSON, R. **Curation, a View from the Future**. Entrevista a Robin Good. Disponível em: <<http://www.masternewmedia.org/curation-a-view-from-the-future>>. Acesso em 1º de set 2015.

DUARTE, J.; BARROS, A.; NOVELLI, A. L. R. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ETZKOWITZ, H. **Hélice tríplice: universidade-indústria-governo: inovação em movimento**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

FERRARI, M.A.; GASPARINDO, L.; RISOLA, S. **A importância dos relacionamentos compartilhados para startups em ambientes de inovação** - Estudo de caso do Cietec. In: XXIII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, Anprotec,



Recife, 14-17 oct, 2013. Disponível em:
<[http://anprotec.org.br/anprotec2014/files/artigos/artigo%20\(6\).pdf](http://anprotec.org.br/anprotec2014/files/artigos/artigo%20(6).pdf)>. Acesso em 20 jun 2016.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2. 1995.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MELO, J. M.; ASSIS, F. (Orgs.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.

MELO, J. M. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

POLANYI, M. **The Tacit Dimension**. Chicago: Chicago University Press, 1996.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SANT'ANNA, F. **Mídia das fontes**: o difusor do jornalismo corporativo. Casa das Musas, 2005.

SPERBER, D.; WILSON, D. **Relevância**: Comunicação e Cognição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

SUNSTEIN, C. **Infotopia**: How many minds produce knowledge. New York: Oxford University Press, 2006.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

TEIXEIRA, C. S.; MACEDO, M.; EHLERS, A. C. **Benchmarking sobre habitats de inovação no Brasil**. Florianópolis: Recepti. 2015.