

La curat

Entre usages individuels et pratiques professionnelles

L'univers de l'info-doc est soumis depuis une vingtaine d'années à une succession de remises en cause. Le « coupable » en est bien évidemment le « numérique » qui, grâce à son bras armé l'Internet, innerve progressivement tous les secteurs d'activités et de loisirs de notre société et bouscule les frontières entre les sphères publiques et privées, les univers professionnels et domestiques.

La curation, dernier « symptôme » en date, fait l'objet depuis plusieurs mois de débats et discussions parfois acharnés pour en déterminer la pertinence et le bien-fondé. Il était donc naturel que *Documentaliste – Sciences de l'information* s'empare de la question au travers d'un dossier fouillé et réunissant de nombreux intervenants d'horizons divers.

Mais au-delà de l'effet de mode, la curation nous invite à voir plus loin que le *buzz* au bout de notre nez. Fruit du syncrétisme entre usages « impies » des internautes et pratiques « orthodoxes » des professionnels, la curation vient nous rappeler très justement qu'il n'est désormais plus possible de se borner aux territoires bien balisés. Le professionnel de l'information doit se transformer en explorateur : puisse ce dossier lui servir de boussole. •

Dossier réalisé sous la direction de
Christophe Deschamps (Consultant)
christophe.de@gmail.com



Christophe Deschamps. Consultant

Introduction : Les multiples facettes de la curation

p.22

SI Enjeux et dimensions

Véronique Mesguich. Pôle universitaire Léonard de Vinci
Julien Pierre. Laboratoire GRESEC. Grenoble
Camille Alloing. La Poste
Gabriel Gallezot. Université de Nice Sophia Antipolis
Alexandre Serres. Université Rennes 2



Richard Peirano. IUT Laval
Fabrice Frossard. Consultant
Christophe Deschamps.
Consultant
Michèle Battisti. ADBS
Frédéric Martinet. Consultant

p.24

OR À l'échelle des organisations

Alain Garnier. Jamespot
Guillaume Guérin. Lecko
Olivier Le Deuff. Université Bordeaux 3
Christophe Deschamps. Consultant



Grégoire Henrotte. SVP
Florence Blas. Gîtes de France
du Nord
Camille Alloing. La Poste
Éric Delcroix. Université Lille 3

p.46

sommaire

01 | Enjeux et dimensions [p.24]

[p.24] Le curateur, cet animal social dans la jungle informationnelle. Véronique Mesguich

[p.29] De la convergence des sphères publiques, professionnelles et privées. Julien Pierre

[p.31] Curation et veille : des pratiques proches avec quelques différences fondamentales. Camille Alloing

[p.33] Les deux faces de la curation scientifique. Gabriel Gallezot

[p.35] « Les outils de curation nous obligent à réinventer des mécanismes de confiance ». Alexandre Serres

[p.36] La curation à l'école, vers une culture de l'information. Richard Peirano

[p.38] Curation, presse et journalistes, les liaisons dangereuses. Fabrice Frossard

[p.40] Une offre foisonnante pour des usages émergents. Christophe Deschamps

[p.44] La curation au risque du droit. Michèle Battisti

[p.45] « La curation d'aujourd'hui n'est pas celle dont je rêve ! ». Frédéric Martinet

02 | À l'échelle des organisations [p.46]

[p.46] La curation au cœur de l'entreprise 2.0. Alain Garnier.

[p.49] Les réseaux sociaux d'entreprise : des environnements propices au développement des usages de curation. Guillaume Guérin

[p.51] Curation, folksonomies et pratiques documentaires : quelle prise de soin face à l'incurie ? Olivier Le Deuff

[p.53] Veilleurs, documentalistes : que faire des curateurs ? Christophe Deschamps

[p.55] « SVP mutualise ses sources web pour le bénéfice de ses clients internes et externes ». Grégoire Henrotte

[p.56] « Avec le réseau social, nous partageons immédiatement l'information ». Florence Blas

[p.57] Détection de signaux faibles : de l'humain pour remplacer les algorithmes ? Camille Alloing

[p.59] « Aujourd'hui, tout le monde peut se prétendre community manager ou curator ! ». Éric Delcroix

Sources et ressources [p.60]

[**introduction**] « Avenir du Web » ou simple perte de temps, le moins que l'on puisse dire est que la curation ne laisse pas indifférent. Les pratiques de partage de contenus de personne à personne constituent en effet un phénomène massif qu'il convient de ne pas négliger en tant que professionnel de l'information.

Les multiples facettes de la curation

Il n'aura échappé à personne que depuis plus d'un an déjà, les termes « curation » et « curateur » sont de plus en plus présents sur le Web. Vous aurez lu au détour de vos navigations que la curation est l'avenir du Web ou, au contraire, qu'elle n'apporte rien et ne fait que générer de la surcharge informationnelle. Vous aurez entendu qu'elle permet à tout un chacun d'effectuer sa veille quotidienne et de la partager ou ... qu'elle fait perdre son temps ! Vous aurez lu aussi qu'elle est en mesure d'alimenter certains processus métier en informations dans les organisations et vous vous serez (légitimement)

demandé s'il ne s'agissait pas de réinventer la roue... C'est à la fois pour lever le voile sur les nouvelles pratiques que recouvrir la curation et pour vous permettre d'en tirer le meilleur parti que ce dossier a été conçu.

Le terme « curation » est issu du latin *curare* et désigne initialement le fait de soigner. Par extension, les Anglo-saxons utilisent le mot *curator* pour désigner celui dont le rôle est de sélectionner les œuvres artistiques qui seront présentées lors d'une exposition ou qui constitueront une collection de musée, d'en prendre soin donc, tout en prenant en compte les publics auxquels ces œuvres seront proposées. Par extension encore, ils ont choisi le terme de *content curator* pour qualifier

l'internaute qui, par envie, passion ou besoin de reconnaissance (et souvent un peu des trois) partage et met en scène ses découvertes numériques sur un service de curation (cf. le comparatif des services présenté p. 40). Comme le souligne Véronique Mesguich dans l'article suivant, la pratique est intéressante en ce que, ainsi auto-investi de sa mission et au regard de son expertise, chaque curateur va « *filtrer [les contenus numériques] les plus pertinents, [...] les organiser, les structurer à travers un dispositif de scénographie* ». L'internaute curieux ou souhaitant rester informé sur un sujet précis identifiera alors les curateurs experts du domaine afin de disposer d'informations qualifiées (cf. Camille Alloing p. 31 ainsi que l'interview d'Alexandre Serres p. 35).

Ces usages assurément simples, et qui sont détaillés dans la première partie du dossier, s'avèrent toutefois étonnamment riches dès lors que l'on cherche à en envisager la portée dans d'autres contextes d'usage (voir les articles de Richard Peirano pour l'éducation (p. 36), de Fabrice Frossard pour le journalisme (p. 38) et de Gabriel Gallezot pour la recherche (p. 33)) ou d'autres dimensions. Comme l'analyse en effet Julien Pierre (p. 29), la curation de contenus agit comme un révélateur de la confusion de plus en plus forte entre les sphères privées et publiques. Au risque de tomber parfois dans les pratiques égotistes que Frédéric Martinet réprovoque dans son point de vue.

La curation se révèle donc être un objet aux multiples facettes. Il faut bien voir en effet que les usages qu'elle recouvre, même s'ils ne sont pas récents, évoluent rapidement du fait d'un effet de seuil rendu possible par le Web : lorsqu'un petit pourcentage d'internautes, mettons des professionnels de l'information, sélectionnent et partagent des contenus sur des services de *social bookmarking* comme Delicious, leurs pratiques ne bouleversent pas fondamentalement les usages mais lorsque des millions de personnes font de même en utilisant cette nouvelle génération d'outils, la créativité individuelle et l'envie de « plier » l'outil à ses propres besoins démultiplient les possibilités. Parallèlement, les mécanismes de *crowdsourcing* propres au web 2.0, tirent de ces pratiques une valeur qui enrichit jour après jour les services qui les mettent en œuvre. Schématiquement, plus ils sont utilisés, plus ils se développent à partir de ce que tous y apportent et optimisent en retour le parcours de chacun. Un effet « boule de neige numérique » en somme.

Les usages sont cependant plus larges encore que ceux déjà évoqués. Il apparaît en effet, comme le démontre Alain Garnier en introduction de la seconde partie de ce dossier, que les organisations

ont un réel intérêt à utiliser la curation dans le cadre d'une stratégie en ligne et à en permettre l'usage à leurs collaborateurs. En effet, nombre de réseaux sociaux d'entreprise permettent nativement la mise en œuvre de pratiques de curation (voir l'article de Guillaume Guérin, p. 49). Chacun peut alors les utiliser pour partager le fruit de sa veille individuelle avec ses collègues. À cet objectif initialement personnel peuvent s'en ajouter d'autres, plus collectifs : alimenter en information une équipe projet, une communauté métier, de pratique ou encore d'innovation. Comme le précise Camille Alloing (p. 31), même si elle se démarque de la veille, la curation n'en reste donc pas moins « *une forme de sélection de l'information à intégrer dans un processus de gestion de l'information* ». Il s'agit donc pour les services de documentation et de veille d'un apport qui doit être pris en compte et c'est évidemment un challenge puisqu'il leur faut intégrer au dispositif traditionnel ces sources d'information supplémentaires (voir l'article p. 53). Mais c'est aussi une véritable opportunité puisque c'est l'occasion de se positionner en pilotes de ces nouvelles



Christophe Deschamps est consultant-formateur en veille et intelligence économique, après avoir été responsable de veille en entreprise. Il est l'animateur du blog *Outils froids*, consacré à la veille et à la gestion des connaissances. Il enseigne depuis 10 ans dans plusieurs formations en intelligence économique et publie régulièrement dans des revues spécialisées du domaine (*Veille Mag*, *Archimag*, la lettre *Recherche & Référencement*). Il a publié en 2009 *Le nouveau management de l'information. La gestion des connaissances au cœur de l'entreprise 2.0* (FYP Éditions), puis en 2011 *Organisez vos données personnelles - L'essentiel du Personal Knowledge Management* (Eyrolles) ainsi que *La boîte à outils de l'intelligence économique* (Dunod).

christophe.de@gmail.com - www.outilsfroids.net

pratiques, en jouant par exemple le rôle de « *maîtres d'armes numériques* » décrit par Olivier Le Deuff (p. 51), qui accompagne les collaborateurs dans l'adoption et la mise en œuvre de ces dispositifs ou, plus intéressant encore, en animant des communautés d'échange d'informations en tant que *community managers* (voir l'interview d'Éric Delcroix p. 59).

Reste que tout n'est pas clair dans ces nouveaux modèles et que le droit d'auteur pourrait bousculer des pratiques encore naissantes. De nombreuses solutions en ligne utilisent les liens postés par des utilisateurs qui ne disposent pas de droits sur les contenus pointés pour amener du trafic vers leur plateforme et en tirer des bénéfices plus ou moins directs (voir les articles de Michele Battisti et de Frédéric Martinet p. 44 et 45).

Quelles que soient les formes qu'elles prendront en fonction des contraintes imposées par le droit, les pratiques de partage de contenus de personne à personne resteront néanmoins constitutives du Web et continueront à monter en puissance, que l'on utilise ou non le terme de curation pour les qualifier. En prendre conscience pour mieux les comprendre et les intégrer reste donc indispensable et c'est bien la vocation de ce dossier que de vous y aider. ●