

Curación de contenidos en el periodismo digital

UPF, Digidoc, 28 enero 2016

Javier Guallar

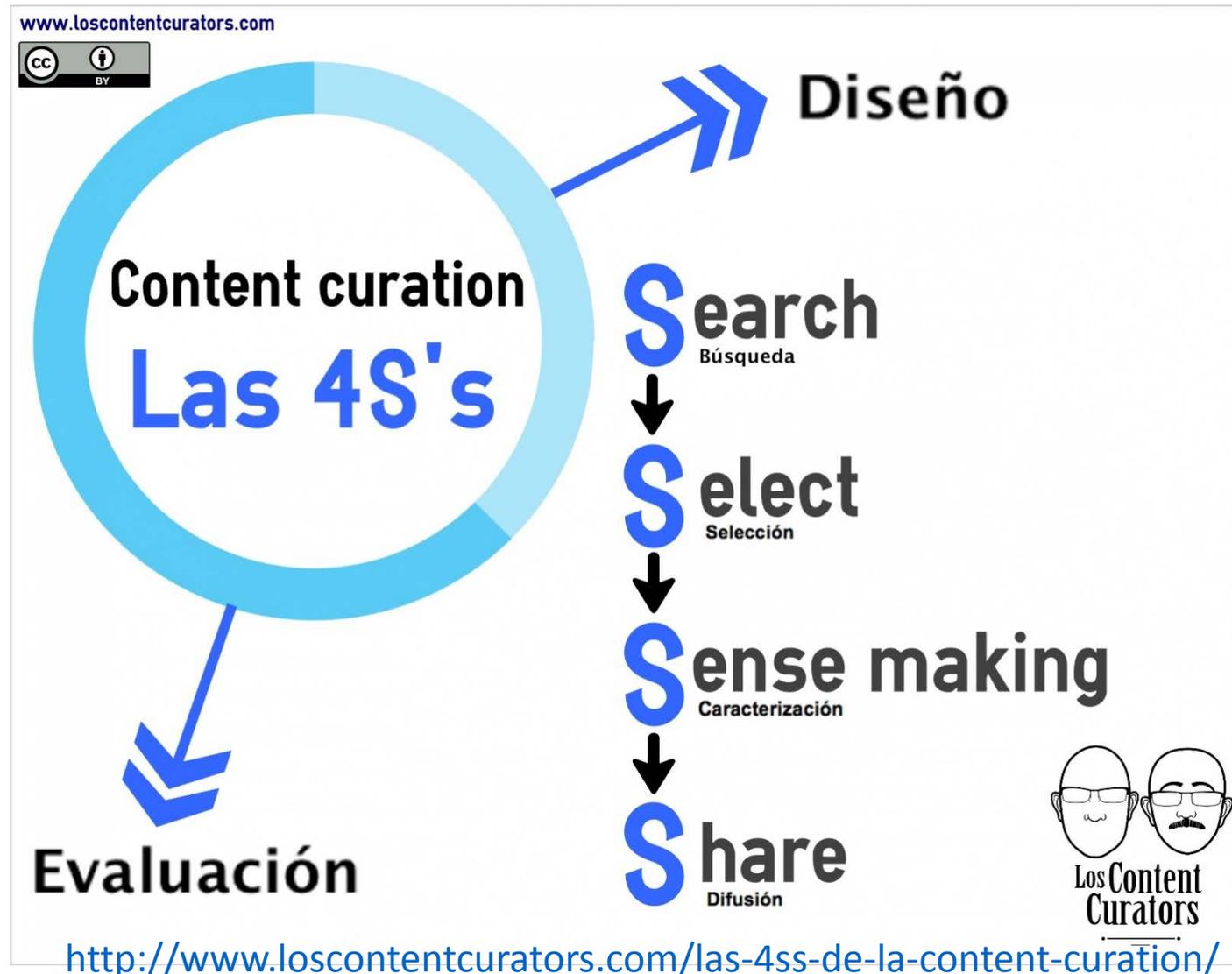
UB, URL, UIC, UOC, EPI, loscontentcurators.com



Qué es curación de contenidos (Guallar & Leiva, 2013)

“Sistema llevado a cabo por un especialista (el content curator) para una organización o a título individual, consistente en la búsqueda, selección, caracterización y difusión continua del contenido más relevante de diversas fuentes de información en la web sobre un tema (o temas) y ámbito (o ámbitos) específicos, para una audiencia determinada, en la web (tendencia mayoritaria) o en otros contextos (p.e., en una organización), ofreciendo un valor añadido y estableciendo con ello una vinculación con la audiencia/usuarios de la misma.”

Métodos de curación de contenidos: Guallar & Leiva, las 4S's



Algunos referentes de content curation

- **Rohit Bhargava** (2009). Origen de los términos content curation content curator, enfoque marketing
- **Dolors Reig** (2010). Introducción del concepto en España como “intermediario crítico del conocimiento”
- **Steven Rosenbaum** (2011). Gran divulgador, bestseller Curation Nation
- **Beth Kanter** (2012). Técnicas de content curation
- **Pawan Deshpande** (2013). Desde el enfoque de marketing, gran referente en técnicas de content curation
- **Javier Guallar y Javier Leiva** (2013). Primer libro en español sobre el tema, divulgadores en loscontentcurators.com, enfoque transversal.
- **Robin Good**. El content curator más popular, especialmente en Scoop.it
- **Maria Popova**. Curadora muy reconocida por su blog Brain Pickings

Ámbitos de acción de la content curation

CURACIÓN DE CONTENIDOS

BIBLIOTECA
Y DOCUMENTACIÓN
ECONOMÍA

MARKETING

PERIODISMO

EDUCACIÓN

MARCA PERSONAL

Algunas referencias de content curation en periodismo

- **Mindy McAdams** (2008). Artículo pionero sobre curation en periodismo
- **Jeff Jarvis**. Estudioso de los nuevos medios y nuevas tendencias en periodismo, en cuyo esquema encaja la CC
- **Paul Bradshaw** (2013). Nuevas tendencias: content curation en periodismo
- **Federico Guerrini** (2013). Estudio sobre Storify en medios digitales
- **Javier Guallar** (2014, 2015). Esquema de las 4S's aplicado al periodismo. Análisis ejemplos de CC en medios digitales
- **Rafael Díaz Arias** (2015). Curaduría periodística, objetivo: reordenar la esfera pública

Relación entre content curation y periodismo

- Identificación genérica
- Identificación específica

Identificación genérica: el periodista (y el documentalista de prensa) como content curator

Los periodistas y documentalistas, ante la nueva figura:

“Es lo que hemos hecho siempre, no hay novedad”

Identificación genérica: el periodista (y el documentalista de prensa) como content curator

- “El periodista publica **información de actualidad para un público determinado**, para lo cual previamente **ha buscado o investigado en fuentes y ha obtenido y contrastado contenido**, siendo por tanto un profesional con **habilidades de creación de contenidos** pero también de **gestión de información** (búsqueda de fuentes y verificación de informaciones).
- Lo dicho es aplicable a otras especialidades profesionales que trabajan en la redacción de un medio, y muy especialmente, al **documentalista de prensa**, cuya especialidad es fundamentalmente la gestión de información periodística (búsqueda y verificación de informaciones, así como archivo y análisis documental o etiquetado), incluyendo también la elaboración de contenidos.
- Como nada de ello es ajeno al concepto básico de curation, se puede considerar que ya existe una **identificación a nivel genérico de periodistas y de documentalistas de prensa como content curators**” (Guallar, 2014)

Identificación genérica: el periodista (y el documentalista de prensa) como content curator

- Al periodista le son cercanas las competencias básicas del content curator (Guallar y Leiva-Aguilera, 2013):
- Las **competencias en gestión de la información** (búsqueda, selección de fuentes) **y comunicación** (redacción, sense making o aportación de valor), **conocimiento de la temática** o ámbito específico a curar (**periodista especializado**), **conocimiento del social media (periodista 2.0)**

Identificación específica del periodismo con la curación de contenidos: ¿Novedades?

Nuevo escenario

Nueva fórmula periodística

Nuevos tipos de productos

Identificación específica del periodismo con la curación de contenidos: Novedades

Nuevo escenario para el periodismo

- nuevas fuentes digitales (crecimiento exponencial contenidos social media)
- disgregación de flujos informativos, de conversaciones (personales, redes sociales, entorno mediático, etc.)
- necesidad de integrar los diferentes flujos, de reordenar la esfera pública (Díaz Arias)

Identificación específica del periodismo con la curación de contenidos: Novedades

Nueva fórmula periodística: Integración creación + curación

“Curación y creación de contenidos emergen como la nueva dualidad de competencias y habilidades que debe dominar el profesional del periodismo (y de la documentación periodística).

Los periodistas han ido desarrollando desde la irrupción de Internet, habilidades de búsqueda y selección de información (las dos primeras S’s). Por su parte, los documentalistas de prensa, expertos ya veteranos en esas fases, han debido desarrollar (o deberían hacerlo) competencias relacionadas con la creación o co-creación de contenidos, habilidades que les son propias a los periodistas, y que podemos identificar con la tercera S de la content curation. Por último, el contexto actual de la web 2.0 y el social media obliga a todos los profesionales de los contenidos a trabajar a fondo la cuarta S: la difusión e interrelación con la audiencia” (Guallar, 2014)

Identificación específica del periodismo con la curación de contenidos: Novedades

Nuevos tipos de productos. Algunos ejemplos:

- Renovación de productos tradicionales de la documentación periodística digital (cronologías, perfiles biográficos, artículos de investigación, etc.)
- Curación de contenidos de las redes sociales: vídeos, hashtags, memes, investigación en redes, narración de eventos...
- Productos que integran (“curan”) las fuentes “clásicas” y las fuentes social media

Identificación específica del periodismo con la curación de contenidos: Novedades

Productos que integran (“curan”) las fuentes “clásicas” y las fuentes social media

Análisis de dos ejemplos:

Ej. 1. Curación periodística de fuentes clásicas de documentación + fuentes social media



Antologia del #PressingCUP: els millors tuits, articles i vídeos crítics amb l'esquerra independentista

Marc Font / Roger Palà diumenge, 22 novembre 2015

Les darreres setmanes s'ha popularitzat a les xarxes socials el hasthag #PressingCUP. Així és com alguns tuitaires defineixen l'actitud d'aquells creadors d'opinió, articulistes i ideòlegs sobiranistes crítics amb la CUP, sobretot arran de la decisió de la formació anticapitalista de no invertir Artur Mas. Sota aquest epígraf, de fet, s'hi han encabint des d'aportacions raonades fins a d'altres de més barroeres o directament humorístiques. De fet, allò que alguns anomenen #pressingCUP és, per a d'altres, un exercici natural i respectable d'expressió i opinió política. Aquest article és una antologia de les aportacions més destacades.

<http://www.elcritic.cat/actualitat/antologia-del-pressingcup-els-millors-tuits-articles-i-videos-critics-amb-esquerra-independentista-6811>

Curación periodística de fuentes clásicas de documentación + fuentes social media

Francesc-Marc Álvaro: “Deixar el procés en mans d’una assemblea de la CUP serà un error”

A través dels seus articles a ‘La Vanguardia’ i la seva presència en tertúlies televisives i radiofòniques, **Francesc-Marc Álvaro** ja fa molts anys que és un dels opinadors de referència de l’univers sobiranista. **Álvaro** ha estat crític amb la idea que l’independentisme creix per l’esquerra. El 12 de novembre, **en un article a**

‘La Vanguardia’, afirmava: “Es diu com un dogma que el sobiranisme només creixerà per l’esquerra sense tenir en compte que el centre moderat es podria perdre si es fan massa bestieses en nom d’una secessió exprés i maldestra. El desconcert augmenta”.

En un altre article, titulat **‘Autogol del sobiranisme’**, afirmava que l’opció sobiranista ha crescut des del 2010 “pel centre social de l’electorat, singularment votants de CiU i, en menor mesura, del PSC”. En el mateix text, criticava la CUP i lamentava el seu creixement: “Som on som perquè, en comptes de reforçar el carrer central del sobiranisme, els votants (inclosos molts no rupturistes) van donar la clau a una opció lateral que, a més, menysprea la majoria social que té com a referent un convers com Mas”. Finalment, el 2 de novembre també mostrava **la seva oposició** al pes que té la formació anticapitalista: “Deixar la investidura i la continuïtat del procés en mans d’una “assemblea oberta” de la CUP —aporti la decisió que porti— serà un error que es pagarà car. Cal fer política abans que te la facin des dels marges”.

Marçal Sintès: la CUP observa el moment actual “com el jubilat que mira les obres”



Foto: JORDI BORRÀS

Curación periodística de fuentes clásicas de documentación + fuentes social media

Pilar Rahola i el “gran miracle” d’Artur Mas

Opinadora de referència de l'entorn del sobiranisme més afí a l'actual president (del qual va escriure la biografia 'La màscara del Rei Artur'), **Pilar Rahola** també s'ha mostrat molt crítica les últimes setmanes amb el posicionament de la CUP. Ho ha fet en articles com “**La llavor**”, publicat a 'La Vanguardia', on compara el moment actual amb les “batalles internes d'ERC amb la FAI” dels anys trenta, o en entrevistes **com aquesta** a 'Vilaweb', on pronosticava que, si la CUP no investia Mas, hi hauria eleccions. Però sobretot ho ha fet a través de la seva tribuna habitual a '8 al dia', amb vídeos com aquest, on parla del “gran miracle de Mas”, havent convertit la “gent d'ordre” a l'independentisme:



A través de Twitter, Rahola també s'ha mostrat molt crítica amb els posicionaments cupaires, demanant al president Mas que no “es rebaixi”.



<http://www.elcritic.cat/actualitat/antologia-del-pressingcup-els-millors-tuits-articles-i-videos-critics-amb-esquerra-independentista-6811>

Ej. 2. Curación periodística de fuentes clásicas de documentación + fuentes social media

EL PAÍS

verne

VISTO EN TWITTER

Por qué crea un debate tan polarizado la foto de Bescansa con su bebé en el Congreso

- Todos los aspectos de la maternidad/paternidad polarizan. Este gesto por la conciliación aún más

f 3.013 t < 34



Pablo Iglesias coge al bebé de la diputada de su partido Carolina Bescansa, en presencia de Iñigo Errejón. EFE/Sergio Barrenechea

LUCÍA GONZÁLEZ / HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ - 13/01/2016 - 12:34 CET

El golpe de efecto que ha buscado Carolina Bescansa con su bebé en el Congreso ha dado resultados: el tema de la conciliación familiar y laboral volvía a estar sobre la mesa, al menos por un rato.

http://verne.elpais.com/verne/2016/01/13/articulo/1452681588_028089.html

Curación periodística de fuentes clásicas de documentación + fuentes social media

verne



2. Porque hablar de conciliación es hablar de datos reales como estos: la baja maternal en España tiene una duración general de 16 semanas, aunque en los casos de parto múltiple se amplía en dos semanas por cada hijo. En el caso de los padres, la prestación de paternidad es de tan solo 13 días. Según la Encuesta de Familia y Género elaborada por el CIS en 2012, más del 74,6% de los españoles cree que esta baja es insuficiente. Dos de cada tres personas considera que la baja debería tener entre 5 y 12 meses y un 10,4% de la población que debería ampliarse de 13 a 24 meses. En países como Suecia el permiso de paternidad es de 480 días (16 meses) a distribuir obligatoriamente entre los padres. Desde 2008, los permisos de maternidad en España han caído en un 20% según el Informe Conciliación de la Vida Laboral y Familiar en España, de diciembre de 2015. En 2014, una de cada tres personas decidió no beneficiarse del permiso de maternidad.

Tipos de Prestaciones para la Conciliación de la Vida Laboral y Familiar. 2015

Concepto	Cuantía	Condiciones
Excedencia por cuidados a menores	Ninguna ^(*)	Periodo máximo de 3 años.
Excedencia por cuidados a familiares	Ninguna ^(*)	Periodo máximo de 2 años.
Permiso de maternidad	16 semanas sin interrupción	Ampliables en dos semanas más en el supuesto de parto múltiple por cada hijo o hija a partir del segundo.
Permiso de paternidad	13 días ininterrumpidos ^(**)	Ampliables en dos días más por cada hijo o hija, a partir del segundo, en los supuestos de nacimiento de hijo o hija, adopción o acogimiento.
Lactancia	Una (1) hora de ausencia del trabajo por lactancia de un hijo o hija	Hasta que éste cumpla nueve meses.
Reducción de jornada	Disminución del salario proporcional a la reducción de jornada	Para cuidado directo algún menor de doce años o una persona con discapacidad física, psíquica o sensorial, que no desempeñe una actividad retribuida.

Curación periodística de fuentes clásicas de documentación + fuentes social media



The image shows a screenshot of a Twitter thread from the account 'verne'. The header is green with the 'verne' logo and social media icons for Facebook and Twitter. The thread consists of three tweets:

- Borja Sémpere** (@bsemper) - 10:44 AM - 13 Jan 2016. Text: "Con todo el respeto, pero cualquiera no puede llevar a su hijo al trabajo. Privilegio o postureo." (193 retweets, 136 likes)
- Diego de Schouwer** (@dexamina) - 10:08 AM - 13 Jan 2016. Text: "Carolina Bescansa ha ido con un bebé al Congreso porque no llamar la atención el primer día hubiese sido demasiado aburrido." (94 retweets, 93 likes)
- cristina casillas** (@CasillasCr) - 10:25 AM - 13 Jan 2016. Text: "opino como madre trabajadora: llevar a tu bebé como @CBescansa al Congreso no es conciliación. Hablemos de horarios o permisos para empezar." (14 retweets, 14 likes)

Implicaciones de la curación para el periodismo. Retos

“Implicaciones para los medios. Deberán situarse en la perspectiva de **valorar y de valorizar los contenidos que no han sido generados (creados) por ellos**. Esta es una de las claves de la **cultura web** actual (ver, recomendar, compartir) y es algo que no siempre ha sido bien entendido por los medios tradicionales

Implicaciones para los periodistas. Los contenidos externos **por sí solos no bastan**. Hay que **darles sentido (sense making) e integrarlos** en la propia narración. Esta es la labor fundamental del **periodista curador de contenidos**. Es él quien valida, jerarquiza y otorga valor a los contenidos al “explicarlos”. **Sin él no hay curación**.

Implicaciones para la documentación y los documentalistas de medios. La documentación periodística, implica ahora **trabajar en todos los contextos temporales (no solo con información retrospectiva, la información clásica de la documentación) y con todo tipo de fuentes de contenidos**.”

(Guallar, 2015)

Implicaciones de la curación para el periodismo. Preguntas de futuro

Explorar las **nuevas funciones para periodistas y documentalistas**

A nivel profesional: **¿nueva especialización o función a incorporar transversalmente?**

Analizar las relaciones entre **creación y curación**

Categorizar los productos periodísticos basados en curación de contenidos

Explorar si estos productos pueden dar lugar a nuevos **géneros periodísticos**

En resumen, **seguir la evolución y las tendencias de la curación de contenidos en el periodismo**

Bibliografía citada

BHARGAVA, Rohit (2009). “Manifiesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future?”. *Rohit Bhargava.com*, 30 septiembre [en línea]. <http://www.rohitbhargava.com/2009/09/manifiesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future-.html>

BRADSHAW, Paul (2013). “Journalism *is* curation: tips on curation tools and techniques”. *Online journalism Blog*. <http://onlinejournalismblog.com/2013/09/30/curation-tools-tips-advice-journalism/>

DESHPANDE, Pawan (2013). “Six content curation templates for content annotation”. *The Curata blog*, 13 agosto <http://www.curata.com/blog/6-content-curation-templates-for-content-annotation/>

DÍAZ ARIAS, Rafael (2015). “Curaduría periodística, una forma de reconstruir el espacio público”. *Estudios del mensaje periodístico*, v. 21 <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/51129>

GOOD, Robin (2010). “Real-Time News Curation - The Complete Guide Part 4: Process, Key Tasks, Workflow”. *MasterNewMedia*, 29 septiembre <http://www.masternewmedia.org/real-time-news-curation-the-complete-guide-part-4-process-key-tasks-workflow/>

GUALLAR, Javier (2014). “Content curation en periodismo (y en documentación periodística)”. *Hipertext*, n. 12 [en línea]. <http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/275781/364534>

GUALLAR, Javier (2015). “Curación de contenidos en los medios digitales”. *I Simposio Internacional XESCOM Gestión de la comunicación*, Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales, Universidad de Vigo, Campus Pontevedra, 28 noviembre <http://eprints.rclis.org/28614/>

Bibliografía citada

GUALLAR, Javier; LEIVA-AGUILERA, Javier (2013). *El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet*. Barcelona: Editorial UOC, colección El profesional de la información, n. 24, 162 p. ISBN 978-84-9064-018-0

GUERRINI, Federico (2013). *Newsroom curators & independent storytellers: content curation as a new form of journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/newsroom-curators-and-independent-storytellers>

KANTER, Beth (2012). "Good Curation VS Bad Curation". *Beth's blog*, 5 junio [en línea].
<http://www.bethkanter.org/good-curation-vs-bad-curation/>

McADAMS, Mindy (2008). "Curation and journalist as curators". *Teaching online journalism*, 3 diciembre
<http://mindymcadams.com/tojou/2008/curation-and-journalists-as-curators/>

POPOVA, Maria. *Brain Pickings*. <https://www.brainpickings.org/>

REIG, Dolors (2010). "Content curator, intermediario del conocimiento: nueva profesión para la web 3.0" *El caparazón*, 9 enero <http://www.dreig.eu/caparazon/2010/01/09/content-curator-web-3/>

ROSENBAUM, Steven (2011). *Curation Nation: how to win in a world where consumers are creators*. McGraw-Hil, 284 p. ISBN 978-0-07-176039-3

¡Gracias!

<http://www.loscontentcurators.com/>

[@jguallar](#)

jguallar@gmail.com