Revisión

Curaduría en contenidos periodísticos:

Actividad profesional con estatus académico **incipiente**

Álvaro Pino
apino@ufrj.br
Mário Messagi
mmessagi@gmail.com

Recibido: 28 de septiembre de 2022 | **Aceptado:** 6 de octubre de 2022
DOI: https://doi.org/10.18272/pd.v6i1.2793
Referencia de este artículo:
Pino, A. y Messagi, M. (2022). Curaduría en contenidos periodísticos: Actividad profesional con estatus académico incipiente. *#PerDebate*, volumen 6 (pp.124-145). Quito: USFQ Press.



Álvaro Pino es licenciado en Comunicaciones Sociales, Universidad Católica de Salta. Locutor nacional ISER-UCASAL. Máster en Tecnologías para la Comunicación, Universidad Nacional de Tucumán y Università degli Studi di Cagliari. Máster en Gestión de la Información, Universidad Federal de Paraná. Doctorando en Psicosociología de Comunidades y Ecología Social en la Universidad Federal de Rio de Janeiro. Grupo de Investigación Diaspotics CNPq / UFRJ.



Mário Messagi es graduado en Comunicación y máster en Letras/Lingüística, Universidad Federal de Paraná. Doctor en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Valle del Rio dos Sinos. Postdoctorado realizado en University of Cape Town, Sudáfrica. Docente de las carreras de Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad y Propaganda; coordinador de la Carrera de Periodismo de la UFPR. Grupo de Investigación Comunicación Electoral CNPq / UFPR.

Resumen
Las transformaciones en el periodismo se han acelerado en las últimas décadas. Ha cambiado la forma de financiar la actividad, las formas de consumir información y las prácticas profesionales. Es en este contexto de hiperinformación y ***fake news*** donde surge la curación de contenidos periodísticos. El trabajo da inicio a la discusión de su inserción como contenido curricular. Por medio del paradigma hermenéutico, también llamado constructivista, se busca conceptualizar la curaduría de contenidos periodísticos con fines de su incorporación como contenido pedagógico en los planes de estudio de las carreras de periodismo. Se describe el origen de la curaduría hasta su llegada al oficio periodístico, se caracteriza la curación de contenidos periodísticos y se fundamenta la necesidad del estatus académico para proporcionar a los estudiantes competencias para la práctica profesional debido al contexto de infoxicación y desinformación vigente.

Palabras clave
curación de contenido, periodismo, desinformación, infoxicación, currículum

Curation of journalistic content: Professional activity with incipient academic status

Abstract
The transformations in Journalism have accelerated in recent decades. It has changed the way of financing the activity, the ways of consuming information and professional practices. It is in this context of hyperinformation and fake news where the curation of journalistic content arises. The work begins the discussion of its insertion as curricular content. Through the hermeneutical paradigm, also called constructivist, it is sought to conceptualize the curation of journalistic content for the purpose of its incorporation as pedagogical content in the study plans of Journalism careers. The origin of curatorship is described until its arrival in the journalistic profession, the curation of journalistic content is characterized and the need for academic status is substantiated to provide students with skills for professional practice due to the current context of infoxication and misinformation.

Keywords
content curation, journalism, disinformation, infoxication, curriculum

Introducción

El desarrollo acelerado de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha supuesto un cambio considerable en el conjunto de competencias profesionales exigidas a los periodistas. En este proceso, la formación académica se ha quedado en prácticas tradicionales y se ha apartado cada vez más de las actividades profesionales cotidianas permeadas por necesidades concretas. Si bien este fenómeno no es nuevo, se repite con cierta asiduidad en las ciencias humanas y sociales, más susceptibles de verse afectadas por innovaciones que alteran las formas de las relaciones sociales. Por el contrario, no ocurren con tanta frecuencia en las ciencias naturales y exactas. El vertiginoso avance de las tecnologías basadas en Internet ha hecho que la ruptura sea incluso más profunda. Entre las muchas acciones y actividades visibles en la práctica profesional, pero aún no visibles o apenas visibles en la formación de los periodistas, se encuentra la curaduría de contendidos de los medios.

Un curador de contenidos es una posible actividad laboral actual para muchos jóvenes profesionales. Blanco (2014, p. 84) define al curador de contenido como "un profesional que asesora sobre la información más relevante de su sector de actividad". Sin embargo, esta rama, especialización o calificación profesional aún no está explícita en los planes de estudio ni recibe un tratamiento pedagógico sistemático. Hay investigaciones donde se analiza y se refleja la curación de contenidos, pero como una actividad que se desarrolla en la sociedad, en el ecosistema comunicativo; no como una demanda pedagógica. La curaduría de contenidos como tema del proceso de enseñanza y aprendizaje tiene poco espacio en las aulas y la reflexión didáctica.

En este artículo se pretende profundizar en el concepto de curaduría y mostrar cómo esta actividad está cada vez más presente en los procesos de selección y circulación de información periodística. El exceso de información no hace prescindible la curación, al contrario, la hace más necesaria. Además, el papel del periodista no es solo seleccionar las noticias más relevantes, sino también ser garante del contenido, garante de su confiabilidad. Desde esta perspectiva, tanto desde el punto de vista ético-profesional como social, la curaduría periodística cobra importancia y trae, consigo, la necesidad de ser incluida de manera más explícita en la formación profesional en las carreras de educación superior en periodismo.

Metodología

La investigación se inscribe en el paradigma científico hermenéutico también llamado constructivista, naturalista e interpretativo por Hernández Sampieri et al. (2010). Este paradigma permite ir construyendo el conocimiento a medida que se investiga, no manipula hipótesis sino que presenta un cuestionamiento

que inicia la investigación. La pregunta problema es ¿cómo se podría conceptualizar la curaduría de contenidos periodísticos con fines de su inserción pedagógica curricular en los planes de estudio de las carreras de periodismo? El objetivo general es profundizar el concepto de curaduría de contenidos desde la práctica periodística. Como objetivos operativos que sirven de guía del trabajo se encuentran: 1) Describir el origen de la curaduría hasta su llegada al oficio periodístico; 2) Caracterizar la curación de contenidos periodísticos entre otras curadurías; 3) Fundamentar la necesidad del estatus académico para la práctica profesional. La técnica seleccionada es el análisis de documentos por conveniencia para responder a la pregunta de investigación y al desarrollo de los objetivos. Desde lo metodológico, no se busca responder a la problemática en su totalidad, sino dar inicio a la discusión de su inserción curricular.

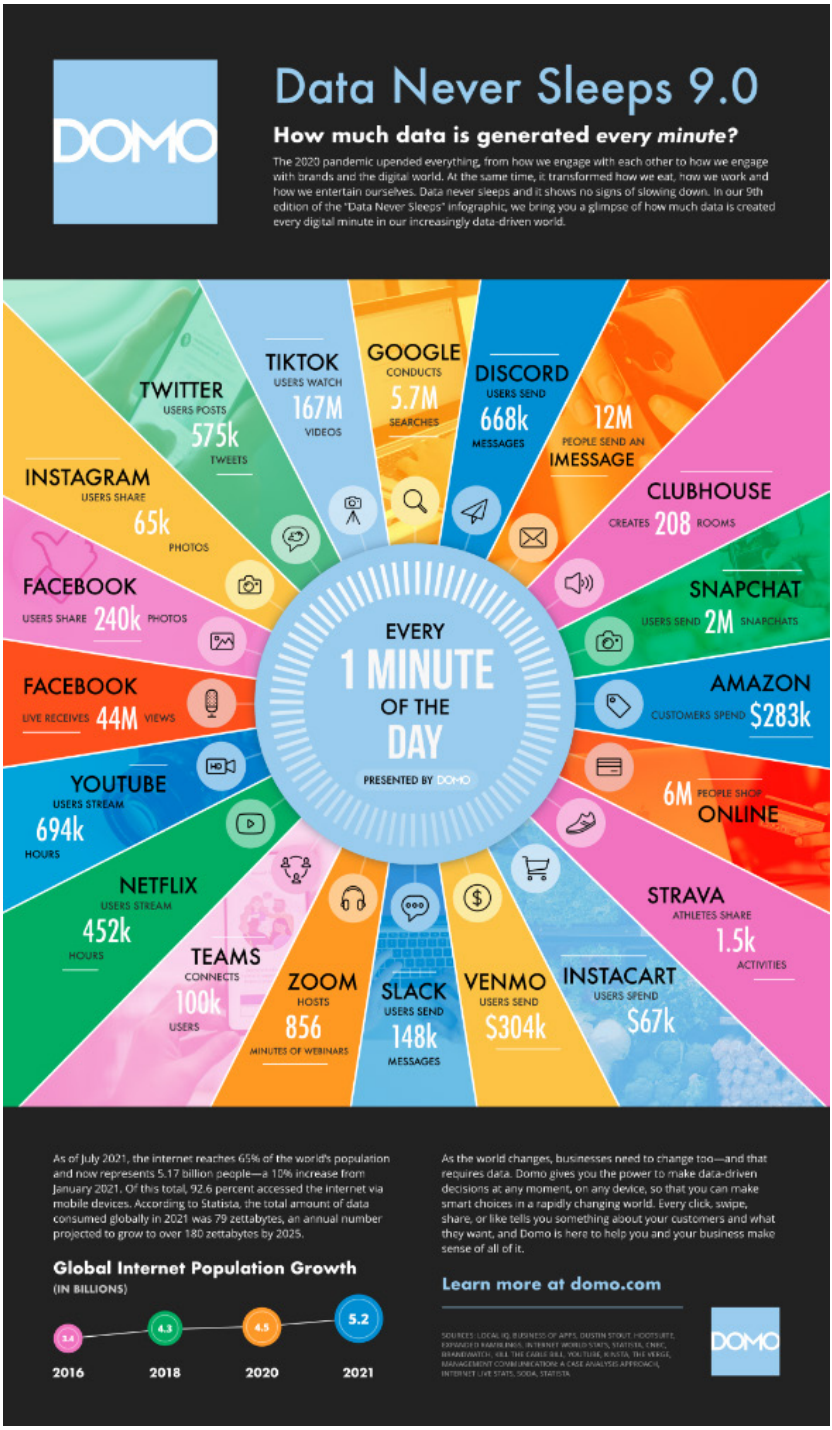
Desarrollo: Desde las artes, al *marketing*, a la comunicación y el periodismo

La palabra "curaduría" proviene de las artes plásticas-visuales, donde se escucha que una persona, un profesional, realizó la curación del trabajo de un artista. Según Marmo y Lamas (2013, p. 11):

> A atividade de curadoria tem origem institucional, tendo surgido no século XIX da necessidade de se pensar um acervo a partir de suas especificidades. A princípio, cabia ao curador estudar, preencher lacunas e pensar formas diferentes de mostrar determinada coleção, o que acabava resultando em exposições de longa duração, montadas depois de um grande período de estudo e pesquisa.
>
> [La actividad curatorial tiene un origen institucional, habiendo surgido en el siglo XIX a partir de la necesidad de pensar una colección desde sus especificidades. En un principio, le correspondía al curador estudiar, llenar vacíos y pensar en diferentes formas de mostrar una determinada colección, lo que terminó dando como resultado exposiciones de larga duración, montadas después de un largo período de estudio e investigación]. (Traducción propia)

Entonces un curador es aquel que organiza y selecciona las obras para una exposición. Su tarea implica acciones que también entrarían en lo que se denomina proceso de producción en el mundo de los medios: preproducción, producción y posproducción.

En el campo de la comunicación, la palabra es un anglicismo derivado del *marketing*. Barghava (2009) expande el concepto de *content curator* en la mercadotecnia aplicándolo a la información de una empresa. La curación de contenido es la actividad de quien debe ubicar, filtrar, modificar, segmentar y distribuir el contenido generado en Internet y que sea relevante para una empresa. El objetivo es



Infográfico 1. Los datos nunca duermen 9.0: ¿Cuántos datos son generados en un minuto? Fuente: Domo (2021)

mantener actualizado al cliente con información destacada. La misma actividad fue acondicionada para el periodismo, adaptada de un hacer en la práctica y no por la sistematización de los conocimientos enseñados en el currículum. Esta metodología se puede sintetizar como un proceso: 1) Definir el tema y objetivos de interés; 2) Búsqueda de información en las redes; 3) Aplicación de técnicas de filtrado, organización y clasificación de datos; 4) Evaluación del contenido obtenido: calificación jerárquica, análisis y razonamiento de la elección según los objetivos; 5) Divulgación a través de los canales pertinentes; 6) Medición de los resultados obtenidos en el público objetivo; 7) Nueva etapa del proceso, a partir de la redefinición de temática y objetivos, para reiniciar todo el circuito. La justificación de la existencia de un curador de contenidos está dada por la vertiginosa creación y circulación de contenidos de todo tipo como lo muestra el Infográfico 1, de Domo (2021), en las plataformas sociales digitales.

Muchos investigadores han identificado el ciclo del proceso curatorial que parte de definir los objetivos de la investigación y colocar los límites del alcance; el filtrado de los contenidos; su organización de acuerdo al contenido individual; la interpretación por medio del contenido y las relaciones con la temática; la organización en conjunto; la necesidad de una narración para ser presentada a los destinatarios de acuerdo con el medio elegido; las nuevas narraciones de los destinatarios a partir de los contenidos curados y el inicio del nuevo ciclo con la repetición del proceso. En palabras de los científicos del Knowledge Media Institute, the Open University, Annika Wolff y Paul Mulholland (2013), el ciclo del proceso curatorial contiene las siguientes etapas:

- Research - choose a learning goal and define the task boundaries.
- Content selection and collection - filtering out the bad resources and highlighting the good.
- Interpretation of individual content - annotate individual content to identify important points.
- Interpretation across content - annotate from a task perspective, finding the important relations linking content and annotations.
- Organization - organising the content and annotations in respect to an underlying coherent story addressing the learning goal.
- Narration - presentation to an audience through a chosen medium.
- Research/recuration - the process through which the audience becomes participants in a narrative construction based on a previously curated output. Includes reflection (the author can recurate to improve understanding).

[
- Investigación: elija un objetivo de aprendizaje y defina los límites de la tarea.
- Selección y recopilación de contenido: filtre los malos recursos y resalte los buenos.

- Interpretación de contenido individual: anote contenido para identificar puntos importantes.
- Interpretación a través del contenido: anote desde la perspectiva de una tarea, encontrando las relaciones importantes que vinculan el contenido y las anotaciones.
- Organización: ordene el contenido y las anotaciones con respecto a una historia coherente subyacente que aborde el objetivo de aprendizaje.
- Narración: presentación a una audiencia a través de un medio elegido.
- Investigación/recuperación: el proceso a través del cual la audiencia se convierte en partícipe de una construcción narrativa basada en una producción previamente curada. Incluye reflexión (el autor puede repetir para mejorar la comprensión)]. (Wolff & Mulholland, 2013, p. 2; traducción propia)

Para Julián Marquina (2013, párr. 8), estas son las funciones del curador de contenidos:

- **Diseñar la estrategia de información:** búsqueda, localización, filtrado, organización, almacenamiento, utilización, creación (o reutilización) y difusión de la información.
- **Localizar, identificar y seguir fuentes de información pertinentes.** Localizar personas, grupos u organizaciones que traten los temas de su interés, además de estar alerta de las últimas tendencias y nuevas fuentes de información.
- **Procesar grandes cantidades de información.**
- **Filtrar o cribar la información** de interés de la que no lo es. Búsqueda, localización y análisis de contenido relevante.
- **Reutilizar o reelaborar contenidos externos** a través de la simplificación de contenidos (extractos de textos) o la optimización de títulos con la finalidad de hacerlos relevantes.
- **Dar sentido y valor al contenido en un contexto.** Esto puede realizarse a través de la realización de introducciones propias, de listas o *rankings*, incorporando enlaces con más información al texto (enriquecer el contenido)
- **Crear contenidos o adecuar información para ser compartidos** tanto interna como externamente en una organización y según la audiencia y los objetivos a la cual se dirija, dotando a esa información de sentido (contextualizar).
- **Vincular contenidos con grupos** o personas que están interesados en ellos. Esta vinculación también puede ser a través de imágenes.
- **Difundir y publicar información relevante y pertinente** en cada determinado momento y a través de los canales que se consideren oportunos.
- **Trabajar el posicionamiento online.**
- **Localizar e investigar nichos de trabajo** y a los usuarios en que hay en ellos.
- **Tener conocimiento de las herramientas** de filtrado y difusión de la información.

- **Monitorización** de conversaciones, temas y publicaciones de los medios sociales.
- **Informar** y hacer que la organización para la cual se trabaja esté siempre a la vanguardia informativa sobre su temática.
- **Analizar la repercusión de la información** compartida y difundida con el objetivo de conocer la utilidad de la misma. (Énfasis en el original)

En las artes, ya se ha destacado la larga existencia de la curaduría. Su importancia es indiscutida.

> Com o passar dos anos cada vez mais a curadoria vai ganhando campo e, nos anos 70, os nomes dos curadores são falados e lembrados tanto quanto os dos artistas. A curadoria passou a ser encarada como uma atividade não apenas de coordenação, como também de mediação entre o artista e o público.
>
> [Con el paso de los años, la curaduría gana cada vez más terreno y, en los años 70, los nombres de los curadores están en las conversaciones y son recordados tanto como los de los artistas. La curaduría pasó a ser vista como una actividad no solo de coordinación, sino también de mediación entre el artista y el público]. (Marmo y Lamas, 2013, pp. 13-14; traducción propia)

Marmo y Lamas discuten el efecto contrario, el de la sobrevaloración de los curadores, a veces considerados más relevantes para el campo artístico que los propios artistas. De acuerdo con Guallard (2015), la actividad se extiende por la biblioteconomía y la documentación, la mercadotecnia, el periodismo, la educación y los estudios de marca personal. También puede tener acciones para varias áreas, pero con un objetivo de curación común. Solo por dar un ejemplo que ilustre: la Universidad de La Sabana (2022) realiza una curación con todas las producciones de sus programas, la intención es "verificar que tengan la calidad suficiente para ser publicados en la plataforma de Unisabana Medios, así como ser ofertados a medios de comunicación nacionales o internacionales", pero también sirve para retroalimentar la actividad académica.

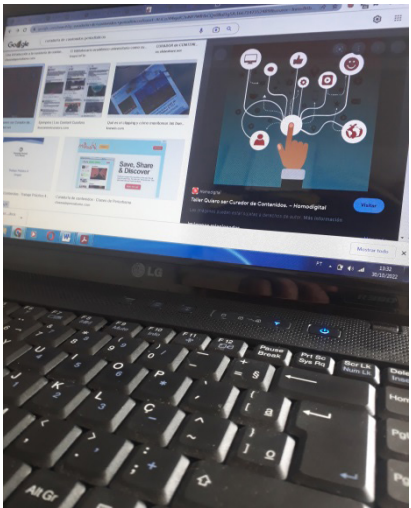


Imagen 1. La computadora, la puerta para la curación de contenidos digitales. Elaboración propia

La curación de contenidos tampoco es un concepto muy innovador en el periodismo. Muchos colegas del área dirán "es lo que hicimos siempre: seleccionar noticias e información" en un nuevo escenario. O reflexionarán "en realidad, es algo que está sucediendo en la práctica" en la vida profesional. Sin embargo, la circulación abundante y constante de contenido informativo no solo por los medios masivos de comunicación, sino por la irrupción creciente de las redes sociales digitales, ha potenciado el flujo de información, de información irrelevante para los intereses personales, de viralización y de réplicas de contenidos y de desinformación, que traen aparejado los fenómenos de infoxicación y de sobrecarga informativa. La infoxicación es la primera razón importante por la que la curaduría debe ser más valorada, ya que generalmente se convierte en un nuevo malestar psicológico, también llamado Síndrome de sobrecarga informativa que causa trastornos de dispersión, explosión, aspersión, implosión, ocultación y polarización en persona, según los estudios de Mena Muñoz (2014). El autor también afirma que la curaduría de contenidos es una actividad profesional necesaria para evitar esta sobrecarga de información, que puede ir desde el malestar hasta la patología. Como se observa, a la relevancia social del trabajo del periodista, ahora se le suma una responsabilidad en el ámbito de la salud pública, cuya problematización excede el presente trabajo pero que se quiere dejar identificada.



Imagen 2. Captura de pantalla de "Infoxicación: la sobredosis digital que estalló junto a la crisis" de Jeria (2019)

A pesar de esto, la actividad dista mucho del estatus del curador en las artes, donde se lo estudia como un objeto académico de la profesión. Como todas las innovaciones, la educación superior tarda mucho en aceptar el estatus como contenido a ser enseñado. No se trata solo de "burocracia académica", sino que la universidad debe tener un apoyo teórico, práctico, filosófico y

epistemológico, y esto lleva un tiempo considerable. Lo primero que debe hacer la universidad es estudiar este fenómeno; y es en esta etapa donde se encuentra. Si la investigación de los hechos, su reflexión y su transposición didáctica llevan mucho tiempo, esto provoca una gran división entre el mundo académico y el mundo profesional. El avance acelerado de las TIC hace que la brecha digital y académica sea enorme. Hugo Pardo Kuklinski (2010) sostiene que la universidad debe enseñar a olvidar e identificar los mejores recursos en línea, para separar el ruido de lo relevante, para evitar la infoxicación.

Dentro de esa caracterización que se pretende realizar de la actividad profesional para ser incorporada como contenido curricular en las universidades, Julián Marquina (2013, párr. 7) asegura que el curador de contenidos es un profesional para la desinfoxicación organizacional:

> El *content curator* debe contar con una serie de habilidades profesionales para poder desempeñar las funciones definidas en su puesto de trabajo.
>
> - **Profesional experto y especializado en la materia.** Siempre a la última de toda la información y novedades que surgen en el sector que trabaja.
> - **Capacidad de análisis, evaluación y valoración.** Capacidad no solo de compartir información sino de añadir valor a lo que comparte. Con gran criterio (**capacidad crítica**) de discernir la información relevante de la que no lo es a través de la tecnología.
> - **Sintético.** Gran capacidad para reunir contenidos relevantes en una sola publicación.
> - **Empático y conocedor de comunidades o su organización**. Capacidad de ponerse en la piel de su comunidad para saber qué es lo que quiere en ese momento.
> - **Seductor y estratega.** Capacidad de seducir a través de los contenidos que comparte a su audiencia en los momentos más oportunos.
> - **Comunicador nato.** Con habilidades comunicativas y de redacción.
> - **Trabajador en equipo.**
> - **Visibilidad y posicionamiento.** Gran capacidad para hacerse notar (visibilidad) dentro de su comunidad y con una buena posición profesional en el sector.
> - **Gestor de tiempos.** Capacidad de adecuación a los tiempos marcados.
> - **Curioso y creativo.** En la forma en que presenta la información para crear un mayor impacto en su comunidad.
> - **Proactivo.** Capacidad de asumir el control de la situación a través de las mejores acciones e iniciativas. (Énfasis en el original)

El curador de contenidos nunca deberá cometer una serie de errores, Marquina enumera los siguientes:

- Confiarse en los sistemas de automatización de publicación de información.
- No aportar valor añadido (o la valoración de la misma) a las publicaciones que da difusión y ofrecer información demasiado general.
- Dar difusión a contenido que no tenga que ver con su tema y generar ruido informacional a su audiencia / comunidad.
- Pensar que cantidad es igual a calidad.
- Basar su estrategia solamente en el uso y localización de *keywords* y dejar a un lado el contenido.
- Copiar contenido de otras personas con la finalidad de ahorrar tiempo y esfuerzos.
- No dedicar el tiempo necesario en realizar las funciones de filtrado y valoración de la información.
- No medir y sondear la comunidad a la cual se dirige con la finalidad de ver la pertinencia de sus publicaciones. (2013, párr. 9)

Este es el primer desafío y la primera misión del curador de contenido, algo muy trivial en el periodismo: seleccionar las informaciones más relevantes. Es desempeñar una función muy antigua en el periodismo. Hace más de un siglo y medio que el periodismo hace la selección y jerarquización de informaciones. Al mismo tiempo, es muy nueva porque el entorno virtual lo cambia todo: canales, intensidad, relación con las fuentes. La curaduría es un nuevo tipo de *gatekeeping*. Para José Manuel Sánchez (2018) no se debe confundir la tarea de un documentalista con la de un curador de contenidos; él realiza las siguientes diferencias en la Tabla 1.

Tabla 1. Tareas del documentalista y del curador de contenidos

	Documentalista	Curador de contenidos
Motivación	Necesidad de información	Crear vinculación *(engagement)*
Filtrado	Relevancia (perfil de búsqueda)	Pertinencia (orientación prescriptiva)
Fuentes	Colecciones, centros de documentación, bibliotecas, repositorios, etc.	Recursos en internet, blogs, foros, redes sociales, etc.
Difusión	Interna: usuarios, investigadores organización	Externa: seguidores, clientes potenciales
Criterio de selección	Metadatos, palabras claves	Contexto *(sense making)*
Evaluación	Relevancia de lo recuperado	Aporte crítico del curador

Fuente: Sánchez (citado en Marquina, 2013, párr. 10)

Sánchez posee una visión generalista del documentalista y el curador de contenidos. Mientras que Guallar y Codina profundizan en roles netamente periodísticos, aunque reconocen que "no ha surgido en los medios la figura del curador periodístico diferenciado del periodista como sí surgió en su día la del documentalista de prensa diferenciado del periodista" (2018, p. 781). La actuación de la documentación periodística y la curación periodística se visualiza en la Tabla 2.

Tabla 2. Ejes principales de actuación de la documentación periodística y la curación periodística

Facetas de análisis	Documentación periodística	Curador de contenidos
Rango temporal de la información	Información retrospectiva y reciente	Información reciente, actual y en tiempo real
Origen de la información	Información propia + ajena	Información ajena
Tipos de fuente	Archivo del propio medio, sitios web oficiales, prensa digital	Medios sociales (Twitter, YouTube, blogs…), prensa digital
Actividades	Búsqueda, selección, tratamiento (análisis documental, preservación)	Búsqueda y monitorización, selección, caracterización o *sense making* y difusión de contenidos
Productos	Cronologías, biografías, efemérides, reportajes de archivo, soporte general a diversos géneros	Narración eventos en tiempo real, artículos con *mashup* de fuentes, reportajes sobre las redes, recomendación en redes sociales, *newsletters,* soporte general a diversos géneros
Profesionales	Documentalistas, periodistas, comunicadores	Curadores, periodistas, comunicadores

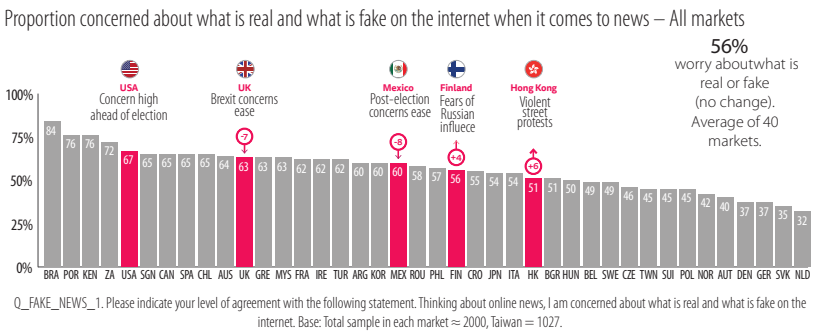
Fuente: Guallar y Codina (2018, p. 784)

De la misma forma, el reportero o cronista no debe confundirse con el curador. Son actividades distintas, que requieren habilidades diferentes y desempeñan roles específicos en la cadena de producción del periodismo. Díaz Arias (2015, p. 77) asegura que "la curaduría periodística es la extensión y adaptación de las funciones de edición a las fuentes no profesionales".

El segundo desafío y misión de la curaduría periodística es construir su espacio en un mundo donde la desinformación y las *fake news* se han convertido

en una gran preocupación mundial. El curador debe ser un sello de calidad, garantía de confiabilidad, credibilidad del contenido curado. No se trata solo de encontrar lo que es importante para el público, sino de garantizar la calidad de la información.

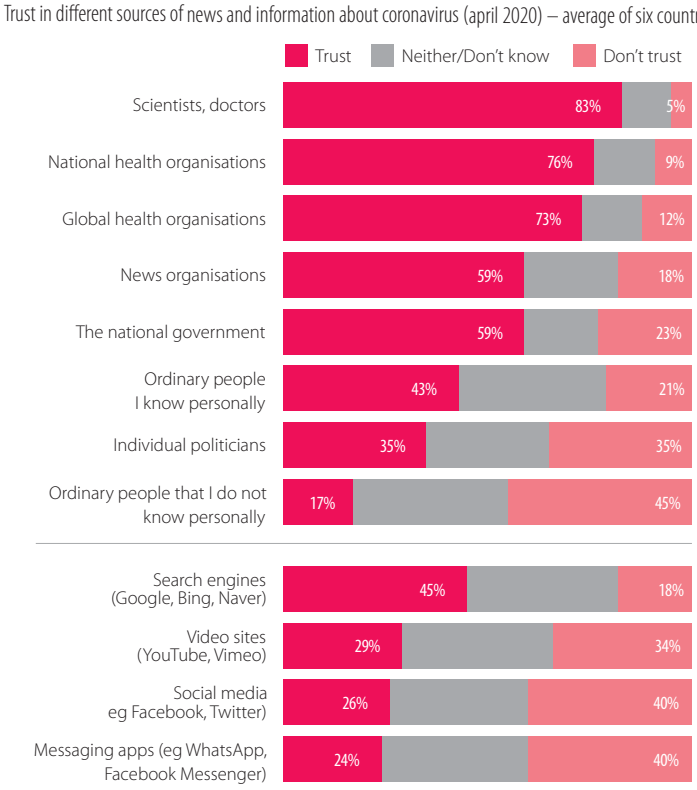
En 2020, las noticias falsas se consideraban un problema global que debe entenderse y abordarse. El Informe de Digital News Report 2020, del Reuters Institute, buscaba medir varios aspectos de la relación del público con las noticias falsas y la desinformación en 40 países de todo el mundo. En promedio, al 56 % de las personas entrevistadas les preocupan las *fake news* como se puede apreciar en el Infográfico 2.



Infográfico 2. Preocupación por lo que es real y lo que es falso en Internet cuando se comenta las noticias en el mercado global. Fuente: Newman et al. (2020, p. 18)

Según el estudio, Brasil es el país donde la gente está más preocupada por las *fake news* (84 %), pero Argentina también está por encima del promedio mundial (56 %) con el 60 %. Contar con información confiable se convierte, cada vez más, en un desafío para la sociedad, una misión fundamental para la preservación del funcionamiento de los sistemas democráticos. El periodismo es parte de este esfuerzo, especialmente en un mundo afectado por hiperinformación de baja calidad o deliberadamente falsa.

En ese entorno, el periodismo conserva parte de su credibilidad, como se muestra el Infográfico 3 del nivel de confianza en diferentes fuentes de noticias e información sobre el coronavirus del año 2020 en un estudio comparativo en seis países en medio de dos pandemias: covid-19 y desinformación.



Q10/11. (Apr. 2020). How trustworthy would you say news and information about coronavirus (COVID-19) from the following is? Please use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Base: Total sample: USA, UK, Germany, Spain, Argentina, South Korea = 8522. Note. Trust = 6–10, Don't trust = 0–4.

Infográfico 3. Nivel de confianza en diferentes fuentes de noticias e información sobre el coronavirus en abril de 2020 (promedio en seis países). Fuente: Newman et al. (2020, p. 12)

El estudio se realizó bajo la pandemia de la covid-19 y buscó medir la credibilidad de los actores que actualmente están disputando la confianza de la población. La ciencia y los médicos aparecen como los más confiables (83 % de confianza), seguidos por las organizaciones nacionales (76 %) y las organizaciones internacionales de salud (73 %). Las organizaciones de noticias están relativamente por debajo, en cuarta posición (59 %), empatadas con los gobiernos nacionales. Las grandes herramientas digitales para difundir *fake news* se encuentran en el polo opuesto. Los motores de búsqueda como Google tienen el 45 % de confianza. Plataformas como YouTube, Facebook, WhatsApp y similares oscilan entre el 24 % y el 29 %.

Al mismo tiempo, la pandemia de 2020 impulsó la necesidad de información confiable, lo que se reflejó en el aumento de personas que pagan por noticias.

Hubo un crecimiento del 4 % en los Estados Unidos de 2019 a 2020, llegando al 20 % de la población que paga por información. Las tasas aumentaron en muchos países, como los Países Bajos (+3 %), Noruega (+8 %). En promedio, nueve países (EE. UU., Reino Unido, Francia, España, Italia, Alemania, Dinamarca, Japón y Finlandia) el crecimiento fue del 3 % en el último año, alcanzando el 13 %. Existe un resurgimiento de los *newsletters*, según los estudios de Guallar et al. (2021a), debido a la necesidad de noticias de fuentes confiables; de ahí la importancia de la curación de contenidos.

Es una señal inequívoca de que el periodismo crece cuando la población siente la necesidad de contar con información confiable y que el financiamiento y la supervivencia de la actividad están relacionados con la credibilidad de los medios informativos. Estas condiciones para el funcionamiento del periodismo imponen, por razones morales y económicas, que la curaduría de contenidos persiga la credibilidad, que sea un atributo de confianza, no solo una selección de contenidos, sino una labor periodística sofisticada, que merece la relevancia que la curaduría tiene en las artes.

En síntesis, se puede decir, siguiendo a Codina et al. (2020), "curar contenidos es el proceso que consiste en seleccionar y compilar información relevante para un tema y un público determinado, con la intención de agregarle valor y proceder a su difusión" (p. 7). Este proceso significa buscar, monitorear, seleccionar, verificar, realzar un tratamiento de la edición antes de su publicación.

La actual cultura de la interacción en la sociedad hiperinformada hasta el grado de infoxicarse con la producción de contenido informativo y la ascensión de las *fake news*, ha dado relevo a esta actividad profesional. Actividad que emerge no del conocimiento académico, sino de la práctica en el campo, por necesidad, por reacción en el posdgitalismo por utilizar un término kuklinskiano. Para Pardo Kuklinski (2016), la universidad está muy lejos de comprender las nuevas áreas profesionales que se abren para el periodista; en el caso de las universidades españolas y latinoamericanas, la inclusión de estas nuevas áreas es muy lenta.

Hasta el 2010 por ejemplo, no existía en la Argentina ninguna carrera de posgrado donde incluya estas nuevas actividades profesionales (Pino Coviello, 2010). Para Galindo Cáceres (2009) el problema es mayor: Argentina tiene un atraso de 30 años en el desarrollo de la comunicación como ciencia[1] a diferencia de otros países como Brasil o México. Galindo ha estudiado la mayoría de los planes de estudios de las carreras de comunicación del mundo occidental,

1 Para el investigador mexicano, esto se debe -entre otras razones- a la dictadura militar, el exilio de muchos profesores. El haber retomado los estudios con la recuperación de la democracia en 1983 significó una reparación de saberes y pensadores perdidos. Significó arrancar nuevamente con los saberes dejado en las décadas de 1960 y 1970.

ha encontrado que las universidades de América Latina estudian los bordes del campo de la comunicación y no su centro. Por ejemplo, los estudios culturales que abordan la comunicación pero en relación con otros campos científicos o de forma transversal.[2] Falta un abordaje de actividades propias, específicas en el ecosistema comunicativo periodístico digital en el currículo prescripto, seguramente los contenidos son abordados en el currículo real que ocurre en el aula. "En el ecosistema digital, el curador es el profesional que busca, selecciona y publica información procedente de fuentes abiertas, y lo hace de forma que sea útil al público al que proporciona sus servicios (Codina et al., 2020, p. 7). No crea contenidos, recopila los existentes y los selecciona en un contexto de hiperinformación e infoxicación.

Esta falta de incorporación a los contenidos a ser enseñados está íntimamente ligada con la crisis general del periodismo que se despliega en seis aspectos: 1) El nuevo modelo de financiamiento de los medios; 2) Mudanzas en las prácticas profesionales; 3) Mudanzas en el consumo informativo; 4) Emergencia de un nuevo ecosistema; 5) Rediseño de la relación con la tecnología; 6) Demandas de nuevas competencias profesionales en la formación. El curador de contenidos se relaciona con todos estos aspectos.

Las perspectivas que se abren hoy al periodismo son amplias y variadas. Ellas apuntan a una disminución de la relevancia del periodismo, así como a una ampliación de su papel, a una profundización de su compromiso con la democracia, a modelos de financiación más autónomos e independientes, más accesibles a los propios profesionales, a un periodismo más colaborativo, de costo más bajo, más preciso y plural. Pero no hay luz al final del túnel porque no hay túnel. El camino no es un sendero; es más incierto, está en construcción en este exacto momento. De cualquier forma, se coincide con el análisis de Anderson et al. (2013, p. 38) de periodismo postindustrial: "en la crisis actual, no hay una solución capaz de preservar el viejo modelo". La crisis del periodismo parece apuntar al final de una etapa: la del periodismo industrial.

> Antigamente, havia uma (indústria jornalística). Era uma indústria que se mantinha em pé por coisas que em geral mantêm um setor em pé: a similitude de métodos entre um grupo relativamente pequeno e uniforme de empresas e a incapacidade de alguém de fora desse grupo de criar um produto competitivo. Essas condições não se cumprem mais. Se quisesse resumir em uma sentença a *última* década no ecossistema jornalístico, a frase poderia ser a seguinte: de uma hora para outra, todo mudo passou a ter muito mais liberdade. Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje

2 Por ello la necesidad de Galindo Cáceres (2008), junto al Grupo Hacia una Comunicología Posible (GUCOM), de querer organizar la comunicología como ciencia.

> de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. Nos *últimos* 15 anos houve uma explosão de técnicas e ferramentas. E, mais ainda, de premissas e expectativas. Tudo isso lançou por terra a velha ordem.
>
> [Antiguamente solía haber una (industria periodística). Era una industria que se mantenía unida por cosas que normalmente mantienen unida a una industria: la similitud de los métodos entre un grupo relativamente pequeño y uniforme de empresas y la incapacidad de alguien fuera de ese grupo para crear un producto competitivo. Estas condiciones ya no se cumplen. Si quisiera resumir la *última* década en el ecosistema periodístico en una frase, la frase podría ser la siguiente: de un momento a otro, todo el mundo empezó a tener mucha más libertad. Los productores de noticias, los anunciantes, los nuevos actores y, sobre todo, el grupo antes conocido como la audiencia disfrutan hoy de una libertad sin precedentes para comunicarse, ya sea en forma estrecha o amplia, sin las viejas limitaciones de los modelos de transmisión y la prensa escrita. En los *últimos* 15 años ha habido una explosión de técnicas y herramientas. Y, más aún, de suposiciones y expectativas. Todo esto ha derribado el viejo orden]. (Anderson et al., 2013, p. 32; traducción propia).

Si la crisis es inevitable, la resistencia al cambio, de empresas y profesionales, y el apego al modelo antiguo, al papel, al diario sin segmentación, a la TV abierta y su modelo de recepción, en tiempo real, la tornan más peligrosa.

A pesar de los riesgos, el fin del periodismo no parece estar en un horizonte posible y ni siquiera la demanda de información está disminuyendo. Históricamente, por el contrario, la demanda crece. Desde la introducción de la prensa controvertida o amarillista hasta su conversión en los principales periódicos, el surgimiento y consolidación de la radio y la televisión y el auge del cine, el proceso ha sido de ampliar la oferta y el consumo de información. Se puede estar ante un cambio en la naturaleza de la información demandada, de tal manera que el periodismo se vuelva innecesario, reemplazado por otra forma de circulación de la información. Pero no hay nada en el horizonte que parezca poder sustituir la función social del periodismo; por tanto, no se parte de esta hipótesis.

Al contrario, el periodismo parece capaz de sobrevivir, pero debe apostar por la distinción, no por la igualdad. Debe apostar por ofrecer algo que tenga valor para la sociedad, no algo que ella ya tenga. No exceso de información, sino información necesaria. No es información sospechosa, sino información confiable. Y ahí radica el tipo de curaduría periodística que la sociedad demanda y que las universidades deben enseñar. Como afirman Guallar y Codina (2018), "sin curación de contenidos no es posible hacer un buen periodismo al servicio de la sociedad".

Messagi Júnior (2019) advierte que de no ocuparse las universidades en estudiar y enseñar estas nuevas actividades, no solo se corre el riesgo de no otorgar competencias válidas para el ejercicio profesional; sino que se corre un riesgo mayor, el de ya no ser el periodista un actor social en la vida democrática y dar lugar a las democracias radicalizadas.

En muchos lugares la formación en las tareas del curador de contenidos todavía es una iniciativa de cursos de capacitación. La finalidad es que "los profesionales logren seleccionar, filtrar y jerarquizar información" afirma Cuntin (2022) en su planificación del curso para la Asociación de Bibliotecarios Graduados de la República Argentina. La asociación dirige sus cursos sabiendo el vacío de formación, busca que los bibliotecólogos adquieran conocimientos sobre las relaciones existentes entre curaduría de arte y curaduría de contenidos: que los periodistas redefinan su perfil profesional a partir de la curaduría de contenidos y su vinculación con el periodismo y los archiveros, entre la curaduría de contenidos y la clasificación archivística; que los museólogos y curadores de arte redefinan la curaduría en su conjunción con el desarrollo tecnológico y con la interactividad (2022). También comienzan a aparecer estudios específicos para la formación universitaria. Guallar et. al (2021b) presentan un método o sistema para el análisis y la evaluación de la curación de contenidos en medios de comunicación digitales. Es una propuesta para el estudio académico y no solo profesional.

Conclusión

Mediante este artículo se ha identificado y conceptualizado la curaduría de contenidos desde la práctica periodística. Ella posee características propias que la diferencia de la realizada en otras disciplinas. A nivel interno, se ha diferenciado la documentación periodística de la curación periodística. El actual contexto de hiperinformación, infoxicación y desinformación en un ecosistema comunicativo digital dinámico, hace necesario que la curaduría de contenidos periodísticos sea un espacio curricular con características propias en los planes de estudio. La universidad debe dar a sus estudiantes una formación que les otorgue una competencia real en el mundo laboral periodístico. No se desconoce que la temática pueda pertenecer al currículo oculto donde los profesores por propia iniciativa la han incorporado como contenido, pero no se encuentra en el currículo prescripto.

Por otro lado, hay que considerar que las herramientas brindadas desde la informática, nuevos lenguajes, el análisis de contenido, la producción y el análisis del discurso, los datos estadísticos, la circulación de contenidos y discursos en general forman parte del quehacer periodístico. Cada una de estas herramientas o técnicas poseen implicancias psicológicas, filosóficas,

antropológicas, políticas y sociales. Ellas están presentes en la curaduría que tiene característica pluridisciplinar, pero que se ha buscado caracterizarla desde la profesión específica.

Si las carreras de comunicación o de periodismo se demoran en realizar su inserción curricular, se corre el riesgo de que esta actividad sea apropiada por otras áreas de formación como las de las ciencias informáticas o del *marketing*. En todo caso, se deben tender diálogos entre la comunicación y la ciencias de la información para que los conocimientos de gestión de medios digitales y curaduría de contenidos se expanda del ámbito de las bibliotecas hacia otras áreas del conocimiento, y que el periodismo se nutra de ella y no solo de los estudios de mercado profundizando sus propias concepciones en el conocimiento para luego ser enseñado. Es un campo de acción multidisciplinar donde también pueden converger, además de los ya señalados, profesionales de las letras, de las artes, de la administración, pero quienes forman periodistas deben incluir en la universidad las actividades que emergen como contenido sistematizado y reflexionado con mayor agilidad. No se trata solo de ganar espacio en el mercado laboral, sino también de discutir qué tipo de curaduría se ofrecerá a la sociedad. El periodismo puede mantener esta actividad en su función social, en el equilibrio entre la función económica y la ética. El periodismo puede comprometerse a curar contenido no solo para ganar *clics*, sino también para salvaguardar un derecho social fundamental en las democracias: el acceso a información relevante y confiable.

Como alcance y límite de este trabajo, no se buscó responder a la problemática en su totalidad, sino dar inicio a la discusión de su inserción curricular en las carreras de periodismo.

Financiamiento

La investigación forma parte de la beca de estudios de la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) fundação do Ministério da Educação (MEC) do Brasil.

Referencias

Anderson, C. W., Bell, E. y Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo da ESPM*, *2*(5). **https://bit.ly/3UzsWyJ**

Barghava, R. (2009, september 30). *Manifesto for the content curator: The next big social Media Job of the Future?* **https://bit.ly/3U9altx**

Blanco, L. E. (2014). Curaduría de contenidos: El exceso de información es un mal curable. *Debates IESA*, *19*(2), 84. **https://bit.ly/3DKbUH8**

Codina, L., Guallar, J. y Lopezosa, C. (2020). *Curación de contenidos para periodistas: conceptos, esquema de trabajo y fuentes abiertas*. Grupo DigiDoc/ Departamento de Comunicación (UPF). **https://bit.ly/3hb9iul**

Cuntin, S. (2022). *Curando contenidos: curso de curador de contenidos y de gestión* [Programa del curso]. Asociación de Bibliotecarios Graduados de la República Argentina (ABGRA). **https://bit.ly/3NGgHhh**

Díaz Arias, R. (2015). Curaduría periodística, una forma de reconstruir el espacio público. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *21*, 61-80. **https://bit.ly/3fEyfOl**

Domo. (2021). *Data Never Sleeps 9.0.* [Infographic]. **https://bit.ly/3Uu5jaz**

Galindo Cáceres, J. (2009, 22 al 24 de octubre). El Campo de la Comunicación y la Comunicología posible [conferencia magistral]. *XI Congreso REDCOM Cultura de masas y nuevos procesos de comunicación*, Universidad Católica de Salta, Salta, Argentina.

Galindo Cáceres, J. (Coord.). (2008). *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*. McGraw-Hill/Interamericana de España.

Guallar, J. (2015, 28 de noviembre). Curación de contenidos en los medios digitales. [conferencia *paper*]. *I Simposio Internacional XESCOM Gestión de la comunicación*, Universidad de Vigo, Campus Pontevedra, España. **http://eprints.rclis.org/28614/**

Guallar, J. Codina, L. (2018). Journalistic content curation and news librarianship: Differential characteristics and necessary convergence. *El profesional de la información*, *27*(4), 778-791. **https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.07**

Guallar, J., Anton, L., Pedraza-Jiménez, R. y Pérez-Montoro, M. (2021a). Curación de noticias en el correo electrónico: Análisis de *newsletters* periodísticas españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, *79*, 47-64. **https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1488**

Guallar, J., Pedraza-Jiménez, R., Pérez-Montoro, M. y Anton, L. (2021b). Curación de contenidos en periodismo: Indicadores y buenas prácticas. *Revista Española de Documentación Científica*, *44*(2), e296. **https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1742**

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación.* 5.ª ed. McGraw-Hill Interamericana.

Jeria, A. (2019, 31 de diciembre) Infoxicación: La sobredosis digital que estalló junto a la crisis. *El Mostrador*. **https://bit.ly/3U9gPbv**

Marmo, A. y Lamas, N. (2013). O curador e a curadoria. *Revista Científica Ciência em Curso*, *2*(1), 11-19.

Marquina, J. (2013, 30 de octubre). El content curator o el profesional de la desinfoxicación. *Julián Marquina*. **https://bit.ly/3t3sYD3**

Mena Muñoz, S. (2014). Herramientas contra la infoxicación en los Social Media: los "Content Curators". *Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación*, (24). **https://bit.ly/3U6Wp30**

Messagi Júnior, M. (2019). *Outros junhos virão: protestos organizados em rede e as democracias radicalizadas.* Kotter Editorial.

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S. & Nielsen, R. (2020). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute / University of Oxford. **https://bit.ly/3FQVHTg**

Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía: Un radar para producir en el postdigitalismo.* Universidad de Barcelona.

Pardo Kuklinski, H. (2016, 19 al 21 de mayo). DIGITHON, Hackathon universitario de comunicación digital [conferencia]. *V Jornadas de la Red COBINCO*. Universidad Católica de Salta, Salta, Argentina.

Pino Coviello, A. M. (2010). Cartografía de las carreras de postgrado en el área de la comunicación en la Argentina vigentes en el 2009. In José, E. T. (Coord.) *Conocimiento, pensamiento y lenguaje en la globalización: redes, grados y posgrados.* Cuadernos Universitarios / Facultad de Artes y Ciencias / UCASAL. **https://bit.ly/3E5teYs**

Universidad de La Sabana. (2022, 24 de enero). *Informe de Curaduría #008 del 2021-2 (24 de enero de 2022): Unisabana Medios*. **https://bit.ly/3NCUeln**

Wolff, A. & Mulholland, P. (2013, may 1-3). Curation, curation, curation. In *Narrative and Hypertext* (NHT'13). **https://bit.ly/3NDcz1N**