

Curación de contenidos en Noticias En Vivo. El caso de las jornadas electorales en España de 2023

Jesús Cascón-Katchadourian
Universidad de Zaragoza 

Javier Guallar
Universitat de Barcelona 

Carlos Lopezosa
Universitat de Barcelona 

Juan-José Boté-Vericad
Universitat de Barcelona 

<https://dx.doi.org/10.5209/emp.96202>

Recibido: 26 de mayo de 2024 / Aceptado: 27 de septiembre de 2024

Resumen. Este es el primer estudio que analiza con detalle la curación de contenidos en Noticias En Vivo de la prensa digital. Con la denominación de Noticias En Vivo o En Directo, estos documentos periodísticos suelen realizar un seguimiento exhaustivo y actualizado casi en tiempo real de la actualidad informativa, habitualmente de eventos de relevancia, como en este caso, unas elecciones. Como metodología de investigación se ha seguido el método CAS, *Curation Analysis System*, empleado fundamentalmente hasta el momento en estudios sobre *newsletters* periodísticas, tanto de diarios como de autores independientes. El método CAS se basa en el análisis de diversos elementos de la curación de contenido agrupados en dos dimensiones (contenido y curación) como, entre otros: cantidad de contenidos curados; procedencia del contenido (propio o externo); fuentes de información según morfología (páginas web, redes sociales...) y organización (medios de comunicación, oficiales, ciudadanos...); o técnicas de curación (resumir, comentar, citar...). En cuanto al material, se analizan los documentos En Vivo de ocho diarios españoles: cuatro *legacy media* (*El Mundo*, *El País*, *El Periódico* y *La Vanguardia*) y cuatro nativos digitales (*El Confidencial*, *elDiario.es*, *El Español* y *Okdiario*). Se han considerado dos jornadas electorales de España de 2023: la de las elecciones municipales y autonómicas del 28 de mayo y la de las nacionales del 23 de julio. Los documentos analizados destacan por una gran cantidad de contenidos curados -superior a la habitual-, entre los cuales predominan los de rango temporal actual y en tiempo real. El periódico con mejor comportamiento en este estudio es *El País*.

Palabras clave: Curación de contenidos, curación de noticias, Noticias En Vivo, diarios, elecciones.

Content curation in live news. The case of the 2023 election days in Spain

Abstract. This is the first study that analyzes in detail the curation of content in live news in the digital press. Known as Live News, these journalistic documents usually carry out exhaustive and updated monitoring in almost real-time of the current news, usually of relevant events, as in this case, elections. As a research methodology, we have followed the CAS method, Curation Analysis System, which has been used mainly in studies on journalistic newsletters, both from newspapers and independent authors. The CAS method is based on the analysis of various elements of content curation grouped into two dimensions (content and curation), among others: quantity of curated content; origin of the content (own or external); sources of information according to morphology (web pages, social networks...) and organization (media, official, citizens...); or curation techniques (summarizing, commenting, quoting...). As for the material, the Live News documents of eight Spanish newspapers were analyzed: four legacy media (*El Mundo*, *El País*, *El Periódico* and *La Vanguardia*) and four digital natives (*El Confidencial*, *elDiario.es*, *El Español* and *Okdiario*). Two election days in Spain in 2023 have been analyzed: the municipal and regional elections on May 28 and the national elections on July 23. These documents stand out due to a significant amount of curated content, surpassing the usual volume, with a predominance of current and real-time information. The newspaper that performed best in this study is *El País*.

Keywords: Content curation, news curation, live news, newspapers, elections, digital media.

Cómo citar: Cascón-Katchadourian, J., Guallar, J., Lopezosa, C. y Boté-Vericad, J. J. (2025). Curación de contenidos en Noticias En Vivo. El caso de las jornadas electorales en España de 2023. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(1), 15-26. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.96202>

1. Introducción

Esta investigación se inscribe en la línea de analizar las características y las formas que adquiere la curación del contenido en el periodismo digital y en los medios de comunicación. En concreto, se centra en un tipo de productos periodísticos muy específicos y característicos, como son los denominados En Vivo o En Directo.

Dichos productos periodísticos se caracterizan por realizar un seguimiento informativo a lo largo de un evento y mientras este se produce, por lo que cubren un tiempo que puede ser de varias horas o días de duración. Se han seleccionado para esta investigación los documentos En Vivo de dos eventos informativos considerados informativamente relevantes, como son las dos jornadas electorales que tuvieron lugar en 2023 en España (elecciones municipales y autonómicas del 28 de mayo y elecciones generales del 23 de julio). La selección obedece a la consideración de que la indudable importancia informativa de ambos eventos puede previsiblemente posibilitar o facilitar un uso variado y significativo de las prácticas de curación de contenidos que se pretenden estudiar.

1.1. Antecedentes

El concepto de curación de contenidos (*content curation*), tal como se conoce y se aplica en la actualidad, se suele remontar en su origen a 2009. El *Manifesto for the content curator* de Rohit Bhargava (Bhargava, 2009), en un contexto de sobreabundancia de información en internet, señala la necesidad de una actividad profesional que ponga el énfasis en la selección de contenido digital relevante y en la re-elaboración y contextualización de este contenido para adaptarlo a públicos o audiencias concretos. Thorson y Wells (2015, 2016) describen cómo tienen lugar los diversos flujos y procesos de curación de contenidos digitales en la internet actual. Distinguen también los diferentes agentes que intervienen, desde los ciudadanos particulares a las empresas. Así pues, participan en estas tareas todo tipo de instituciones, y de manera notable, los medios de comunicación.

En el área más concreta del periodismo y los medios de comunicación, el concepto de curación de contenidos se aplica y se adapta desde los inicios de su aparición. A veces se usa con términos relacionados, como curación periodística (*journalistic curation*) o curación de noticias (*news curation*), que han generado ya una amplia bibliografía al respecto (Bradshaw, 2013; Good, 2023 [2010]; Guerrini, 2013). Las investigaciones en este campo han seguido, en líneas generales, dos grandes ámbitos o enfoques: la curación llevada a cabo en y por los propios medios de comunicación (Cui y Liu, 2017; Silva-Rodríguez, 2021; Upmanyu, 2024) y la curación de noticias de medios en las redes sociales (Bruns, 2018; Mayer-höffer et al., 2024).

Centrándonos en el primero de ambos enfoques, la curación en medios, se puede considerar que ya existe *per se* una identificación genérica entre la práctica del periodismo y la *content curation*, dado que los periodistas habitualmente buscan, contrastan y verifican fuentes que luego incorporan a sus informaciones, por lo que todo periodista debe tener

la capacidad de ser curador. La idea de curación en el periodismo digital se aplica especialmente a las piezas periodísticas, las secciones o los medios que publican o que usan de manera destacada contenidos digitales seleccionados de diversas fuentes (Bradshaw, 2013; Díaz Arias, 2015). Además, en la actualidad se enfatiza la importancia que tiene para los medios el uso de la curación de contenidos, en tanto esta contribuye a la fidelización de las audiencias, permite llegar a nuevos públicos mediante productos especializados y «ayuda a restaurar parte de la credibilidad y autoridad que los medios de comunicación han perdido en los últimos años» (Lopezosa et al., 2023b).

Las piezas periodísticas que más se identifican en la actualidad con la práctica de la curación de contenidos en el periodismo son probablemente las *newsletters* o los boletines que se envían por correo electrónico, que han vivido una importante expansión en los últimos años y forman parte de la oferta informativa de prácticamente todos los periódicos (Newman, 2020). En relación con este auge, la investigación en años recientes sobre *newsletters* periodísticas es abundante (Andringa, 2022; Guallar et al., 2021a, 2022; Rojas-Torrijos y González-Alba, 2018; Seely y Spillman, 2021). De ahí que este trabajo se proponga explorar las características de la curación en las Noticias En Vivo de los diarios, piezas periodísticas sobre las que, por el contrario, no existe investigación desde esta perspectiva.

Este tipo de noticias son un producto periodístico que permite a los espectadores obtener la información más actualizada sobre eventos y situaciones en tiempo real (Martínez-Costa et al., 2018). Pueden abarcar una amplia variedad de temas, desde informaciones de última hora sobre eventos importantes como desastres naturales o crisis políticas, hasta la cobertura en vivo de eventos deportivos, elecciones presidenciales, conferencias de prensa... (Gómez-Rodríguez y Bajaña-Villalva, 2024). En los géneros periodísticos digitales se encuadran dentro de los géneros informativos junto a las noticias y el periodismo de datos (Calvo et al., 2024). Cabe mencionar que no existe una única denominación de este tipo de piezas periodísticas. Junto a las más frecuentes de En Vivo y En Directo, otros términos empleados son Minuto a Minuto, Directos o, incorporando el término blogs, como en inglés *Live Blogs*, blogs en Vivo (Thorsen y Jackson, 2018).

Las Noticias En Vivo empiezan a publicarse con asiduidad en los periódicos digitales tal y como las conocemos en la actualidad en los inicios de la segunda década de este siglo. Se suele datar su origen en las informaciones sobre un aterrizaje de emergencia de un avión sobre el río Hudson (EE. UU.) en 2009, si bien su precedente se puede situar unos pocos años antes, con las actualizaciones de las informaciones de las portadas de los diarios en la cobertura de los atentados del 11-S de 2001 en EE. UU. (Bruns y Highfield, 2012).

En España, la bibliografía destaca la generalización de las Noticias En Vivo en las portadas de los principales medios digitales hacia el año 2010, en lo que se consideró en ese momento una influencia de la información en directo de los *timelines* de las principales redes sociales y de Twitter en particular (Guallar, 2011). Asimismo, se ha identificado un uso

en sus inicios muy vinculado a la retransmisión de eventos deportivos como los partidos de la liga española de fútbol, desde donde pasó a otras temáticas (Calvo *et al.*, 2024). Así, las redacciones de los medios, presionadas por la aparición del periodismo ciudadano y de las noticias en plataformas sociales, especialmente Twitter, empezaron a presentar unas propuestas informativas de contenidos en una línea similar (Hu *et al.*, 2012). Por su parte, Usher (2018), al analizar la inmediatez y la continua actualización de los contenidos de las *breaking news* en general, ha apuntado que se han impulsado especialmente para hacer frente a la competencia informativa de los directos de las televisiones.

Así pues, ya sea debido en mayor o menor medida a la competencia de los directos o las actualizaciones constantes de noticias en las redes sociales y en las televisiones, el caso es que las Noticias En Vivo están plenamente incorporadas también en la prensa digital, en la que es habitual ver seguimientos En Vivo de los grandes eventos noticiosos.

2. Objetivos

El objetivo principal de este estudio es analizar las características de la curación de contenidos en las Noticias En Vivo de la prensa digital. En relación con este objetivo, se plantean cuatro preguntas de investigación:

PI1: ¿Qué características tiene la curación de contenido en las Noticias En Vivo en la prensa digital de un gran evento como una jornada electoral?

PI2: ¿Qué ranking de diarios se puede establecer en la muestra estudiada en relación con la calidad de la curación de sus Noticias En Vivo?

PI3: ¿Qué similitudes y diferencias existen entre la curación en las Noticias en Vivo y la curación en otros productos periodísticos como newsletters?

PI4: ¿Qué similitudes y diferencias existen en la curación de contenidos de Noticias En Vivo entre los diarios *pure digital* y los *legacy*?

3. Metodología

La unidad de análisis en este estudio es cada Noticia En Vivo. Como material de análisis, se han seleccionado ocho periódicos digitales españoles entre los de más audiencia y se ha buscado que exista igualdad en la muestra a estudiar entre los *legacy media* y los *pure digital*. Así, los medios analizados son cuatro *legacy* (*El País*, *El Periódico* y *El Mundo* y *La Vanguardia*) y cuatro nativos digitales (*El Confidencial*, *elDiario.es*, *El Español* y *Okdiario*).

Como se ha avanzado antes, las Noticias En Vivo seleccionadas son de dos jornadas electorales en España: las elecciones municipales y autonómicas del 28 de mayo de 2023 y las elecciones generales del 23 de julio de 2023. Los datos se tomaron en directo en los sitios web de los medios durante las dos jornadas electorales y en los días siguientes, y se procesaron posteriormente, siguiendo el método CAS, como se detalla a continuación. Para estudiar los contenidos curados, se ha accedido a la Noticia En Vivo y se han ido buscando en la misma los enlaces, ya sea en el texto, en una imagen o en

forma de contenido incrustado (Figura 1) en contenidos que sean independientes al documento En Vivo (Figura 2).

Figura 1. Fragmento de una Noticia En Vivo de *El Confidencial* con dos contenidos curados.

● 22:13
Resultados elecciones generales | España | Ortuzar (PNV) ha llamado a Feijóo para trasladarle su "negativa a iniciar conversaciones"
Desde el PNV han comunicado que "Andoni Ortuzar ha telefoneado esta noche al presidente del Partido Popular, Alberto Núñez Feijóo, quien había tratado de contactarle previamente a lo largo del día de hoy".

En esta llamada cuenta desde la formación que Ortuzar "ha trasladado a Núñez Feijóo la negativa de EAJ-PNV a iniciar conversaciones de cara a facilitar su investidura como presidente del Gobierno español, decisión acordada en la reunión que el EBB ha mantenido este mediodía".



Fuente: *El Confidencial* (https://www.elconfidencial.com/espana/2023-07-24/resultados-elecciones-generales-espana-directo_3706288/).

El método de investigación empleado sigue una orientación descriptiva y evaluativa basada en un estudio de caso múltiple y técnicas de análisis experto (Morales-Vargas *et al.*, 2020), y, en concreto, el método CAS (Curation Analysis System). Dicho método, que se expuso con detalle en Guallar *et al.*, (2021b), recoge a su vez diversas aportaciones previas sobre curación de contenidos, como las de Deshpande (2013) y Cui y Liu (2017). Este método ha sido empleado en otras investigaciones sobre análisis de la curación periodística (Cascón-Katchadourian *et al.*, 2022; Guallar *et al.*, 2021a; Guallar *et al.*, 2022; Lopezosa *et al.*, 2023a), que se discutirán en el apartado final.

El método CAS se basa en un sistema de análisis de la curación de contenidos; organizado en una serie de parámetros e indicadores agrupados bajo dos grandes dimensiones: Contenido y Curación. La Tabla 1 muestra, para cada dimensión, la relación de parámetros e indicadores de análisis. Los detalles concretos sobre cada parámetro e indicador se irán proporcionando en la sección de Resultados.

Figura 2. Ejemplo de curación en Noticia En Vivo de *El Periódico*.

Perfiles de los candidatos

Pedro Sánchez y Alberto Nuñez Feijóo son los dos principales candidatos a presidir el Gobierno de España. El líder del PSOE, acostumbrado a salir airoso de diferentes envites, se enfrenta en las elecciones del 23-J a un examen a su balance en el Gobierno, mientras que el candidato del PP, se enfrenta el 23-J a su gran examen, casi cinco años después de la decisión que pareció alejarlo definitivamente de la política nacional. Estos son sus perfiles [Pedro Sánchez, el desafío del resistente o Nuñez Feijóo, la hora del líder paciente](#). También los de quienes podrían ser la pieza del puzzle que les haga gobernar [la candidata de Sumar, Yolanda Díaz, y el líder de Vox, Santiago Abascal](#).

Yolanda Díaz: de niña del PCE a líder de la nueva izquierda

Las batallas por los derechos de los trabajadores y la tradición obrera de Ferrol determinan la historia de la que el 23 de julio será candidata a la Presidencia del Gobierno por Sumar



5 de los 5 minutos
Daniel Domínguez
Por qué confiar en El Periódico
Santiago 23 de julio del 2023. 09:45
[Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [YouTube](#)

A los cuatro años, a Yolanda Díaz (Fene, 1971) le agarraba el dedo Santiago Carrillo, legendario líder del Partido Comunista, una anécdota que revela la educación sentimental de **una niña marcada por el activismo de su padre**. Suso Díaz, sindicalista de Comisiones Obreras encarcelado durante el franquismo. Las batallas por los **derechos de los trabajadores y la tradición obrera de Ferrol** determinan la historia de la que el 23 de julio será

Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.elperiodico.com/es/elecciones/generales/20230723/elecciones-generales-2023-espana-encuestas-sanchez-feijoo-diaz-abascal-ultima-hora-directo-90155826>.

Tabla 1. Dimensiones, parámetros e indicadores de análisis según el método CAS.

Dimensión	Parámetro	Indicador
A. Contenido	A1. Número de contenidos	Cantidad
	A2. Rango temporal	Información atemporal
		Información retrospectiva
		Información reciente
		Información actual
	A3. Procedencia	Información en tiempo real
		Contenido propio
	A4. Fuente según tipo de organización	Contenido externo
		Fuentes oficiales
		Fuentes corporativas
		Medios de comunicación
	A5. Fuente según morfología	Ciudadanos
		Sitios web
		Blogs
		Redes sociales
		Fuentes secundarias
B. Curación	B1. Autoría	Autoría
	B2. Técnica de sense making	Resumir
		Comentar
		Citar
		Storyboarding
	B3. Función del enlace	Sin modificar
		Describir (Sourcing curation)
		Contextualizar (Contextualizing curation)
		Interpretar (Interpreting curation)
		Citar fuente
		Citar al autor
		Llamar a la acción

Fuente: elaboración propia, adaptado de Guallar et al. (2021b).

En este método se sigue un sistema de puntuación de indicadores binario (0-1) que evalúa la ausencia (0) o la presencia (1) de un indicador. Siguiendo la propuesta original del método CAS, en esta investigación se le ha otorgado el mismo peso a cada indicador (1 punto), sin ponderar unos indicadores por encima de otros; por ejemplo, en el caso de los rangos temporales, tendrá el mismo valor un contenido curado retrospectivo que uno actual. Por otra parte, en CAS se propone una excepción a la puntuación binaria en el parámetro de Cantidad de contenidos, en el que la puntuación es múltiple (0-3), según la escala: mal (0); regular (1); bien (2); muy bien (3).

Cabe precisar que el sistema de puntuación sigue el criterio de considerar que «la existencia de una mayor variedad de uso de cada uno de los elementos que conforman una curación, desde los tipos de fuentes a los tipos de técnicas de *sense making*, repercutirá en una mayor calidad de la curación y, por extensión, en una mayor calidad del periodismo que se ofrece a la ciudadanía» (Guallar *et al.*, 2021b).

Se debe matizar, asimismo, que en nuestro análisis pueden resultar puntuaciones con decimales en los medios debido a que para cada medio se analizan dos documentos En Vivo, los correspondientes a las dos jornadas electorales. Un ejemplo: si un medio obtiene una puntuación de 2,5 en un indicador determinado, esto podría deberse a que, al analizar los dos documentos de ese medio, un día ha obtenido una puntuación de 2 y en el otro, una puntuación de 3. La base de datos resultante con la que ha trabajado esta investigación se puede consultar en <https://dataverse.csuc.cat/privateurl.xhtml?token=b8e9beb9-0210-454c-8b3f-7e9cc0122928>.

4. Resultados

4.1. Análisis de la dimensión Contenido

4.1.1. Cantidad de contenidos curados

Las Noticias En Vivo analizadas que publican más contenidos curados tienen 60 contenidos o más, por lo que la valoración de este indicador se ha realizado siguiendo un sistema de puntuación específico para este estudio: 1-30 contenidos curados: un punto; 31-60 contenidos: 2 puntos; 60 o más: 3 puntos. El promedio total de número de contenidos curados es de 2,25 puntos, entre 30 y 60 por Noticia En Vivo. El análisis cuantitativo nos muestra que las 16 Noticias En Vivo analizadas contienen un total de 1114 contenidos curados, con un promedio de 69,6 contenidos por noticia.

Los diarios analizados que curan más cantidad de contenidos son *elDiario.es* y *El País*, alcanzando ambos los 3 puntos, si bien *elDiario.es* destaca especialmente al curar 396 contenidos en total, 218 en las municipales y autonómicas y 178 en las generales, mientras que *El País* cura 170 contenidos, 75 y 95 respectivamente, menos de la mitad. Les siguen otros dos medios, *El Confidencial* y *El Periódico* con 2,5 puntos y 150 contenidos curados el primero (43 en las elecciones municipales y autonómicas y 107 en las generales) y 117 el segundo (83 y 34). A continuación, se sitúan con 2 puntos *El Mundo* (93 contenidos curados: 50 y 43), *La Vanguardia* (62: 36 y 26) y por último con 1,5 puntos *Okdiario* (54: 31 y 23).

Como se puede apreciar, algunos medios curan muchos más contenidos en una jornada electoral

que en otra y en otros casos la proporción está más equilibrada. En líneas generales, salvo *El País* y *El Confidencial*, los diarios curan más contenidos en la jornada electoral de las municipales y autonómicas que en la de las generales.

4.1.2. Rango temporal

Se distinguen cinco posibilidades de rango temporal; por tanto, se prevé una puntuación máxima posible de 5:

1. Contenido atemporal, cuando el contenido curado contiene en sí mismo varias fechas de publicación, como las etiquetas que envían al autor del artículo o a un personaje o entidad noticiosos, o los perfiles en redes sociales.
2. Retrospectivo, cuando el contenido curado tiene una antigüedad de más de un mes respecto a la noticia analizada.
3. Reciente, cuando tiene más de un día y menos de un mes.
4. Actual, de las últimas 24 horas.
5. En tiempo real, contenido publicado dentro de la última hora en relación con el momento de publicación de la noticia analizada.

Por diarios, *El País* tiene un excelente comportamiento en este parámetro, pues alcanza la máxima puntuación, ya que todos los rangos temporales están presentes en las Noticias En Vivo de este periódico. Le siguen muy de cerca *El Confidencial* y *El Español* (4,5 puntos), a los que les falta solo en uno de los días el contenido curado retrospectivo. También con buen desempeño y por encima de la media, se sitúan *El Periódico* y *La Vanguardia* con 4 y 3 puntos, respectivamente. Por último, se sitúan *El Mundo* y *Okdiario* con 2 puntos y *elDiario.es* con 1,5. Las Noticias En Vivo de estos tres medios están muy centradas en el contenido curado actual, pero con escasa presencia de los otros rangos temporales.

Por rangos temporales, el más presente en todas las Noticias En Vivo es el contenido actual, es decir, el de noticias que han sido publicadas en el mismo día (1 punto sobre 1), seguido por el contenido en tiempo real (0,75), lo cual es comprensible teniendo en cuenta que este último rango temporal debe estar presente en un documento que se autodenomina «En Vivo». Un poco más alejados pero cercanos entre sí están los contenidos reciente y atemporal, con la misma puntuación (0,56). Queda a cierta distancia el retrospectivo (0,44).

El análisis cuantitativo global del conjunto de diarios subraya y matiza los datos anteriores. Destaca más la presencia del rango temporal actual, con más de la mitad de los contenidos curados por todos los medios (699 de 1114, el 63 %) y con la aportación destacada de *elDiario.es* en la jornada del 28 de mayo. Con un porcentaje similar, se observa la presencia de los contenidos atemporales (16 %) y en tiempo real (13 %), y les siguen en posiciones, ya más minoritarias, los contenidos recientes (6 %) y los retrospectivos (2 %).

4.1.3. Procedencia

Se tiene en cuenta si los contenidos curados han sido elaborados por el propio medio o son externos

al mismo, con una puntuación máxima de 2 puntos por noticia si esta incluye ambos tipos de contenidos. De los ocho diarios analizados, seis obtienen la máxima puntuación de 2 al incluir sus Noticias En Vivo ambos tipos de contenidos, lo cual no es extraño al tratarse de documentos muy extensos con gran cantidad de contenidos curados. Por el contrario, *El Mundo*, con 1,5 puntos, tiene uno de los dos días sin contenido externo, y *El Periódico*, con 1 punto, es un medio que en ningún caso cura contenido de procedencia externa.

Los datos cuantitativos indican que la gran mayoría de los contenidos curados, 1048 de 1114 (el 94 %), son propios, y tan solo 94 (6 %) son externos, lo que indica aún más claramente la importancia del contenido propio en las curaciones de los medios.

4.1.4. Fuentes según tipo de organización

Las Noticias En Vivo muestran un desempeño medio-alto en este apartado, con un promedio total de 2,38 sobre un máximo de 4 puntos correspondiente a los 4 grandes grupos considerados (medios, oficiales, corporativas y ciudadanos). Medios es claramente el tipo de fuente dominante, pues aparecen siempre en todas las noticias de todos los periódicos. También hay un destacado uso de fuentes oficiales (0,63 puntos), seguidas por fuentes corporativas (0,44) y ciudadanos (0,31). Los datos cuantitativos remarcán el uso mayoritario de los medios como fuente de curación, con un 94 % del total de contenidos curados (1046 de 1114).

Por diarios, *El Confidencial* tiene aquí el mejor desempeño con 3,5 puntos de 4, y le sigue *elDiario.es* con 3 puntos. El resto está en una situación media. En la parte baja queda *El Periódico*, que solo cura contenido de medios. Por tipos de diarios, se observa una diferencia entre *legacy media* y *pure digital*, ya que estos últimos están en las cuatro primeras posiciones (de 3,5 a 2,5 puntos) y los *legacy*, en las cuatro últimas (de 2,5 a 1 puntos). Los *legacy media* tienden a priorizar las fuentes informativas más tradicionales, como los medios y las fuentes oficiales, mientras que los *pure digital*, además de las anteriores, también curan contenidos de ciudadanos y fuentes corporativas.

4.1.5. Fuentes según morfología

De los cuatro tipos considerados en este parámetro según el método CAS (webs, redes sociales, blogs y fuentes secundarias), con una puntuación máxima de 4 puntos en este apartado, las dos últimas fuentes apenas aparecen en las Noticias En Vivo de los medios. Por el contrario, los contenidos web están siempre presentes en todos los diarios (1 punto) y los de redes sociales también tienen un papel importante (0,81 puntos), con solo dos diarios en que no es así: *El Periódico* nunca las utiliza y *El Confidencial* las emplea uno de los dos días.

Como sucede en otros parámetros, los datos cuantitativos confirman y remarcán lo anterior, y así, los contenidos web destacan con el 93 % (1044) del total de contenido curado. Por diarios, las puntuaciones oscilan entre 2,5 y 1 puntos. El medio mejor en este aspecto es *El Español*, con 2,5 sobre 4; el peor, *El Periódico*, con 1 punto.

4.2. Análisis de la dimensión Curación

4.2.1. Autoría

En este parámetro se valora la identificación de la autoría en la firma de los artículos. Las Noticias En Vivo obtienen un promedio medio-alto de 0,69 puntos sobre 1. Cinco de los ocho medios analizados tienen buenas prácticas en este aspecto, al indicar siempre la autoría de estos documentos: *El Confidencial*, *El Español*, *elDiario.es*, *El Mundo* y *Okdiario* logran un punto sobre uno. Por otra parte, *La Vanguardia* indica la autoría un día pero no el otro, y *El País* y *El Periódico* no la indican, por lo que el documento queda identificado como autoría corporativa del medio. Con todo, se debe precisar que todos los diarios sí que suelen mencionar los nombres de los periodistas que intervienen en la elaboración de las diferentes informaciones que se van recogiendo en el documento En Vivo o que firman en su caso el contenido curado original.

Por último, se debe destacar un comportamiento diferenciado entre los *legacy media* y los *pure digital*: estos últimos indican siempre las autorías, mientras que tres de los cuatro *legacy* o lo hacen parcialmente, o no lo hacen.

4.2.2. Técnicas

Se analizan las técnicas para aportar valor a la curación, conocidas con el término de *sense making* en la literatura (Guallar *et al.*, 2022; Deshpande, 2013), adaptadas a las noticias de prensa: Resumir (técnica fundamentalmente informativa); Comentar (opinativa o interpretativa); Citar (basada en la cita textual al contenido original); y *Storyboarding* (unir mediante narración piezas de formatos diferentes). La puntuación máxima en este apartado es de 4 puntos.

En este apartado las Noticias En Vivo alcanzan buenas puntuaciones, con un promedio global de 2,81, con *El País* y *La Vanguardia* como medios más destacados (puntuaciones altas de 3,5 puntos) y *elDiario.es* o *El Mundo* en una posición cercana a los 3 puntos. En estos cuatro casos, se trata de medios que utilizan una variedad de técnicas de curación en sus documentos En Vivo.

Por técnicas, las dos más utilizadas son Resumir, presente siempre en todos los documentos En Vivo (1 punto) y, por ello, la más característica en la curación en diarios digitales; Citar es también muy frecuente (0,94 puntos), empleada para destacar declaraciones de políticos u otros personajes relevantes. También se debe señalar que el formato largo del documento En Vivo permite hacer *storyboarding*, una técnica que alcanza aquí en conjunto una puntuación media (0,5), mientras que la técnica más subjetiva, Comentar, tiene un uso más esporádico (0,38).

4.2.3. Función del enlace

Se estudia la función informativa que tiene dentro del documento En Vivo cada hipervínculo a un contenido curado. Se distinguen, fundamentalmente a partir de Cui y Liu (2017) y Guallar *et al.* (2021b), las opciones: Sin modificar; Describir (*sourcing curation*); Contextualizar (*contextualizing curation*); Interpretar (*interpreting curation*); Citar la fuente del contenido; Citar al autor, y Llamar a la acción (*call to action*), con un punto por cada categoría y una puntuación máxima de 7.

Las funciones más utilizadas en los enlaces (0,88 puntos sobre 1) son Describir y Llamar a la acción. Si la primera es habitual en la curación periodística, la segunda tiene importancia en las Noticias En Vivo, al abundar expresiones en los enlaces como «leer la noticia entera aquí» o «para saber más pinche aquí». Les siguen en uso los enlaces con las funciones de Citar fuente del contenido (0,81), Sin modificar (0,75), Citar al autor (0,63) y Contextualizar (0,56), esta última en las primeras horas de la jornada electoral con explicaciones sobre cómo votar en blanco, mirar el censo, resultados de anteriores elecciones, etc. En último lugar y con uso muy reducido (0,25), la función más personal u opinativa de Interpretar.

Los datos cuantitativos matizan algo los anteriores y así, entre las dos primeras funciones, se observan más enlaces de Describir que de Llamar a la acción (347 y 277); en las posiciones intermedias presentan valores cercanos Citar autor (232), Sin modificar (227) y Citar fuente (200), y quedan con baja presencia Contextualizar (43) y muy baja, Interpretar (4).

El promedio de los ocho periódicos es de 4,75 de un máximo de 7, lo que indica una posición media-alta. Por diarios, *El País* destaca con una alta puntuación de 6,5 puntos sobre 7, al mostrar una variedad muy grande de usos en los enlaces. En una posición cercana se encuentran *El Periódico*, con 5,5 puntos, y *El Confidencial* y *elDiario.es*, con 5 puntos. Por el contrario, en la parte inferior, los enlaces de *Okdiario* tienen las dos funciones mayoritarias de Describir y Llamar a la acción, con muy escasa presencia del resto.

4.3. Ranking de diarios según la curación en sus Noticias en Vivo

El ranking final de calidad de la curación de contenidos en las Noticias En Vivo (Tabla 2) lo encabezan los diarios *El País* (24 puntos), *El Confidencial* (22) y *El Español* (21). Con una puntuación teórica máxima de 30 puntos según el método CAS, estos tres periódicos alcanzan una posición media-alta. *El País* logra la puntuación global más alta porque en sus documentos En Vivo cura una gran cantidad de contenidos, domina todos los rangos temporales de la curación, gestiona bien los diversos estilos de *sense making* (resumir, comentar, citar y *storyboarding*) y mantiene una gran diversidad en el uso de los enlaces.

Tabla 2. *Ranking* de diarios.

Diario	Puntos
<i>El País</i>	24,00
<i>El Confidencial</i>	22,00
<i>El Español</i>	21,00
<i>La Vanguardia</i>	19,50
<i>elDiario.es</i>	19,50
<i>El Periódico</i>	17,50
<i>El Mundo</i>	17,00
<i>Okdiario</i>	16,00

Fuente: elaboración propia.

Por su parte, *El Confidencial* presenta en sus Noticias En Vivo un buen número de contenidos curados, destaca en la variedad de fuentes según tipo de organización y logra buenos resultados en los rangos temporales, procedencia y tratamiento de los enlaces. Asimismo, *El Español* destaca en las fuentes según morfología por su manejo de webs, redes sociales y fuentes secundarias y tiene un buen comportamiento en la curación de diversos rangos temporales y en curar contenidos tanto propios como externos.

Con todo, el resto de los periódicos se sitúa en una franja media en calidad de la curación, e incluso el periódico en la posición inferior, *Okdiario* (16 puntos), está por encima de la media teórica de 15 puntos. Si nos fijamos en esa zona inferior del ranking, *El Mundo* y *Okdiario* (17 y 16 puntos) se caracterizan por ser de los diarios que curan menos cantidad de contenidos en las Noticias En Vivo y que menos funciones emplean en los enlaces. En general tienen rangos medios o bajos en la mayoría de los parámetros de análisis.

En conjunto, las puntuaciones finales muestran claramente que, por sus propias características de documentos extensos que cubren un acontecimiento informativo relevante, las Noticias En Vivo de las jornadas electorales mantienen un nivel de curación importante, pues no existen casos de niveles bajos de curación entre los diarios analizados y están todos ellos en unas franjas medias o media-altas en cuanto a la calidad en la curación.

4.4. Comparación con otros estudios de curación

Se comparan a continuación los resultados de esta investigación con los de anteriores estudios con el método CAS de análisis de la curación en medios. En la Tabla 3 se muestran los datos de los cinco primeras posiciones en los rankings respectivos de calidad de la curación de estudios previos sobre: newsletters de diarios e independientes de España, mayo-junio 2019 (Guallar et al., 2021a); newsletters de COVID de diarios de EEUU y 4 países de Europa, marzo y noviembre 2020 (Guallar et al., 2022); newsletters independientes de España, mayo 2021 (Cascón-Katchadourian et al., 2022), y newsletters independientes de América Latina, enero-mayo 2022 (Lopezosa et al., 2023a).

Cabe señalar que, en la tabla, la puntuación correspondiente a este estudio (columna derecha), se ha adaptado la del parámetro cantidad de contenidos para homogeneizarla con estudios anteriores. Siguiendo las indicaciones del método CAS de que la puntuación de este parámetro se debe adaptar a las características de cada producto analizado (Guallar et al., 2021b), y dada la alta cantidad de contenidos curados observada en las Noticias En Vivo, se adaptó el rango estándar de 1-10 contenidos curados: 1 punto; 11-20: 2 puntos; más de 20: 3 puntos. En este ha sido de: 1-30 contenidos curados, un punto; 31-60, 2 puntos; más de 60, 3 puntos. Para proceder a la comparación con las investigaciones previas, en este apartado se ha trasladado la puntuación a la del rango estándar.

Tabla 3. Primeras posiciones en rankings de calidad de la curación en varios estudios.

Newsletters de diarios e independientes de España (mayo-junio 2019)	Newsletters de Covid de diarios de EEUU y 4 países de Europa (marzo 2020)	Newsletters de Covid de diarios de EEUU y 4 países de Europa (noviembre 2020)	Newsletters independientes de España (mayo 2021)	Newsletters independientes de América Latina (enero-mayo 2022)	Noticias En Vivo de elecciones de diarios de España (mayo-julio 2023)
El Despertador (El Español) – 19,41	Coronavirus. Lo que debes saber hoy (elDiario.es) – 24,25	Coronavirus. Lo que debes saber hoy (elDiario.es) – 24,00	África Mundi – 21,25	Copano – 24,25	El País - 24
Mientras Dormías (El Español) – 19,41	Politico Nightly. Coronavirus special edition (Politico) – 21,00	Coronavirus now (The Boston Globe) – 18,75	Fleet Street – 20,00	Lunes – 23,25	El Confidencial - 22,5
La Brúixola (Nació Digital) – 16,53	Coronavirus: ce qu'il faut savoir aujourd'hui (Le Figaro) – 19,75	Coronavirus: ce qu'il faut savoir (Le Figaro) – 17,00	Causas y Azares – 19,00	Mariel Lozada – 21,50	El Español- 22
Mixx.io – 16,13	Coronavirus Updates (The Washington Post) – 19,00	Coronavirus: l'essentiel à savoir (Le Parisien) – 16,75	Comunicación que importa – 18,50	Meio – 21,00	La Vanguardia - 20,50
El Despertador (Nació Digital) – 15,62	Coronavirus Briefing (The New York Times) – 19,00	VoxCare (Vox) – 16,50	Bee Letter – 18,50	La Wikly - 20,00	elDiario.es - 19,5

Fuente: Guallar et al. (2021a), Guallar et al. (2022), Cascón-Katchadourian et al. (2022), Lopezosa et al., (2023a) y elaboración propia.

Así pues, se observa que las Noticias En Vivo con mejores puntuaciones en nuestro análisis, las de *El País*, *El Confidencial* y *El Español*, con 24, 22,5 y 22 puntos respectivamente, están a un alto nivel y con puntuaciones similares a las mejores newsletters en los rankings de estudios anteriores: Copano, Lunes y Mariel Lozada (independientes de América Latina), África Mundi (independientes de España) y Coronavirus de elDiario.es (especializadas en COVID de diarios de cinco países).

Se pueden hacer algunas matizaciones, como que la calidad de la curación mejora ligeramente a lo largo de los años (los resultados más bajos corresponden a datos de 2019) o que, entre las newsletters, las independientes presentan una riqueza alta en la curación, mientras que en las de los medios existe más diversidad. Con todo, la puntuación obtenida en los documentos En Vivo de esta investigación arroja datos significativos, ya que, hasta el momento, se han considerado las newsletters el producto más propicio para llevar a cabo una curación de contenidos de calidad y aquí se muestra que las mejores Noticias En Vivo de los diarios se sitúan a un nivel alto equiparable.

5. Discusión y conclusiones

Se puede señalar como principal logro de este trabajo el ser el primero que analiza con detalle la curación de contenidos en las Noticias En Vivo, lo cual le permite mostrar el relevante nivel alcanzado en las jornadas electorales. De hecho, los estudios sobre Noticias en Vivo suelen centrarse en televisiones y

radio (Guribye y Nyre, 2016; Ilan, 2021) y sobre nuevas tecnologías de transmisión en directo (Liang, 2012), y se identifican muy pocos estudios que solo hacen referencia, de forma tangencial, a las Noticias en Vivo, ya que tratan principalmente sobre nuevos formatos periodísticos (Thorsen y Jackson, 2018) y sobre las formas emergentes de producción y presentación de noticias en la web (Ekström et al., 2013).

En lo que sigue, se sintetizan las principales conclusiones de este estudio. Atendiendo a la PI1, se puede destacar que la curación de contenido en las Noticias En Vivo, al menos en las de grandes eventos informativos como jornadas electorales, se caracterizan por lo siguiente. El perfil tipo de la curación en la Noticia En Vivo de una jornada electoral es el de una pieza periodística firmada (con la excepción de algunos *legacy media*), con gran cantidad de contenidos curados, muy superior a lo habitual en otras noticias, en la que predominan los contenidos del rango temporal actual (últimas 24 horas), junto a otros en tiempo real, recientes y también algunos atemporales (como las etiquetas a políticos). Cura sobre todo contenido propio de las categorías medios de comunicación y webs, con algunos enlaces también a fuentes oficiales y a la red social X, utiliza mucho las técnicas de Resumir y Citar y en sus enlaces predomina la descripción o *Sourcing curation* y el *Call to action*, y en menor medida, citar al autor y los enlaces sin modificar.

Por su parte, y atendiendo a la PI2, se ha podido establecer un ranking de calidad en la curación en estas piezas periodísticas, en el que destacan en las

primeras posiciones un diario *legacy*, *El País*, y dos *pure digital*, *El Confidencial* y *El Español*, si bien todos los medios analizados obtienen en general buenas puntuaciones. De la discusión antes mostrada con estudios anteriores sobre *newsletters*, se constata el importante nivel de la curación alcanzado en estos productos periodísticos.

En cuanto a la PI3, al comparar la curación en las Noticias en Vivo con los estudios sobre curación en *newsletters*, que a su vez recogen desde *newsletters* de medios a independientes, (Cascón-Katchadourian et al., 2022; Guallar et al., 2021a; Guallar et al., 2022; Lopezosa et al., 2023a), se observan similitudes y diferencias. Entre las primeras, los medios con mejores puntuaciones en Noticias en Vivo obtienen una puntuación similar a las mejores *newsletters*. Asimismo, los dos tipos de documentos coinciden en curar sobre todo contenido que procede de medios de comunicación y formato web, sin contenidos de fuentes secundarias.

Las diferencias observadas son mayores. En primer lugar, en la dimensión Contenido existe un número de contenidos curados muy superior en las Noticias en Vivo que en los boletines; asimismo, hay lógicamente mayor presencia de contenidos en tiempo real en las Noticias en Vivo que en las *newsletters*, salvo en algunas especializadas (coronavirus); las *newsletters* independientes curan contenido externo especialmente y en los medios predomina el contenido propio, con matices entre los *legacy* y *pure digital*, que luego se comentarán; y hay más presencia en las *newsletters* de contenido procedente de ciudadanos y de redes sociales.

En cuanto a la dimensión Curación, se aprecian algunas diferencias en la autoría, que está siempre presente en las independientes, y con diferentes ca-suísticas en las *newsletters* de medios. En cuanto a técnicas, hay una mayor presencia de Comentar en los boletines independientes y de Resumir en el resto de los productos analizados, con un significativo uso de Citar en las Noticias en Vivo; mientras que en la función de los enlaces, se aprecia más uso de *Contextualizing curation*, *Call to action* y citar fuente del contenido en las Noticias en Vivo y más presencia de *Sourcing curation* y de enlaces sin modificar en las *newsletters*. El mayor uso de las llamadas a la acción o *Call to action* en las Noticias en Vivo, respecto a las *newsletters*, se puede deber a la propia naturaleza de estos documentos en actualización constante, que suelen realizar breves resúmenes de otras noticias (en muchos casos del propio medio). El *Call to action* cumple así la función de animar al lector a clicar en esas otras noticias del propio medio generando así más tráfico web. En el resto de funciones son similares a las *newsletters* independientes.

A nivel general, destacan por tanto las Noticias en Vivo estudiadas de jornadas electorales por la mayor cantidad de contenido curado en cada documento y, con ello, por lograr a nivel general una importante riqueza en la curación de contenido, que cabe subrayar que las sitúa a niveles similares o incluso superiores a las *newsletters*, hasta ahora considerado el producto paradigmático de la curación, si bien, como se ha visto, estas últimas tienen diferencias impor-

tantes entre sí entre las de medios, especializadas e independientes.

Por último, y atendiendo a la PI4, sobre la curación en las Noticias en Vivo en los *legacy media* y los *pure digital*, la evaluación con el sistema CAS no muestra grandes diferencias, pero sí se pueden apreciar algunos matices diferenciales. Así, los *legacy media* curan con mayor frecuencia fuentes informativas más tradicionales, como medios y fuentes oficiales, mientras que los *pure digital* se abren más a fuentes ciudadanas y corporativas; y también, como en anteriores estudios (Guallar et al., 2022), se aprecia más contenido curado de origen externo en los *pure digital*, aunque siempre, en ambos casos, predomina el contenido curado propio. Además, en los nativos digitales siempre consta la autoría personal de las Noticias en Vivo, mientras que los *legacy*, o no lo hacen o lo hacen parcialmente, quizás debido al mayor peso de la marca corporativa en un medio tradicional que en un nativo digital.

Si bien es cierto que nuestro trabajo utiliza el método CAS, un sistema de análisis que ha sido probado y evaluado académicamente en una decena de investigaciones, sobre todo de *newsletters*, ello supone una primera aproximación para confirmar la viabilidad de este sistema de análisis en otros productos periodísticos, lo cual hace que este trabajo no esté exento de limitaciones. En este sentido, se pueden señalar, entre otras, algunas del método CAS, como la dificultad de ponderar con diferentes pesos los indicadores de un mismo parámetro al otorgar a todos el mismo valor (1 punto), con lo que no se pueden recoger totalmente las posibles diferencias de valor de unos respecto a otros. Otra limitación tiene que ver con el análisis del uso óptimo (o no) de la curación, puesto que CAS identifica las técnicas de curación, pero no su grado de buen o mal uso. Además, se observan limitaciones en el análisis del tema, ya que en esta investigación las noticias analizadas corresponden solo a jornadas electorales y se desconoce cuál es el nivel de calidad de curación de esta pieza periodística en otros eventos.

En este sentido, y tomando como base las limitaciones identificadas, de cara a futuros estudios se podrían buscar formas de evaluar la calidad del contenido para saber, por ejemplo, si el resumen está bien hecho, si el comentario aporta valor añadido, etc. También resultaría de interés realizar el conteo y estudio de las actualizaciones o fragmentos de cada Noticia En Vivo para saber su número y el porcentaje de curación respecto a las actualizaciones totales. Asimismo, para cubrir precisamente las limitaciones temáticas, sería interesante analizar Noticias En Vivo en diversos tipos de eventos, así como ampliar el análisis a medios de otros países.

6. Financiación y apoyos

Este trabajo forma parte del proyecto “Parámetros y estrategias para incrementar la relevancia de los medios y la comunicación digital en la sociedad: curación, visualización y visibilidad (CUVICOM)” financiado por MICIU/AEI/PID2021-123579OB-I00 y por FEDER/UE

7. Contribución de autores

Conceptualización	Ideas; formulación o evolución de los objetivos y metas generales de la investigación.	Autores 1, 2.
Curación de datos	Actividades de gestión para anotar (producir metadatos), depurar datos y mantener los datos de la investigación (incluido el código de software, cuando sea necesario para interpretar los propios datos) para su uso inicial y su posterior reutilización.	Autores 1, 2, 3 y 4.
Análisis formal	Aplicación de técnicas estadísticas, matemáticas, computacionales u otras técnicas formales para analizar o sintetizar datos de estudio.	Autores 1 y 4.
Adquisición de fondos	Adquisición del apoyo financiero para el proyecto que conduce a esta publicación.	Autor 2.
Investigación	Realización de una investigación y proceso de investigación, realizando específicamente los experimentos, o la recolección de datos/evidencia.	Autor 1, 2, 3 y 4.
Metodología	Desarrollo o diseño de la metodología; creación de modelos.	Autor 2.
Administración del proyecto	Responsabilidad de gestión y coordinación de la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Autores 1 y 2.
Recursos	Suministro de materiales de estudio, reactivos, materiales, pacientes, muestras de laboratorio, animales, instrumentación, recursos informáticos u otras herramientas de análisis.	Autor 2.
Software	Programación, desarrollo de software; diseño de programas informáticos; implementación del código informático y de los algoritmos de apoyo; prueba de los componentes de código existentes.	Autor 4.
Supervisión	Responsabilidad de supervisión y liderazgo en la planificación y ejecución de actividades de investigación, incluyendo la tutoría externa al equipo central.	Autores 1 y 2.
Validación	Verificación, ya sea como parte de la actividad o por separado, de la replicabilidad/reproducción general de los resultados/experimentos y otros productos de la investigación.	Autores 1 y 2.
Visualización	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la visualización/presentación de datos.	Autores 3 y 4.
Redacción / Borrador original	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado, específicamente la redacción del borrador inicial (incluyendo la traducción sustantiva).	Autor 1.
Redacción / Revisión y edición	Preparación, creación y/o presentación del trabajo publicado por los miembros del grupo de investigación original, específicamente revisión crítica, comentario o revisión, incluidas las etapas previas o posteriores a la publicación.	Autor 2.

8. Referencias bibliográficas

- Andringa, P. (2022). *Email Newsletters and the Changing Journalist-Audience Relationship.* Msc Thesis. The Oxford Internet Institute at the University of Oxford. <https://peterandringa.com/oii-thesis.pdf>
- Bhargava, R. (2009). *Manifesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future?* <https://rohitbhargava.com/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future/>
- Bradshaw, P. (2013). Journalism *is* curation: Tips on curation tools and techniques. *Online Journalism Blog.* <http://onlinejournalismblog.com/2013/09/30/curation-tools-tips-advice-journalism/>
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism social media and the public sphere.* Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b13293>
- Bruns, A. y Highfield, T. (2012). Blogs, Twitter, and breaking news: The produsage of citizen journa- lism. En Lind R.A. (Ed.), *Producing Theory in a Digital World: The Intersection of Audiences and Production in Contemporary Theory [Volume 80: Digital Formations]* (pp. 15-32). Peter Lang Publishing.
- Calvo, D., López García, G. y Aguar Torres, J. (2024). Producción de contenidos para internet. En Calvo, D.; López García, G.; Aguar Torres, J. (eds.), *Periodismo digital: ecosistemas, plataformas y contenidos.* Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <https://doi.org/10.52495/c2.emcs.27.p110>
- Cascón-Katchadourian, J. D., Boté-Vericad, J. J. y Guallar, J. (2022). Curación de información con marca de autor. Análisis de newsletters independientes. *Ibersid,* 16(1), 41-53. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v16i1.4799>
- Cui, X. y Liu, Y. (2017). How does online news curate linked sources? A content analysis of three online news media. *Journalism,* 18(7), 852-870. <https://doi.org/10.1177/1464884916663621>

- Deshpande, P. (2013). Six content curation templates for content annotation. *The Curata Blog*. <http://www.curata.com/blog/6-content-curation-templates-for-content-annotation>
- Díaz-Arias, R. (2015). Curaduría periodística, una forma de reconstruir el espacio público. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 61-80. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.51129
- Ekström, M., Eriksson, G. y Kroon Lundell, Å. (2013). Live co-produced news: emerging forms of news production and presentation on the web. *Media, Culture & Society*, 35(5), 620-639.
- Gómez-Rodríguez, N. T. y Bajaña-Villava, L. N. (2024). Medios de comunicación digital y el formato de noticia en vivo [Bachelor's thesis, Babahoyo].
- Good, R. (2023 [2010]). Real-time news curation—The complete guide. Part, 4: Process, key, tasks, workflow . <https://masternewmedia.com/real-time-news-curation-the-complete-guide-part-4-process-key-tasks-workflow-3c6dd1e7b844>
- Guallar, J. (2011). Prensa digital en 2010. *Anuario ThinkEPI*, 5, 101-105.
- Guallar, J., Antón, 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., Franch, P., Boté-Vericad, J. J. y Anton, L. (2022). How do legacy and digital media curate coronavirus content. An assessment of newsletters from the USA and four European countries. *Profesional de la Información*, 31(3), 310318. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may18>
- Guallar, J., Pedraza-Jiménez, R., Pérez-Montoro, M. y Antón, L. (2021b). Curación de contenidos en periodismo. Indicadores y buenas prácticas. *Revista Española de Documentación Científica*, 44, 2. <https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1742>
- Guerrini, F. (2013). Newsroom curators & independent storytellers: Content curation as a new form of journalism. *Reuters Institute*. <https://reuters-institute.politics.ox.ac.uk/our-research/newsroom-curators-and-independent-storytellers-content-curation-new-form-journalism>
- Guribye, F. y Nyre, L. (2017). The changing ecology of tools for live news reporting. *Journalism Practice*, 11(10), 1216-1230.
- Hu, M., Liu, S., Wei, F., Wu, Y., Stasko, J. y Ma, K. L. (2012). Breaking news on twitter. *In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2751-2754.
- Ilan, J. (2021). We now go live: digital live-news technologies and the “reinvention of live” in professional TV news broadcasting. *Digital Journalism*, 9(4), 481-499.
- Liang, L. (2012). Going live: News innovations amid constraints in the Chinese coverage of the Iraq War. *Journalism*, 13(4), 450-466.
- Lopezosa, C., Cascón-Katchadourian, J. y Guallar, J. (2023a). Newsletters latinoamericanas de curación: Estudio de casos y visión experta. *Transinformação*, 35. <https://doi.org/10.1590/2318-0889202335e220026>
- Lopezosa, C., Guallar, J., Codina, L. y Pérez-Montoro, M. (2023b). Curación de contenido y periodismo: revisión sistematizada exploratoria y visión experta. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 205-23. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.22810>
- Marcos Recio, J. C. Acabes Velázquez, N. W., Ramos Villaseñor, B. G. y Ríos Gutiérrez, J. A. (2023). Uso y aprovechamiento de hipervínculos en la prensa digital. Estudios de caso en España y México. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(2), 455-466. <https://doi.org/10.5209/esmp.85057>
- Martínez-Costa, M. P., Sánchez-Blanco, C. y Serrano-Puche, J. (2018). El consumo de noticias online en España: temáticas, formatos e itinerarios de acceso. *Mediamorfosis. Radiografía de la innovación en el periodismo*, 35-59.
- Mayerhöffer, E., Kristensen, J. B. y Ramsland, T. (2024). Curators of digital counterpublics: Mapping alternative news environments in Sweden and Denmark. *Nordicom Review*, 45(S1), 92-119. <https://doi.org/10.2478/nor-2024-0009>
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R. y Codina, L. (2020). Website quality: An analysis of scientific production. *Profesional de la información*, 29, 5. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.08>
- Newman, N. (2020). The resurgence and importance of email newsletters. // Newman, Nic; Fletcher, Richar; Schulz, Anne; Andi, Simge; Kleis, Rasmus (2020). Digital News Report. Reuters Institute. <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/the-resurgence-and-importance-of-email-newsletters/>
- Rojas Torrijos, J. L. y González-Alba, J. A. (2018). La newsletter como producto periodístico en la búsqueda de nuevos lectores. En *Estudio de boletines de noticias de El País, El Español y El Independiente. AdComunica* (pp. 165-195). <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.9>
- Seely, N. y Spillman, M. (2021). Email Newsletters: An Analysis of Content From Nine Top News Organizations. *Electronic News*, 15(3-4), 123-138. <https://doi.org/10.1177/19312431211037681>
- Silva-Rodríguez, A. (2021). Emergencia de newsletters especializadas en Covid-19: Información curada y actualizada en el email. *Profesional de la información*, 30, 4. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.10>
- Thorsen, E. y Jackson, D. (2018). Seven characteristics defining online news formats: Towards a typology of online news and live blogs. *Digital Journalism*, 6(7), 847-868.
- Thorson, K. y Wells, C. (2015). How gatekeeping still matters: Understanding media effects in an era of curated flows. In: Vos, Tim P.; Heinderyckx, François. *Gatekeeping in transition*. Routledge, pp. 25-44.
- Thorson, K. y Wells, C. (2016). Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory*, 26(3), 309-328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>
- Upmanyu, K. (2024). Re-humanising News: Delineating the Trends and Research Scope for Curatorial Journalism. *Studies in Media and Communication*, 12(1). <https://redfame.com/journal/index.php/smj/article/view/6255>
- Usher, N. (2018). Breaking news production processes in US metropolitan newspapers: Immediacy and journalistic authority. *Journalism*, 19(1), 21-36. <https://doi.org/10.1177/1464884916689151>

Jesús Cascón-Katchadourian. Doctor por el programa de doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Granada y Profesor Ayudante Doctor por la Universidad de Zaragoza. Miembro del grupo de investigación Soft Computing and Intelligent Information Systems. Participa en varios proyectos nacionales tanto en la Universidad de Granada como de la Universidad de Barcelona. Sus líneas de investigación versan sobre las humanidades digitales, la bibliometría y la curación de contenidos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3388-7862>

Javier Guallar. Doctor en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra y en Documentación por la Universitat de Barcelona, es profesor en la Facultad de Información y Medios Audiovisuales de la Universitat de Barcelona y miembro del Centro de Investigación en Información, Comunicación y Cultura (CRICC). Sus especialidades de docencia e investigación son la curación de contenidos, la documentación en los medios de comunicación, la gestión de medios sociales y la comunicación académica. Investigador principal del proyecto de investigación financiado CUVICOM. Como autor ha publicado tres libros y más de 50 artículos incluidos en WoS o Scopus. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8601-3990>

Carlos Lopezosa. Doctor en periodismo por la Universitat Pompeu Fabra, Profesor Lector del Departament de Biblioteconomia, Documentació i Comunicació Audiovisual de la Universitat de Barcelona y miembro del Centro de investigación en Información, Comunicación y Cultura (CRICC). Su tesis doctoral se centró en el estudio de los factores de posicionamiento de sitios intensivos en contenidos, y especialmente de medios *online*, así como en la evaluación de herramientas de análisis SEO. Es especialista en posicionamiento en buscadores y en sistemas de monetización basados en estrategias de contenidos de calidad. Ha sido Profesor Asociado de la Universitat Pompeu Fabra, impartiendo docencia en la Facultad de Comunicación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8619-2194>

Juan José Boté-Vericad. Profesor de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales (FIMA) de la Universitat de Barcelona (UB) y miembro del Centro de investigación en Información, Comunicación y Cultura (CRICC). Doctor en Filosofía (Lingüística y Ciencias de la Información) por la Universität Hildesheim (2022) y doctor en Información y Documentación en la Sociedad del Conocimiento por la Universidad de Barcelona (2013). Ha participado en diferentes proyectos de investigación nacionales e internacionales. Ha sido Profesor Asociado en diferentes universidades como UAB, VIU y UOC. Ha realizado estancias académicas en centros de reconocido prestigio. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9815-6190>