

# Curar la verdad, curar la mentira: dos estrategias de *content curation* contra la desinformación

## Curating the truth, curating the lie: two content curation strategies against disinformation

Javier Guallar; Alexandre López-Borrull

**Guallar, Javier; López-Borrull, Alexandre** (2022). "Curar la verdad, curar la mentira: dos estrategias de *content curation* contra la desinformación". *Anuario ThinkEPI*, v. 16, e16a42.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a42>

Publicado en *IweTel* el 13 de diciembre de 2022

### Javier Guallar

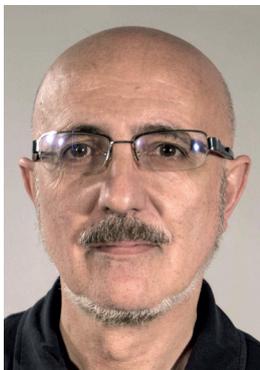
<https://orcid.org/0000-0002-8601-3990>

Universitat de Barcelona  
Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals  
Centre de Recerca en Informació, Comunicació i Cultura (CRICC)  
Melcior de Palau, 140. 08014 Barcelona, España  
[jguallar@ub.edu](mailto:jguallar@ub.edu)

### Alexandre López-Borrull

<https://orcid.org/0000-0003-1609-2088>

Universitat Oberta de Catalunya  
Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació  
Barcelona, España  
[alopezbo@uoc.edu](mailto:alopezbo@uoc.edu)



**Resumen:** Se plantean dos posibles estrategias ante la desinformación mediante el uso de curación de contenidos, que hemos denominado curar la verdad y curar la mentira. La primera es la concepción tradicional de la curación de contenido, que busca optimizar el contenido de valor existente. La segunda es el proceso de curación vinculado al apoyo o soporte a las verificaciones de bulos, rumores y falsedades. Se ejemplifican las dos estrategias mediante cuatro casos de publicaciones de curación en *Twitter*. Se discuten algunas implicaciones como la identificación y acceso a las fuentes de los bulos o el coste de las estrategias.

**Palabras clave:** Curación de contenidos; Desinformación;

Bulos; Fake news; Verificación; Fuentes de información; Medios sociales; *Twitter*.

**Abstract:** Two strategies are proposed for dealing with disinformation by using content curation, which we term "curating the truth" and "curating the lie." The former is the traditional concept of content curation, which seeks to optimize existing content of value. The latter is a curation process linked to supporting the debunking of hoaxes, rumors, and falsehoods. These two strategies are exemplified through four cases of curation posts on *Twitter*. Various implications are discussed, such as the identification of and access to the sources of hoaxes or the cost of each strategy.

**Keywords:** Content curation; Disinformation; Hoaxes; Fake news; Verification; Fact checking; Information sources; Social media; *Twitter*.

### Financiación

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)" PID2021-123579OB-I00 (MICINN), *Ministerio de Ciencia e Innovación* (España).

## 1. Introducción

La difusión de desinformación es un fenómeno de grandes dimensiones cuya irrupción en la esfera pública es relativamente reciente. Aunque siempre hayan existido desinformación, falsedades o bulos, no tenían anteriormente el enorme impacto social que han alcanzado en la actualidad, pues “la era de los datos masivos (big data), ha hecho también posible las mentiras masivas” (Guallar, 2018, p. 228). No es ajeno a este fenómeno el hecho de que la tecnología permite la creación y viralización de contenidos por parte de los usuarios de las redes digitales con una enorme facilidad, y con ello, facilita la expansión de la desinformación a muy bajo coste (López-Borrull; Ollé, 2020).

Esta situación de presencia de desinformación en muchos de los contenidos informativos a los que están expuestos los ciudadanos a diario tiene graves consecuencias a diversos niveles, desde la indefensión y confusión de la ciudadanía en cuestiones de salud (Aleixandre-Benavent; Castelló-Cogollos; Valderrama-Zurián, 2020; Grimes, 2021; Rocha et al., 2021), al aumento de la polarización social y política (Spohr, 2017) o a la amenaza que la desinformación representa para las instituciones públicas y para la democracia en general (Bennett; Livingston, 2018; McKay; Tenove, 2020).

Ante ello, algunas de las acciones que implementan las sociedades en su lucha contra la desinformación son, entre otras, la alfabetización mediática, la curación de contenidos y la verificación de informaciones y hechos (López-Borrull; Vives-Gràcia; Badell, 2018; Guallar et al., 2020).

En este artículo vamos a analizar las actividades de curación de contenidos en relación con la desinformación en torno a lo que consideramos dos grandes estrategias, y para ilustrar ambas propondremos cuatro casos como ejemplos.

Nos centraremos exclusivamente en publicaciones en medios sociales, ya que estos son uno de los canales principales tanto de difusión de la desinformación (Salaverria et al., 2020; Magallón-Rosa, 2022), como de las acciones de los verificadores o fact checkers (Molina-Cañabate; Magallón-Rosa, 2020; Bustos-Díaz; Ruiz-del-Olmo, 2020; Basch et al. 2021, Alonso-López; Sidorenko-Bautista; Giacomelli, 2021) y de la curación de contenidos (Guallar; Codina; Abadal, 2020). Asimismo, dado el impacto social que los contenidos científicos están teniendo en los últimos años (en temas de salud como la pandemia de Covid-19, o del cambio climático, por ejemplo), acotamos los ejemplos a esta temática (López-Borrull; Ollé, 2019), así como a la red social *Twitter*, una de las más activas en el terreno de la divulgación científica (Gil; Guallar, 2023).

## 2. Dos estrategias de curación ante la desinformación

A continuación, se plantean dos posibles estrategias ante la desinformación mediante el uso de curación de contenidos, que hemos denominado *curar la verdad* y *curar la mentira*.

A menudo, por el uso de la curación como mecanismo de extracción de valor añadido de contenidos digitales para una comunidad, la *content curation* se suele presentar como una forma de optimizar el contenido de valor existente, es decir, el contenido verdadero. Es lo que hemos denominado *curar la verdad*, que sería la visión mayoritaria en la concepción de lo que se entiende habitualmente por curación de contenido.

Frente a ella, la acción de curar contenidos falsos, generalmente en función de apoyo o soporte a las actividades de verificación de informaciones, puede ser vista como el elefante en la habitación, es decir, puede resultar algo realmente incómodo. Este es un debate que también tuvo lugar en su día en los medios de comunicación, cuando parecía extraño informar de bulos o de fake news, en relación por ejemplo al Covid-19 o a la violencia de género, mientras se daba la paradoja de que la ciudadanía estaba recibiendo desinformación sobre estos temas por sus canales más próximos, como *Whatsapp*, sin tener a mano fuentes de referencia o fiables sobre bulos.

Así, ante la pregunta de si se debe curar la desinformación –de si se debe *curar la mentira*–, apostamos sin duda porque así sea, si bien, como expondremos más adelante, es una cuestión a debatir hasta qué punto se debe dar presencia, valor o cita a la fuente de desinformación.

Por tanto, nuestro planteamiento es que la curación contra la desinformación se puede basar en dos estrategias paralelas, complementarias o independientes entre sí, dependiendo de cada caso: por una parte, crear y difundir contenidos certeros; por otra, eliminar o diluir tantos contenidos falsos como sea posible.

---

**“La *content curation* se suele presentar como una forma de optimizar el contenido de valor existente, es decir, el contenido verdadero”**

---

---

**“Llamamos *curar la mentira* al proceso de curación vinculado al apoyo o soporte a las verificaciones de bulos, rumores y falsedades”**

---

## Estrategia 1. Curar la verdad

Curar la verdad tiene pleno sentido en la función tradicional del curador de contenido como especialista en aportar información valiosa a su comunidad de usuarios y seguidores. Esta es la intencionalidad original de la *content curation* tanto desde el punto de vista del curador de contenido que la lleva a cabo -aportar contenidos de valor para su comunidad- como desde el punto de vista de dicha comunidad. Las primeras referencias y definiciones sobre *content curation* van todas en esta línea (Bhargava, 2009; Deshpande, 2013; Guallar; Leiva-Aguilera, 2013).

La curación de contenido, en suma, permite a las audiencias estar al día de un tema. Así, el motivo principal por el que cualquier usuario de las redes sigue el perfil de un determinado curador, es por aquello diferencial y único que le aporta. Asimismo, desde nuestra perspectiva, la curación incluye tanto la selección de contenidos externos (esta es la visión mayoritaria en marketing de contenidos, Sanagustín, 2017), como la selección de contenidos propios (Guallar; Traver, 2020).

## Estrategia 2 Curar la mentira

Llamamos *curar la mentira* al proceso de curación vinculado al apoyo o soporte a las verificaciones de bulos, rumores y falsedades.

La verificación de informaciones y hechos, o fact checking, es una actividad que ha crecido enormemente en años recientes de manera paralela al crecimiento de la desinformación. Se ha identificado o asociado con el periodismo de calidad o buen periodismo (Singer, 2018), dando lugar a profesionales especializados en fact checking (Vizoso; Vázquez-Herrero, 2019); con las actividades de divulgación de especialistas e investigadores que han asumido el rol de verificadores desmintiendo bulos y falsedades en las redes sociales (López-Borrull, 2022); y con el método científico en sí mismo, ya que se trata de exponer la *verdad* a partir de la evidencia disponible (Amazeen, 2015; Baptista et al., 2022). A esos planteamientos anteriores, se puede añadir su relación con un proceso de curación de contenidos, algo que ya es de *per se* una vinculación por defecto, ya que generalmente una verificación implica el uso de curación (Morejón; Martín-Ramallal; Micaletto-Belda, 2022; Guallar, 2022).

Al final, y en cualquiera de los casos señalados (periodismo, divulgación científica, publicación científica, curación de contenidos), se trata de curar la evidencia disponible, para resaltar o destacar la *verdad* y desenmascarar o señalar la *mentira*.

## 3. Análisis de casos

Se presentan a continuación cuatro casos de curación de contenidos contra la desinformación en Twitter, agrupados según las dos grandes estrategias consideradas. Para cada caso se muestra: el texto del primer tweet; la autoría; el enlace (url); el tema; las fuentes de contenidos curados; las técnicas empleadas; y un breve comentario.

### Caso 1. Curar la verdad

¿Te apetece estar al día sobre novedades científicas? Os paso mi súper resumen científico sobre temas de actualidad. He recopilado algunas de las evidencias, noticias y avances más importantes en salud de las últimas semanas. Os invito a llegar hasta el final. Agradezco RT.  
Gorka Orive @gorka\_orive  
<https://goo.su/zvLI>

**Hilo**

**Gorka Orive** @gorka\_orive · 19 sept. 2022

¿Te apetece estar al día sobre novedades científicas? Os paso mi súper resumen científico sobre temas de actualidad. He recopilado algunas de las evidencias, noticias y avances más importantes en salud de las últimas semanas. Os invito a llegar hasta el final. Agradezco RT.

8:38 a. m. · 19 sept. 2022

961 Retweets 29 Tweets citados 1.680 Me gusta

**Gorka Orive** @gorka\_orive · 19 sept. 2022

En respuesta a @gorka\_orive

La OMS anuncia que el final de la pandemia está cerca. La mayor parte del mundo ha ido logrando inmunidad (natural y por vacunas). Pero esto no significa que el virus vaya a desaparecer. Convivirá con nosotros.

Daily new confirmed COVID-19 deaths

8 141 405

**Gorka Orive** @gorka\_orive · 19 sept. 2022

Una interesante revisión científica sobre la COVID19 larga o persistente. Una condición que incluye hasta 200 síntomas diferentes que se extienden semanas o meses después de la infección. Resume lo que se conoce hasta el momento sobre la enfermedad. [pnas.org/doi/10.1073/pn...](https://doi.org/10.1073/pnas)

**PNAS** · 19 sept. 2022

Lots of long COVID treatment leads, but few are proven

3 103 271

**Gorka Orive** @gorka\_orive · 19 sept. 2022

Dos estudios asocian los alimentos ultraprocesados con más riesgo de cáncer y mortalidad cardiovascular (27% más de riesgo). Los hombres con dietas nutricionalmente más pobres tienen un 30% más de riesgo de cáncer de colon. [elpais.com/salud-y-bienes...](https://elpais.com/salud-y-bienes...)

Caso 1. Hilo de Gorka Orive (19 de septiembre de 2022). <https://goo.su/zvLI>

Tema: actualidad científica sobre salud

Fuentes de información: 16, de las cuales, 5 son artículos de medios digitales (*El País*, 3; *Washington Post*, *The Atlantic*); 3 artículos de revistas científicas (p.e. *Nature*); 2 webs de organismos oficiales (p.e., *Center for Disease Control and Prevention*, USA); 2 gráficos de estadísticas (*Our world in data*) sin hipervínculo, 2 infografías (de una revista científica y un medio) sin hipervínculo, y una infografía y un artículo en medio digital, ambos sin hipervínculo y también sin atribución.

Técnicas de curación: Resumir, Comentario *Storyboarding*.

Se trata de un hilo de *Twitter* de gran valor como curación de contenidos, donde este investigador y divulgador informa a su amplia comunidad de seguidores en esta red social de las últimas novedades en investigación científica sobre temas de salud, empleando una gran variedad de fuentes, hasta 16. El punto débil (y mejorable) de esta curación es que hay 4 contenidos con identificación de la fuente pero sin acceso al contenido original (se muestra una imagen) y 2 contenidos más sin acceso pero también sin identificación. La aportación de *sense making* del autor es alta, con la utilización de una variedad de técnicas, aportando contexto y en un tono adecuado de divulgación para un público amplio.

### Caso 2. Curar la verdad

1. A thread on climate hope: There is an extremely important and hope-filled climate paper out in *Nature* today. It finds that, if all the countries of the world fulfilled their climate commitments, the world would most likely limit climate change to just under 2 degrees C.

Ramez Naam @ramez  
<https://goo.gl/m3uy59>

Tema: novedad en la investigación sobre cambio climático.

Fuentes de información: 2, un artículo publicado en *Nature*, correctamente identificado y al que se da acceso mediante hipervínculo y un tweet de resumen de otro artículo científico por su autor.

Técnicas: Resumir y Comentar.

El hilo es un extenso análisis de un artículo recientemente publicado que representa un avance en el conocimiento sobre cambio climático. El autor contextualiza el artículo con su experiencia y opinión personal sobre la temática y el análisis de otras investigaciones previas. Es por tanto una curación de un único contenido como tema principal, junto a una aportación complementaria y puntual de otro contenido, en la que el autor realiza un interesante trabajo de *sense making* en cuanto a la explicación y contextualización de la problemática abordada en un tono preciso y didáctico a la vez.

### Caso 3. Curar la mentira

Hoy se celebra el Día Nacional del #CáncerdeTiroides y junto a @aecat\_es desmentimos los principales mitos sobre esta enfermedad ➡ <https://bit.ly/3CdeRk2> #SaludsinBulos  
*Salud sin bulos @saludsinbulos*  
<https://goo.gl/2KCfeyb>

**Hilo**

**Ramez Naam** @ramez

1. A thread on climate hope: There is an extremely important and hope-filled climate paper out in *Nature* today. It finds that, if all the countries of the world fulfilled their climate commitments, the world would most likely limit climate change to just under 2 degrees C.

Traducir Tweet

11:32 p. m. · 13 abr. 2022

1.074 Retweets 180 Tweets citados 2.784 Me gusta

**Ramez Naam** @ramez · 13 abr.

En respuesta a @hausfath

2. This is the latest of more than a dozen studies over the last 3 years that have found that we've bent the curve of future warming down significantly. Here's a summary of those papers, from @hausfath and @ClimateFran

**Zeke Hausfath** @hausfath · 13 abr.

In our @Nature News and Views piece, we put this new paper in the context of an explosion of literature on current policy, 2030 NDC, and net-zero commitment outcomes that has been published over the past few years.

Mostrar este hilo

Caso 2. Hilo de Ramez Naam (13 de abril de 2022). <https://goo.gl/m3uy59>

Tema: Desmentir bulos sobre cáncer de tiroides

Fuentes de información: 11, de las cuales, 3 son perfiles en *Twitter* de organismos (*Aecat*, *Asociación española de cáncer de tiroides*, y *SEORLCCC, Sociedad española de otorrinolaringología y cirugía de cabeza y cuello*) y de una profesional del sector (Nora Vázquez); el hashtag #cáncerdetiroides, 2 artículos del blog propio, un capítulo de libro científico (*SEORLCCC*) y un artículo de web especializada (*Aecat*). Hay también 3 informaciones con atribución (*Aecat*), pero sin hipervínculo.

Técnicas: Resumir, Comentar, *Storyboarding*.

Hilo de *Twitter* cuyo objetivo es desmentir bulos sobre el cáncer de tiroides y que combina *storyboarding* junto a las técnicas de resumir y comentar, haciendo uso de contenidos digitales de variedad de fuentes (dos de ellos son contenidos propios) y con un papel destacado de la información visual: en cada tweet hay un gráfico de creación propia, con la firma de *Salud sin Bulos* y *Aecat*. El tono de divulgación es muy efectivo con la combinación de una información textual concisa junto a ilustraciones. Como punto débil, en tres casos las informaciones tienen la fuente identificada pero no se incluye el acceso a la misma. En todos los casos, las fuentes curadas corresponden a los contenidos *verdaderos* que desmienten los bulos, y no se explicita o se da a conocer ninguna fuente de bulos o rumores sobre el cáncer de tiroides (no se ofrece acceso a los mismos).

#### Caso 4. Curar la mentira

✗ Ni la yuca ni la llamada 'vitamina B17' curan el cáncer, como afirma esta cadena viral #MalditaAlimentación @malditobulo *Maldita Ciencia* @malditaciencia <https://goo.su/X2FyPXm>

Tema: desmentir un bulo sobre cáncer

Fuentes de información: se trata de un tweet que envía a un contenido propio de su blog, donde se desarrolla la verificación en sí. En el post hay un total de 13 fuentes curadas, de las cuales, todas son de contenido verdadero y una, la que desencadena todo el proceso de verificación, corresponde a un contenido falso: un post de desinformación en *Facebook*. El resto de fuentes son: 4 de contenido propio (3 del blog de *Maldita* y una de su *WhatsApp*), 4 del *Instituto Nacional del Cáncer* español, 1 de su homólogo de EEUU, 2 de organismos oficiales (*EFSA* y *FDA*) y 1 de *The New York Times*.

Técnicas: Resumir y Comentar

Es un ejemplo de temática similar al caso 3, en cuanto a que el objetivo de la publicación es el desmentido de un bulo de salud; pero en este caso, y a diferencia del anterior, en lo que se refiere a las fuentes curadas, sí se identifica y se ofrece el acceso a la fuente que ha divulgado el contenido falso, un post en *Facebook*. La verificación se apoya en la curación de una importante variedad de fuentes tanto propias como externas. En todos los casos se ofrece además la correcta identifica-

Hilo

#SaludsinBulos @SaludsinBulos

Hoy se celebra el Día Nacional del #CáncerdeTiroides y junto a @aecat\_es desmentimos los principales mitos sobre esta enfermedad

[bit.ly/3CdeRk2](https://bit.ly/3CdeRk2)

#SaludsinBulos

**DÍA NACIONAL DEL CÁNCER DE TIROIDES**  
28 DE SEPTIEMBRE

aecat ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CÁNCER DE TIROIDES LA VOZ DE LAS PACIENTES DE TIROIDES

SALUD SIN BULOS

AECAT y 2 más

12:38 p. m. · 28 sept. 2022

11 Retweets 5 Tweets citados 21 Me gusta

#SaludsinBulos @SaludsinBulos · 28 sept.

En respuesta a @SaludsinBulos

✗ Mito: Los hombres no tienen #cáncerdetiroides

Es más común en mujeres, pero tanto hombres de mediana edad como adolescentes y niños pueden padecerlo

#SaludsinBulos

Los hombres no tienen cáncer de tiroides

FALSO

aecat ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CÁNCER DE TIROIDES LA VOZ DE LAS PACIENTES DE TIROIDES

SALUD SIN BULOS

AECAT y Arantxa Sáez

1 2

#SaludsinBulos @SaludsinBulos · 28 sept.

✗ Mito: Las mamografías producen #cáncerdetiroides

Lo desmontamos en este artículo de @NoraTramell

[bit.ly/3SIV6wR](https://bit.ly/3SIV6wR)

#SaludsinBulos

Caso 3. Hilo de *Salud sin bulos* (28 de septiembre de 2022).  
<https://goo.su/2KCfeyb>

ción y acceso a la fuente. Es, en suma, un ejemplo de curación muy completa como desmentido de un bulo.

#### 4. Discusión y reflexiones finales

Se han mostrado y conceptualizado de manera exploratoria las dos grandes estrategias que puede adoptar la curación de contenidos frente a la desinformación y se han ejemplificado con cuatro casos de publicaciones en la red social *Twitter*.

A partir de lo anteriormente expuesto, se pueden discutir algunas cuestiones.

##### Validez de las dos estrategias

Consideramos que ambas estrategias son válidas y que cada curador, personal o corporativo, puede adoptar cualquiera de las dos de manera independiente, preferente o conjunta. Así, buena parte de los divulgadores y especialistas, como es el caso de los ejemplos que hemos visto de Gorka Uribe o Rames Naam, utilizan preferentemente la estrategia de curar la verdad, mientras que los verificadores, como *Salud sin bulos* o *Maldita ciencia*, adoptan la de curar la mentira, al ser esta la esencia de la verificación; pero en ningún caso ello impide que puedan emplear también la otra estrategia.

##### Claridad frente a equidistancia

El empleo por parte de un curador de contenido de las dos estrategias no debe confundirse con la crítica a la equidistancia por parte de algunos medios de comunicación ante los movimientos negacionistas o conspiracionistas, como ya se vio durante la pandemia e infodemia de Covid-19. Así, se pedía a los medios que al informar del bulo y de la verdad, no los presentaran como dos visiones, cada una con sus detractores, sino que informaran con claridad, dando su apoyo a la verdadera.

Curar la verdad y la mentira sirven en suma al doble propósito de lo que en fútbol se llama *achicar espacios*; es decir, reducir espacios para que la desinformación pueda campar. En este sentido, permiten que la mentira encuentre respuesta, y así tanto la verdad como la verificación sean mucho más recuperables (por dilución o recomendación) en una búsqueda de información digital.

##### Identificación y acceso a la fuente del bulo

Otra discusión pertinente se refiere a la necesidad de dar acceso e identificación o no a la fuente del bulo. Hemos visto en los dos casos de *curar la mentira*, dos ejemplos de verificación con estrategias diferentes al respecto: en un caso sí se hace y en el otro no. Recordemos que en una visión ortodoxa, la curación de contenidos debería presentar siempre la identificación y el acceso a la fuente original. El problema que se plantea ante determinados contenidos de desinformación es cómo llevar a cabo su curación; por ejemplo, cuándo se trata de grupos o perfiles de tipo negacionista o conspiracionista, que pueden aprovecharse de las menciones recibidas por verificadores para llegar así a más usuarios.

En nuestra perspectiva, las opciones respecto a las fuentes de los bulos dentro de la estrategia de curación de la mentira, de mayor a menor fortaleza de la curación, son:

- Nivel de curación 1. Alto: consiste en mostrar tanto la identificación como el acceso al bulo (curación ortodoxa);
- Nivel de curación 2. Medio-alto: consiste en mostrar la identificación y copiar el contenido del bulo o una imagen del perfil o la publicación del bulo, sin acceso al mismo (sin el enlace activo);
- Nivel de curación 3. Medio-bajo: consiste en copiar el contenido del bulo o una imagen de la publicación, sin ofrecer acceso (enlace activo), y también sin identificar la fuente del bulo.
- Nivel de curación 4. Bajo: consiste en hacer referencia a la existencia de un bulo sin copiar el texto original ni la imagen, y sin ofrecer tampoco identificación o acceso a la fuente.



Caso 4. Tweet de *Maldita ciencia* (15 de noviembre de 2022).

<https://goo.su/X2FyPXm>

---

**“La curación contra la desinformación se puede basar en dos estrategias: crear y difundir contenidos certeros; y eliminar o diluir tantos contenidos falsos como sea posible”**

---

Independientemente de otros criterios personales o profesionales, como el propio estilo de curar contenido, un elemento a considerar a la hora de seleccionar el nivel de curación a emplear puede ser el tipo de fuente de desinformación. Así, cuando la fuente es, por ejemplo, una persona popular o *influencer*, como el caso de Miguel Bosé respecto a la pandemia de Covid-19, con una alta atracción mediática e impacto social debido a su popularidad, se puede optar por un nivel de curación de tipo alto o medio-alto. Cuando la fuente de desinformación es un perfil de popularidad bajo pero altamente peligroso en cuanto a posibilidades de viralización como un bot, que pretende captar *clickbait*s y generar ruido, se puede optar por un nivel de curación medio-bajo o bajo.

Nótese que no adoptamos aquí una visión maximalista respecto a la calidad de la curación, y más allá del nivel 1 (alto), que sería el deseable en toda curación de contenido, en el contexto de lucha contra la desinformación consideramos aceptables los niveles medio-alto y medio-bajo, y en todo caso, se recomienda evitar en lo posible el nivel bajo.

---

**“El nivel 1 (alto) es el deseable en toda curación de contenido, pero en el contexto de lucha contra la desinformación consideramos aceptables los niveles medio-alto y medio-bajo, y se recomienda evitar el nivel bajo”**

---

### Coste de las dos estrategias

De las dos estrategias presentadas en este artículo, nos gustaría también comentar un aspecto intrínseco a las redes sociales, que ha evidenciado la información sobre determinados temas, como la pandemia, el cambio climático, la violencia de género, o las controversias políticas con grupos extremistas. Este es el coste personal para las personas que dedican parte de su tiempo y conocimiento a desmentir la desinformación. Se ha visto el acoso que han sufrido, por ejemplo, determinados científicos o divulgadores por el hecho de estar presentes en las redes sociales y entrar a verificar la desinformación, y con ello, enfrentarse a menudo con perfiles y con campañas agresivas por parte de desinformadores negacionistas o conspiracionistas (López-Borrull, 2022).

La curación de contenidos, sobre todo en su papel de curar la mentira, tiene un valor social, y más aún en una era de polarización ideológica y política que lleva consigo también la necesidad de referentes. Parece cada vez más evidente que la inacción no es suficiente, pues el “dejar hacer” supone en la práctica dejar más espacio para que campe la desinformación.

Así pues, para los perfiles personales e institucionales de actores políticos, científicos, divulgadores o mediáticos de la sociedad, el tener en la actualidad presencia en las redes sociales implica también plantearse qué estrategia seguir ante la desinformación. Sirva este texto también como propuesta de reflexión al respecto.

### Futuras investigaciones

Como última consideración, se proponen algunas posibilidades para futuros trabajos, siendo este un primer estudio exploratorio sobre la conceptualización de las dos estrategias de curación ante la desinformación y sobre solamente unos pocos casos. Las opciones de futuros estudios son múltiples, por ejemplo: analizar la presencia de ambas estrategias en muestras acotadas de publicaciones de diferentes curadores, medios sociales y temáticas; analizar la calidad de la curación en publicaciones de *content curation* contra la desinformación, en base a sistemas como el CAS (Guallar et al., 2021), o entrevistar y encuestar a curadores y verificadores sobre uso de la curación, perspectivas y tendencias.

---

**“Para actores políticos, científicos, divulgadores o mediáticos, tener presencia en redes sociales implica también plantearse qué estrategia seguir ante la desinformación”**

---

## 5. Referencias

Alexandre-Benavent, Rafael; Castelló-Cogollos, Lourdes; Valderrama-Zurián, Juan-Carlos (2020). “Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información”. *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290408.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>

Alonso-López, Nadia; Sidorenko-Bautista, Pavel; Giacomelli, Fabio (2021). “Beyond challenges and viral dance moves: TikTok as a vehicle for disinformation and fact-checking in Spain, Portugal, Brazil, and the USA”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, n. 64, pp. 65-84.  
<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3411>

- Amazeen, Michelle A.** (2015). "Revisiting the epistemology of fact-checking". *Critical review*, v. 27, n. 1.  
<https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>
- Baptista, João-Pedro; Jerónimo, Pedro; Piñeiro-Naval, Valeriano; Gradim, Anabela** (2022). "Elections and fact checking in Portugal: the case of the 2019 and 2022 legislative elections". *Profesional de la información*, v. 31, n. 6, e310611.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.11>
- Basch, Corey H.; Meleo-Erwin, Zoe; Fera, Joseph; Jaime, Christie; Basch, Charles E.** (2021). "A global pandemic in the time of viral memes: Covid-19 vaccine misinformation and disinformation on TikTok". *Human vaccines & immunotherapeutics*, v. 17, n. 8, pp. 2373-2377.  
<https://doi.org/10.1080/21645515.2021.1894896>
- Bennett, W. Lance; Livingston, Steven** (2018). "The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions". *European journal of communication*, v. 33, n. 2, pp. 122-139.  
<https://doi.org/10.1177/10267323118760317>
- Bhargava, Rohit** (2009). "Manifiesto for the content curator: The next big social media job of the future?". *Rohit Bhargava.com*, September 30.  
<http://www.rohitbhargava.com/2009/09/manifiesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future-.html>
- Bustos-Díaz, Javier; Ruiz-del-Olmo, Francisco-Javier** (2020). "Comunicar en tiempos de crisis en las redes sociales. Estrategias de verificación e intermediación informativa en los casos de Facebook, Instagram y Twitter durante la Covid-19". *Hipertext.net*, n. 21, pp. 115-125.  
<https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.10>
- Deshpande, Pawan** (2013). "Six content curation templates for content annotation". *The curata blog*, August 13.  
<http://www.curata.com/blog/6-content-curation-templates-for-content-annotation>
- Gil, Lydia; Guallar, Javier** (2023). "Científicos en redes sociales. Divulgación y curación de contenidos en Twitter: taxonomía y casos". *Index.comunicación*, v. 13, n. 1.  
<https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Cienti>
- Grimes, David-Robert** (2021). "Medical disinformation and the unviable nature of Covid-19 conspiracy theories". *PLoS ONE*, v. 16, n. 3, e0245900.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245900>
- Guallar, Javier** (2018). "Prensa digital en 2015-2017. Los medios frente a las plataformas tecnológicas". *Anuario ThinkEPI*, v. 12, pp. 225-229.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.33>
- Guallar, Javier** (2022). "Curación de contenidos ante la desinformación". *II Seminario Alfabetización contra la Desinformación*. Universidad de Vigo, 11 octubre.  
<http://eprints.rclis.org/43619>
- Guallar, Javier; Codina, Lluís; Abadal, Ernest** (2020). "La investigación sobre curación de contenidos: análisis de la producción académica". *Ibersid*, v. 14, n. 1, pp. 13-22.  
<https://doi.org/10.54886/ibersid.v14i1.4653>
- Guallar, Javier; Codina, Lluís; Freixa, Pere; Pérez-Montoro, Mario** (2020). "Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020". *Telos: revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales*, v. 22, n. 3, pp. 595-613.  
<https://doi.org/10.36390/telos223.09>
- Guallar, Javier; Leiva-Aguilera, Javier** (2013). *El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet*. Barcelona: Editorial UOC, colección El profesional de la información, n. 24, 162 p. ISBN: 978 84 9064 018 0
- Guallar, Javier; Pedraza-Jiménez, Rafael; Pérez-Montoro, Mario; Anton, Laura** (2021). "Curación de contenidos en periodismo. Indicadores y buenas prácticas". *Revista española de documentación científica*. v. 44, n. 2, e296.  
<https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1742>
- Guallar, Javier; Traver, Paula** (2020). "Curación de contenidos en hilos de Twitter. Taxonomía y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, n. 14, e14d06.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14d06>
- López-Borrull, Alexandre** (2022). "Científicas y científicos, ¡no bajéis del escenario!". *COMeIN*, n. 117.  
<https://doi.org/10.7238/c.n117.2201>
- López-Borrull, Alexandre; Ollé, Candela** (2019). "La curación de contenidos científicos como respuesta a las noticias y a la ciencia falsas". *Anuario ThinkEPI*, v. 13, e13e07.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13e07>

- López-Borrull, Alexandre; Ollé, Candela** (2020). "Curación de contenidos científicos en tiempos de *fake science* y Covid-19: una aproximación entre las ciencias de la información y la comunicación". En: *Seminario Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)*. Valencia, España.  
<https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e16>
- López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre** (2018). "Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?". *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1346-1356.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- McKay, Spencer; Tenove, Chris** (2020). "Disinformation as a threat to deliberative democracy". *Political research quarterly*, v. 74, n. 3, pp. 703-717.  
<https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- Magallón-Rosa, Raúl** (2022). "De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda". *Revista más poder local*, n. 50, pp. 49-65.  
<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
- Molina-Cañabate, Juan-Pedro; Magallón-Rosa, Raúl** (2020). "Desinformación y periodismo científico. El caso de Maldita Ciencia". *Revista mediterránea de comunicación*, v. 11, n. 2, pp. 11-21.  
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.4>
- Morejón-Llamas, Noemí; Martín-Ramallal, Pablo; Micaletto-Belda, Juan-Pablo** (2022). "Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine". *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, e310308.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>
- Rocha, Yasmin-Mendes; De-Moura, Gabriel-Acácio; Desidério, Gabriel-Alves; De-Oliveira, Carlos-Henrique; Lourenço, Francisco-Dantas; De-Figueiredo-Nicolete, Larissa-Deadame** (2021). "The impact of fake news on social media and its influence on health during the Covid-19 pandemic: a systematic review". *Journal of public health*.  
<https://doi.org/10.1007/s10389-021-01658-z>
- Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio; Erviti, María-Carmen** (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". *Profesional de la información*, v. 29, n. 3.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sanagustín, Eva** (2017). *Plan de contenidos para medios sociales*. Barcelona: Editorial UOC, colección El profesional de la información, n. 41, 105 p. ISBN: 978 8490293492
- Singer, Jane B.** (2018). "Fact-checkers as entrepreneurs: scalability and sustainability for a new form of watchdog journalism". *Journalism practice*, v. 12, n. 8, pp. 1070-1080.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1493946>
- Spohr, Dominic** (2017). "Fake news and ideological polarization: filter bubbles and selective exposure on social media". *Business information review*, v. 34, n. 3, pp. 150-160.  
<https://doi.org/10.1177/0266382117722446>
- Vizoso, Ángel; Vázquez-Herrero, Jorge** (2019). "Fact-checking platforms in Spanish. Features, organisation and method". *Communication & society*, v. 32, n. 1, pp. 127-144.  
<https://doi.org/10.15581/003.32.37819>