Curación de contenidos

En este apartado vamos a tratar de dar respuesta a dos de los indicadores del marco de referencia en CDD, para esta competencia:

> 2.1.B2.1. Utiliza un instrumento de evaluación y catalogación relacional de contenidos educativos digitales y lo tiene en cuenta en sus estrategias de búsqueda.

> 2.1.B2.3. Mantiene una actitud proactiva para la localización de nuevos repositorios de contenidos digitales.

¿Qué es la Curación de Contenidos?

La curación de contenidos es una técnica que consiste en realizar una búsqueda, recopilación, filtración y selección de la información más relevante que encontramos en Internet (redes sociales, blogs, páginas webs, etc), para difundirla más adelante con nuestra audiencia.

En otras palabras, seleccionar aquellos contenidos que aportan valor para nuestra comunidad. Esta tarea suele hacerla el **curador de contenidos, al que podemos definir como** "*aquel profesional que investiga y recopila la información que existe a diario en Internet y selecciona el contenido más relevante y valioso de su temática*".

Beneficios de la curación de contenidos

Algunas de las ventajas que nos aporta esta estrategia son:

- Una técnica muy buena para **encontrar ideas** para crear nuestros contenidos.
- Ayuda a mejorar el posicionamiento web, a través de contenidos de calidad.
- Ayuda a dar visibilidad a nuestra marca.
- Aumentar el número de seguidores.
- A disminuir la “infoxicación” (intoxicación de información).
- Mejorar la imagen y reputación online de nuestra marca.

7 Pasos esenciales para realizar una óptima curación de contenidos

Copyright 2026

La curación de contenidos tiene una serie de fases que debemos seguir para realizar esta técnica correctamente:

1. **Identificar las necesidades de nuestra audiencia**: Antes de empezar a buscar contenidos, debemos primero identificar cuáles son las necesidades de nuestros seguidores, lo que ellos consideran como **contenido de utilidad.**
2. **Buscar la información en Internet:** Cuando sabemos lo que queremos encontrar, es más fácil identificar esa información. Para ello, utilizaremos los buscadores, redes sociales, sitios web, agregadores para encontrar todos los contenidos que consideramos de interés para la audiencia.
3. **Realizar una filtración:** Una vez seleccionados los contenidos, es importante que realicemos procesos de filtración, para descartar opciones menos válidas. Para ello, es muy importante leer bien los contenidos.
4. **Organizar la información:** Después de filtrados los contenidos, debemos organizarlos y guardarlos con sus fuentes en un sistema de repositorio propio.
5. **Reinventar el contenido:** Uno de los pasos más importantes, ya que debemos crear contenidos frescos y con nuestro toque particular. Debemos pensar en títulos nuevos, nuevas opciones de contenidos, una estructura diferente, etc.
6. **Compartir el contenido:** Ahora que tenemos el contenido deseado, debemos distribuirlo entre nuestra audiencia. Para ello, podemos compartirlo en redes sociales, blogs, páginas webs, agregadores de noticias, etc.
7. **Medir los resultados**: Para terminar, debemos siempre **medir los contenidos** que compartimos en los diferentes canales, para saber cosas como:
   - Qué tipos de contenidos interesan más a nuestra audiencia
   - Cuáles tienen mayor *engagement*.

Y con ello, sabremos qué tipos de contenidos debemos curar y crear para satisfacer las necesidades de nuestra comunidad.

Herramientas para la curación de contenidos

https://embed.wakelet.com/wakes/BELDdr2VIq3togJLFck4f/list

Para saber más:

> https://aulacm.com/curacion-de-contenidos-herramientas/

> https://www.doofinder.com/es/blog/herramientas-de-curacion-de-contenidos

Revision #1
Created 2023-03-31 08:52:37 CEST by Chefo Cariñena
Updated 2023-03-31 09:28:20 CEST by Chefo Cariñena

Copyright 2026