

# Guía básica de *content curation*. Respuestas curadas a preguntas comunes sobre curación

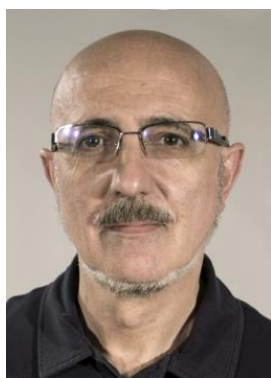
## Basic guide to content curation. Curated answers to common questions about curation

**Javier Guallar**

Cómo citar este artículo:

**Guallar, Javier** (2023). “Guía básica de *content curation*. Respuestas curadas a preguntas comunes sobre curación [Basic guide to content curation. Curated answers to common questions about curation]”. *Infonomy*, v. 1, e23012.

<https://doi.org/10.3145/infonomy.23.012>



**Javier Guallar**

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

<https://www.directorioexit.info/ficha195>

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)

### Resumen

Este artículo presenta una guía básica para curar contenido, con indicaciones de tipo práctico profesional. Es una guía curada de respuestas a preguntas habituales sobre curación, esto es, las respuestas proporcionan enlaces a contenidos digitales que permiten profundizar en los siguientes aspectos: Qué es curación de contenidos; Origen y evolución; Cómo hacer curación; Qué es un content curator; Dónde hacer curación; Qué son las 4S's de la *content curation*; Herramientas; y Técnicas de curación de contenidos.

### Palabras clave

Curación de contenidos; Curación de información; Curación digital; Curador de contenidos; Contenidos digitales; Sistemas; 4S; Búsqueda; Selección; Caracterización; Difusión; Herramientas; Técnicas.

### Abstract

This article presents a basic guide for content curation, with practical and professional indications. It is a curated guide of answers to common questions about curation, that is, the answers provide links to digital content that allows to delve into the following aspects: What is content curation; Origin and evolution; How to do curation; What is a content curator;

Where to do curation; What are the 4S's of content curation; Tools; and Techniques of content curation.

### **Keywords**

Content curation; Information curation; Digital curation; Content curator; Digital content; Systems; 4S; Search; Select; Sense making; Share; Tools; Techniques.

### **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* y (Cuvicom). PID2021-123579OB-I00, Ministerio de Ciencia e Innovación (Micin), España.

### **1. Introducción**

Esta guía es una versión en formato artículo de la *Guía básica de curación* publicada en una serie de posts en el blog *loscontentcurators.com*, adaptada y actualizada a diciembre de 2023.

El propósito de la Guía está alineado con el espíritu inicial divulgativo de esta nueva revista *Infonomy*. Su estructura y contenidos tratan de responder a preguntas e inquietudes comunes o habituales sobre la curación de contenidos. Se centra especialmente en el proceso y en la práctica de curar contenido y no se trata aquí por tanto cómo investigar la curación, para lo cual existe numerosa bibliografía especializada.

Es además una guía de respuestas curadas a preguntas sobre curación. Esto es, las respuestas proporcionan enlaces a contenidos digitales que permiten profundizar en cada uno de los aspectos tratados. Las fuentes ofrecidas en esta guía son tanto publicaciones de carácter profesional, técnico o divulgativo como artículos académicos.

Estas son las preguntas que se responden a continuación:

- Qué es curación de contenidos
- Cuál ha sido el origen y la evolución de la curación de contenidos
- Cómo se puede hacer curación de contenidos
- Qué es un content curator
- Dónde se puede hacer curación de contenidos
- Qué son las 4S's de la *content curation*
- Cuáles son las principales herramientas para curar contenido
- Cuáles son las principales técnicas de curación de contenidos

### **2. Definición**

*¿Qué es curación de contenidos?*

Una respuesta completa a la pregunta de qué se entiende por curación de contenidos, o qué significa curación de contenidos, puede ser esta:

“Sistema llevado a cabo por un especialista (el content curator) para una organización o a título individual, consistente en la búsqueda, selección, caracterización y difusión

continua del contenido más relevante de diversas fuentes de información en la web sobre un tema (o temas) y ámbito (o ámbitos) específicos, para una audiencia determinada, en la web (tendencia mayoritaria) o en otros contextos (p.e., en una organización), ofreciendo un valor añadido y estableciendo con ello una vinculación con la audiencia/usuarios de la misma” (Guallar; Leiva-Aguilera, 2013)

Esta definición está extraída del libro *El content curator*, que publicamos Javier Guallar y Javier Leiva-Aguilera a finales de 2013.

Una síntesis de la definición anterior, en muy pocas palabras, puede ser la siguiente:

“Curación de contenidos es la actividad regular de filtrado de información digital a la que se aporta valor en una nueva publicación”

Podríamos extendernos mucho más, pero esto es lo más básico.

### 3. Origen y evolución

*¿Cuál ha sido el origen y la evolución de la curación de contenidos?*

El origen del término *content curation* se suele situar en un artículo publicado en 2009 por el profesor y profesional de marketing digital Rohit Bhargava titulado “Manifiesto for the content curator” (Bhargava, 2009). Aunque también otros escritos hablan de “curación” en términos similares por esta época, este es el más reconocido como texto fundacional.

Bhargava describe en su manifiesto un futuro inmediato (que se parece bastante al momento actual) caracterizado por el crecimiento continuo de contenido en internet a unos niveles increíbles (duplicación cada 72 horas), ante lo cual no son suficientes los sistemas automatizados (los algoritmos) para localizar los mejores contenidos y son necesarios un nuevo tipo de profesionales, los *content curators*.

La función principal de la curación y de los curadores, para Bhargava, es la de encontrar, filtrar y compartir contenidos de calidad ya existentes aportándoles valor:

“No se trata de crear más contenido, sino de dar sentido (*make sense*) al contenido que otros están creando” (Bhargava, 2009)

Desde ese origen, vinculado al marketing digital, esa idea de la curación de información se ha extendido por otras disciplinas, profesiones y enfoques, como veremos.

En los últimos años, el aumento creciente de la desinformación y sus variantes (desórdenes informativos, bulos, *fake news*) en el ecosistema digital, ha situado en primer plano la relevancia de la curación para hacerles frente, junto a otras estrategias como la alfabetización informacional y la verificación o *fact checking*.

En este sentido, algunas propuestas señalan la necesidad de curar no solamente la información digital relevante, que es la concepción clásica de la *content curation* (“curar la verdad”), sino también la de curar los bulos y las falsedades para desenmascararlos (“curar la mentira”) (López-Borrull; Ollé, 2019; Guallar; López-Borrull, 2022).

#### 4. Cómo hacer curación

*¿Cómo se puede hacer curación de contenidos?*

Si hemos visto que la curación de contenidos es una actividad regular o periódica (por tanto, no es esporádica), es mucho mejor disponer de un método o un sistema de trabajo, y no ir improvisando o cambiando continuamente.

Cada persona puede diseñar su propio sistema, pero es recomendable, al menos como punto de partida, conocer algún método ya existente y descrito en la bibliografía profesional o académica sobre curación. En cualquier caso, en todos los métodos o sistemas descritos, se trata siempre de realizar un proceso consistente en buscar información, seleccionarla, añadirle valor y compartirla.

Algunos métodos son los siguientes:

- El *Work flow de Robin Good* (Good, 2023a [2010]), uno de los sistemas pioneros más populares para curar contenido, creado en 2010 y actualizado recientemente, que describe el proceso de manera muy detallada en 21 fases o acciones.
- *Los 10 pasos de Eva Sanagustín* (Sanagustín, 2012), simplificación de modelos detallados como el anterior en 10 pasos expuestos de manera muy clara.
- *Las 4S's de la content curation*, método que desarrollamos Javier Guallar y Javier Leiva en nuestros libros *El content curator* (Guallar; Leiva-Aguilera, 2013) y *Las 4's de la content curation* (Leiva-Aguilera; Guallar, 2014) y sobre el que volveremos más adelante en otro apartado de esta guía.
- La adaptación de Lluís Codina a la curación del *framework SALSA* (Codina, 2023a), un modelo basado en cuatro fases: búsqueda, evaluación, análisis y síntesis, y que prevé la incorporación de asistentes de Inteligencia Artificial en el proceso.

#### 5. El *content curator*

*¿Qué es un content curator?*

Una respuesta simple sería que es aquella “persona que lleva a cabo de manera regular curaciones de contenido”.

Si queremos ir un poco más allá, podemos recordar la primera definición existente de curador de contenido, la de Rohit Bhargava:

“*Un Content Curator* es alguien que encuentra, agrupa, organiza y comparte continuamente el contenido mejor y más relevante sobre un tema específico online” (Bhargava, 2009).

En esas pocas palabras está la esencia del perfil del curador de contenidos. Hay desde luego otras muchas definiciones, que básicamente lo que hacen es añadir algunos matices a esta. A mi me gustan también especialmente otras dos. La de Dolors Reig, una de las primeras (o quizás la primera) en español, dice así:

“Un *Content Curator*, un Intermediario crítico del conocimiento, es alguien que busca, agrupa y comparte de forma continua (recordemos la Real time web que vivimos) lo más relevante (separa el grano de la paja) en su ámbito de especialización” (Reig, 2010).

Y Steven Rosenbaum ve así a los content curators:

“Personas apasionadas por un área de contenido. Proporcionan una constante actualización de aquello que es interesante, está pasando, y es *cool* en su foco de interés. Tienen un punto de vista personal y coherente, y proporcionan un contexto fiable al contenido que descubren y organizan” (Rosenbaum, 2012).

Esta labor se puede llevar a cabo desde muchos enfoques, ámbitos o profesiones, siempre que se trate con información digital, y tanto dentro de una organización como a nivel individual, como veremos más adelante.

En cuanto a las habilidades que debe tener un buen curador de contenido, sintetizando el enfoque del libro *El content curator* (Guallar; Leiva-Aguilera, 2013), se pueden considerar tres niveles:

-En un primer nivel, debe tener buenas habilidades tanto de Gestión de la información (conocimiento de las técnicas, fuentes de información, tecnologías y recursos para buscar y seleccionar información) como de Comunicación (técnicas de comunicación, redacción, análisis de audiencia, entre otras, con las tecnologías y recursos asociados).

-A un segundo nivel, el *content curator* ideal debe conocer bien la temática o el ámbito específico a curar: puede que ya fuera especialista en ese tema o que se haga especialista tras un proceso de aprendizaje o inmersión en la temática de especialización requerida.

-En un tercer nivel, es importante un buen conocimiento de los *social media*, y, en general, de los medios digitales, ya que el sector de la información digital en internet, y particularmente, de los medios sociales, es muy dinámico y cambiante y un buen curador debe estar permanentemente al día. Muy probablemente, nunca podrá ser un buen curador si no tiene un fuerte interés y/o se siente cómodo en la web social.

Algunos *content curators* profesionales reconocidos por su labor de curación son, por ejemplo: Maria Popova (<https://www.themarginalian.org>, ex *Brainpic-kings*), Cory Doctorow (@doctorow), Dave Pell (<https://nextdraft.com>), Ross Dawson (<https://rossdawson.com>), Harold Jarche (<https://jarche.com>) o Heidi Cohen (<https://heidicohen.com>). Puedes consultar una lista de 24 grandes curadores en este artículo de Robin Good (Good, 2020).

Puedes consultar asimismo la serie de entrevistas que he realizado en el blog *los content curators* a varios curadores españoles: “Cómo trabajan los *content curators*” (Guallar, 2017b).

## 6. Dónde hacer curación

*¿Dónde se puede hacer curación de contenidos?*

Este apartado está dedicado a dar respuesta a las preguntas habituales acerca de dónde se puede hacer curación de contenidos, en referencia tanto a los ámbitos profesionales o disciplinas como a los canales de publicación de curación de información.

Como hemos dicho antes, la idea de la curación de contenidos nace vinculada al sector del marketing digital y ha tenido desde entonces una importante expansión, especialmente entre las profesiones más vinculadas a los *social media* y a los contenidos digitales tanto en el sector privado como en el público.

Es especialmente visible en la práctica profesional y la investigación académica en áreas como Comunicación, Información y Documentación, Educación e Ingeniería y Ciencias informáticas (Guallar; Codina; Abadal, 2020). Así por ejemplo:

Dentro del amplio ámbito de la Comunicación, se hace curación de contenidos de manera regular en Periodismo y medios de comunicación (Guallar, 2014a; Codina, 2021; Lopezosa et al., 2023) o en Comunicación corporativa (Cosa, 2023).

Dentro de la Gestión de la información y la Documentación, es visible, por ejemplo, en la actividad de Bibliotecas y otras unidades de información (Martínez-Cañadas, 2017; Parra-Valero, 2017; Guallar; Traver, 2021).

En el ámbito de la Educación, ha despertado interés a varios niveles educativos, desde primaria a estudios superiores, y tanto para docentes como para estudiantes (Juárez-Popoca et al., 2017; Hernández-Campillo et al., 2021).

En cuanto al ámbito de la Ingeniería y las Ciencias informáticas, se vincula con lo que se suele denominar *curación algorítmica*; esto es, la curación llevada a cabo por sistemas automatizados o algoritmos, siendo este por tanto un enfoque diferente al que seguimos en esta guía que está dedicada a la curación realizada por personas (*curación humana*).

Por otra parte, en cuanto a los canales de publicación, la curación de contenidos es muy empleada:

a) En primer lugar, en las redes sociales mayoritarias, especialmente y desde sus inicios en *Twitter*, en la actualidad *X*, que ha sido sin duda el canal social media considerado tradicionalmente como el más favorable para curar contenido (Sanagustín, 2018; Guallar; Traver, 2020; Sola-Martínez, 2021; Morejón-Llamas *et al.*, 2022; Gil; Guallar, 2023).

También es habitual hacer curación de contenidos en otras grandes redes sociales como:

-*Instagram* (Sanagustín, 2022; Sola-Martínez, 2022; Guallar; Traver, 2023);

-*Facebook* (Sanagustín, 2016);

-*LinkedIn* (Sanagustín, 2020).

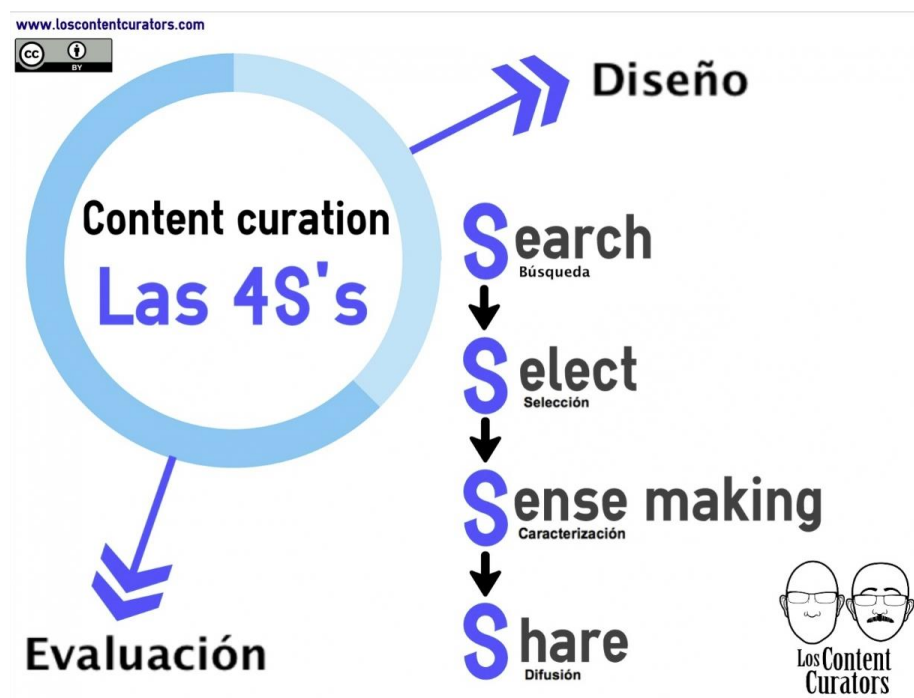
Además, existen algunas plataformas sociales especializadas en curar contenido, generalmente de un uso bastante más minoritario que las anteriores, como *Pinterest*, *Scoop.it* o *Paper.li* (Guallar; Traver, 2021).

b) Por otra parte, se cura contenido también de manera habitual en formatos tradicionalmente más largos de extensión que los posts en las redes sociales, como son los artículos en medios de comunicación digitales o en blogs (Hall, 2016; Cui; Liu, 2017; Guallar, 2017a), o incluso en artículos científicos (Guallar; Hernández-Campillo; Codina, 2022).

c) Y por último, muy especialmente desde mediados de la segunda década del siglo XXI, en las *newsletters* o boletines que se envían por correo electrónico, un canal que se está revelando como muy propicio por sus características específicas para hacer *content curation* (Sanagustín, 2019; Guallar *et al.*, 2021; Silva-Rodríguez, 2021; Cascón-Katchadourian *et al.*, 2022).

## 7. Las 4S's de la *content curation*

¿Qué son las 4S's de la *content curation*?



Las 4S's de la *content curation* es el método de curación de contenidos que proponemos Javier Guallar y Javier Leiva-Aguilera en nuestros libros *El content curator* y *Las 4S's de la content curation* (Guallar; Leiva-Aguilera, 2013; Leiva-Aguilera; Guallar, 2014) y que hemos seguido

desarrollando en diversas publicaciones como algunas de las que se presentan en esta guía.

El método está siendo utilizado y adaptado por profesionales diversos en sus curaciones, como algunos de los curadores de la serie de entrevistas antes mencionada (**Guallar**, 2017b) o empresas especializadas en curación, como *Curation Media* (<https://curationmedia.es/como>).



Las 4S's es la denominación que damos a las fases sucesivas de un proceso de curación: *Search* (búsqueda), *Select* (selección), *Sense making* (caracterización) y *Share* (difusión), con una fase previa de Diseño y una posterior de Evaluación. Un brevísimo resumen sería el siguiente:

- **Diseño:** en esta fase se toman las decisiones estratégicas de objetivos, temas, fuentes, productos resultantes, o frecuencia de publicación, entre otras.
- **Búsqueda (*Search*):** el proceso se inicia con la búsqueda de contenidos en diversos tipos de fuentes y utilizando sistemas complementarios como por ejemplo, alertas, seguimiento por RSS o monitorización de medios sociales, que se verán en el siguiente apartado.
- **Selección (*Select*):** la segunda fase es la selección de los contenidos que queremos dar a conocer, una fase esencialmente intelectual, donde lo más importante es el criterio del curador, pero en la cual también nos podemos apoyar en herramientas diversas.
- **Caracterización (*Sense making*):** etapa crucial de la curación en la que el curador aporta valor a la anterior selección de contenidos mediante una nueva



publicación, empleando para ello alguna o varias de las técnicas de *sense making* que se verán en el último apartado de esta guía.

- Difusión (*Share*): fase final en la que se da a conocer la curación al público por todos aquellos canales o plataformas que se consideren más adecuados.
- Evaluación: análisis o revisión periódica de la curación para detectar opciones de mejora, posibles errores, etc. y, en su caso, plantear los ajustes necesarios en un nuevo diseño.

Se pueden consultar de manera gráfica las 4S's en estas infografías y visualizaciones (**Guallar, 2014b**).

## 8. Herramientas

*¿Cuáles son las principales herramientas para hacer curación de contenidos?*

Es obvio que toda curación de contenidos requiere utilizar una serie de herramientas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las que se utilicen deben estar al servicio de la curación, y no al revés; es decir, las herramientas deben ser las más adecuadas para cumplir los objetivos y el plan marcados en el diseño de la curación. Así, del amplísimo repertorio de programas y aplicaciones disponibles, el *content curator* deberá elegir aquellos que mejor se ajustan a tales parámetros.

En la bibliografía académica y profesional, se pueden encontrar numerosas publicaciones con recomendaciones de herramientas de curación de contenidos. Por ejemplo:

- La selección de herramientas de Eva **Sanagustín** (2020a);
- Las que usa Patricio Contreras para su newsletter en las fases iniciales de búsqueda y selección de contenidos (**Contreras, 2021**);
- Los repertorios de Pierre **Tran** (2021);
- *Mi Toolkit Content Curator* (**Guallar, 2020b; 2022**).
- La exhaustiva y variada recopilación de Robin Good, *Content Discovery Tools* (**Good, 2023a**).

A todas ellas, se deben añadir desde noviembre de 2022 con la aparición de *ChatGPT*, los asistentes de Inteligencia Artificial, como los que analiza y compara en este post Lluís Codina (**Codina, 2023b**).

De entre todas estas referencias, una síntesis de algunas herramientas muy utilizadas y útiles para la *content curation* es la siguiente, agrupadas siguiendo las fases de las 4S's:

Para la fase inicial de Búsqueda y localización de información (*Search*):

- Buscadores como *Google* y *Google Scholar* (este último para búsquedas académicas);
- Sistemas de Alertas como *Google Alerts* y *Talkwalker Alerts*;
- Agregadores de RSS como *Feedly*, *Tiny Tiny RSS*, *The Old Reader*;
- Sistemas de monitorización de redes sociales como *Hootsuite* o *Social Mention*;
- Sistemas de recomendación algorítmica como *Refind*;

- Suscripción a *newsletters* tanto temáticas especializadas como generalistas;
- Asistentes de Inteligencia Artificial, para complementar las operaciones anteriores, como *Bard*, *Perplexity*, *ChatGPT* o *Copilot Microsoft*.

Para la fase de Selección (*Select*): *Notion*, *Evernote*, *Pocket*, *Diigo*, *Instapaper* y otras aplicaciones en la actualidad muy en boga para guardar y gestionar documentos.

Para la fase central de Caracterización o Aportación de valor a la curación (*Sense making*), dependiendo del tipo de plataforma de publicación de la curación:

- Blogs: *WordPress*, *Tumblr*, *Medium*, *Blogger*, *Wix*.
- *Newsletters*: *Substack*, *Mailchimp*.
- Plataformas especializadas en curación: *Pinterest*, *Flipboard*, *Paper.li*, *Curata*, *Scoop.it*, *Wakelet*.
- Redes sociales generalistas: *Twitter/X*, *Instagram*, *Facebook*, *LinkedIn*, *YouTube*, *TikTok*.

Para la fase final de Difusión (*Share*), todas las plataformas digitales mencionadas, y además, las herramientas especializadas en gestión de redes sociales que ayudan en la programación y el análisis de publicaciones, como *Hootsuite*, *Metricool*, *Buffer*, *IFTTT*, así como el eterno correo electrónico.

Además, los asistentes de Inteligencia Artificial mencionados antes no solo pueden apoyar la labor de curación en la fase inicial de búsqueda de contenidos, sino que pueden ser igualmente útiles en cualquiera de las otras fases, para ayudar en la ejecución de las tareas o para servir de inspiración o referencia.

En resumen, elige las aplicaciones que mejor se ajusten a los objetivos de tu curación, y no olvides que siempre lo más importante es seguir una estrategia y un sistema o método.

## 9. Técnicas

*¿Cuáles son las principales técnicas de curación de contenidos?*

Cuando hablamos de técnicas en *content curation*, nos solemos referir a aquellas que puede utilizar un *content curator* para aportar valor al contenido curado. Estas se suelen concentrar en la fase de *Sense making* o caracterización de contenidos, aunque también se puede hablar de técnicas específicas para otros momentos del proceso de curación, y comentamos aquí dos de ellas.

Durante la fase del Diseño de la curación, es recomendable seguir la *Técnica de la Triangulación* que propone Pawan Deshpande para seleccionar el tema de curación. Esta consiste en triangular tres elementos fundamentales: el panorama competitivo, el interés de la audiencia y la densidad del tema a curar, y se trata de seleccionar un tema que pase con éxito la prueba de esos tres filtros (**Deshpande**, 2016).

En la fase de Búsqueda, resulta muy eficaz, antes de empezar propiamente las operaciones de búsqueda de información, elaborar un *Mapa de palabras clave* como el que se describe en este post (Guallar, 2020a).

Entrando ya en la fase crucial de *Sense making*, es interesante tener en cuenta la sistematización de seis técnicas que propone Pawan Deshpande: *Abstracting, Re-titling, Summarizing, Quoting, Storyboarding y Parallelizing* (Deshpande, 2013). En trabajos posteriores, y para esta Guía, propongo una diferenciación de la técnica de *Summarizing* de Deshpande en dos opciones: Resumir y Comentar. Hay que puntualizar asimismo que se puede combinar más de una en la misma publicación.

A continuación se muestra la relación de las principales técnicas de *sense making*, con una breve explicación de cada una así como ejemplos ilustrativos en publicaciones en las redes sociales *Twitter/X* e *Instagram*, extraídos de buenas prácticas seleccionadas en los siguientes estudios recientes: Cascón-Katchadourian, Artigas y Guallar (2023); Gil y Guallar (2023); Guallar y López-Borrull (2022); Guallar y Traver (2020; 2021; 2023).

- **Extraer (*Abstracting*):** La técnica más simple y básica de curación, en la que la aportación de valor es básicamente la propia selección del contenido curado del cual se muestra o extrae una parte, usualmente el título, sin más elaboración o contextualización, como sí hacen las siguientes técnicas.

[https://twitter.com/Miss\\_Salmonella/status/1546582969732812800](https://twitter.com/Miss_Salmonella/status/1546582969732812800)

(Miss Salmonella, @Miss\_Salmonella)

[https://www.instagram.com/p/B\\_kev20o17S/?hl=en](https://www.instagram.com/p/B_kev20o17S/?hl=en)

(Paula Traver, @paulatraver)

- **Retitular (*Re-titling*):** Se trata de ofrecer un título diferente al original, adaptado al público y a las características de la curación.

<https://twitter.com/BiblioPiedras/status/1403661736473993222>

(Biblioteca Piedras Blancas, @BiblioPiedras)

- **Resumir:** Se trata de realizar un resumen de tipo descriptivo o informativo acerca del contenido curado, de manera objetiva, neutra o impersonal. Es probablemente la técnica de curación más empleada.

[https://twitter.com/Revista\\_REDOC/status/1529795736191344640](https://twitter.com/Revista_REDOC/status/1529795736191344640)

(Revista española de documentación científica, @REDC)

<https://twitter.com/MarGomezH/status/1478328435760062465>

(Mar Gómez, @MarGomezH)

<https://www.instagram.com/p/CR6jK4rq-gs>

(Bibliotecas A Coruña, @bibcoruna)

- **Comentar:** Consiste en mostrar explícitamente el punto de vista o la valoración del curador acerca del contenido curado.

[https://twitter.com/gorka\\_orive/status/1490246063080497158](https://twitter.com/gorka_orive/status/1490246063080497158)

(Gorka Orive, @gorka\_orive)

<https://twitter.com/SaludsinBulos/status/1575072571175079936>

(Salud sin bulos, @saludsinbulos)

<https://www.instagram.com/p/CfeH3FVKktt>

(Maidertomasena, @maidertomasena)



- Citar (*Quoting*): Se trata de citar un fragmento, o más de uno, de la fuente original que el autor de la curación considera relevante, re-presentativo o especialmente interesante.

[https://twitter.com/el\\_pais/status/1322552622029688833](https://twitter.com/el_pais/status/1322552622029688833)

(El País, @el\_pais)

**E****EL PAÍS** ✓ @el\_pais · 31 oct. 2020

...

El comisario José Manuel Villarejo también participó en la trama. “Mi obligación era averiguar si existía un lugar, una documentación... Si continuaban dando información a periodistas y si esta persona se movía con tal o cual persona...” (5/11)



1 15 13

[https://twitter.com/revista\\_EPI/status/1559208973722583044](https://twitter.com/revista_EPI/status/1559208973722583044)

(Profesional de la información, @revista\_EPI)

<https://www.instagram.com/p/Ce0ku6UtuPk>

(Asociación FFPaciente, @FFPaciente)

- *Storyboarding*: Consiste en la recopilación de varios contenidos en diferentes formatos (p.e., de redes sociales, webs, imágenes, vídeos...) unidos bajo el hilo conductor del texto del curador.

[https://twitter.com/BNE\\_biblioteca/status/1428271295263920128](https://twitter.com/BNE_biblioteca/status/1428271295263920128)

(Biblioteca Nacional de España, @BNE\_biblioteca)

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17961886339096798> (Juan Llorca,



Biblioteca Nacional de España

@BNE\_biblioteca

Hoy se celebra el #DíaMundialde la Fotografía, ya que el 19 de agosto de 1839, Luis Daguerre presentó el daguerrotipo a la Academia de Ciencias de Francia [bit.ly/34dkqyr](https://bit.ly/34dkqyr) ✓



10:23 a. m. · 19 ago. 2021



3



161



291



9



@juanllorca)

- Paralelizar (*Parallelizing*): Consiste en establecer una relación entre dos o más contenidos, que antes de la curación no estaban relacionados entre sí.

<https://twitter.com/CientificoEsp/status/1321086950036615169> (Científico en España, @CientificoEsp)

[https://www.instagram.com/p/CzBhLJ6tj9v/?img\\_index=4](https://www.instagram.com/p/CzBhLJ6tj9v/?img_index=4)

(Álvaro Bilbao, @soylvarobilbao)

Y esto ha sido todo. Recuerda que siempre puedes ampliar información en las diversas fuentes mencionadas. Espero que esta Guía pueda ser de utilidad para todas aquellas personas interesadas en la *content curation*.

## 10. Referencias

**Bhargava, Rohit** (2009). "Manifesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future?". *Rohit Bhargava.com*, 30 September.

<https://rohitbhargava.com/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future>

**Cascón-Katchadourian, Jesús D.; Artigas, Wileidys; Guallar, Javier** (2023). "Curación de contenidos en las redes sociales de revistas de información y documentación de Iberoamérica". *BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, n. 51. <https://bid.ub.edu/51/cascon.htm>

**Cascón-Katchadourian, Jesús D.; Boté-Vericad, Juan-José; Guallar, Javier** (2022). "Curación de información con marca de autor: análisis de newsletters independientes". *Ibersid: Revista de sistemas de información y documentación*, v. 16, n. 1, pp. 41–53. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v16i1.4799>

**Codina, Lluís** (2023a). "Curación de contenidos para periodistas: un modelo simple basado en el framework SALSA y la IAG". *Lluiscodina.com*, 25 octubre. <https://www.lluiscodina.com/curacion-de-contenidos-salsa>

**Codina, Lluís** (2023b). "¿Qué inteligencia artificial resuelve mejor la curación de contenidos? Análisis comparativo de Bard, Perplexity y Copilot". *Lluiscodina.com*, 23 diciembre. <https://www.lluiscodina.com/curacion-contenidos-bard-perplexity-copilot>

**Contreras, Patricio** (2021). "Así uso Notion para la curatoría de mi boletín Sala de herramientas". *Malditos boletines*, 21 diciembre. <https://medium.com/malditos-boletines/as%C3%AD-uso-notion-para-la-curator%C3%ADa-de-mi-bolet%C3%ADn-sala-de-herramientas-815ccf30bc17>

**Cosa, Marcello** (2023). "El impacto de la Curación de Contenidos en la reputación corporativa". *Gestión Joven*, v. 24, n. 2, pp. 20-26. [https://www.researchgate.net/publication/372646795\\_El\\_impacto\\_de\\_la\\_Curacion\\_de\\_Contentos\\_en\\_la\\_reputacion\\_corporativa](https://www.researchgate.net/publication/372646795_El_impacto_de_la_Curacion_de_Contentos_en_la_reputacion_corporativa)

**Cui, Xi; Liu, Yu** (2017). "How does online news curate linked sources? A content analysis of three online news media". *Journalism*, v. 18, n. 7, pp. 852–870. <https://doi.org/10.1177/1464884916663621>

**Deshpande, Pawan** (2013). "Six content curation templates for content annotation". *The Curata Blog*, 13 August. <http://www.curata.com/blog/6-content-curation-templates-for-content-annotation>

**Deshpande, Pawan** (2016). "The definitive guide to content curation". *The Curata Blog*, September. <http://www.curata.com/blog/the-definitive-guide-to-content-curation>

**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, pp. 55–77. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Cienti>

**Good, Robin** (2020). "Examples of Great Content Curators". *Content Curation Official Guide*, June 7.  
<https://medium.com/content-curation-official-guide/examples-of-great-content-curators-231e346184ef>

**Good, Robin** (2023a). "Content Discovery Tools". *Good Tools*, 12 December.  
<https://goodtools.substack.com/p/content-discovery-tools-good-tools>

**Good, Robin** (2023b [2010]). "Real-Time News Curation – The Complete Guide Part 4: Process, Key Tasks, Workflow". *Master New Media*, August 2.  
<https://masternewmedia.com/real-time-news-curation-the-complete-guide-part-4-process-key-tasks-workflow-3c6dd1e7b844#ixzz6qDCOHXB6>

**Guallar, Javier** (2014a). "Content curation en periodismo (y en documentación periodística)". *Hipertext.net*, 2014, n. 12.  
<https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/275781/364534>

**Guallar, Javier** (2014b). "8 infografías y visualizaciones de las 4S's de la content curation". *Los content curators*, 5 septiembre.  
<http://www.loscontentcurators.com/8-infografias-y-visualizaciones-de-las-4ss-de-la-content-curation>

**Guallar, Javier** (2017a). "Artículos de curación de contenidos. Categorías y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, v. 11, pp. 210-216.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.38>

**Guallar, Javier** (2017b). "Cómo trabajan los content curators". *Los content curators*, 2017.  
<http://www.loscontentcurators.com/category/como-trabajan>

**Guallar, Javier** (2020a). "Mapa de palabras clave para la fase de Search de la content curation". *Los content curators*, 12 enero.  
<http://www.loscontentcurators.com/mapa-de-palabras-clave-para-la-fase-de-search-de-la-content-curation>

**Guallar, Javier** (2020b). "Sistema personal de content curator. Fases, herramientas y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, v. 14.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14d04>

**Guallar, Javier** (2022). "Toolkit content curator, edición 2022". *Los content curators*, 6 diciembre.  
<http://www.loscontentcurators.com/toolkit-content-curator-edicion-2022>

**Guallar, Javier; Antón, Laura; Pedraza-Jiménez, Rafael; Pérez-Montoro, Mario** (2021). "Curación de noticias en el correo electrónico: análisis de newsletters periodísticas españolas". *Revista latina de comunicación social*, n. 79, pp. 47-64.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1488>



**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; Hernández-Campillo, Thais R.; Codina, Lluís** (2022). “Curación de contenidos en artículos científicos. Categorías y casos”. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, v. 24, n. 3, pp. 469-490. <https://doi.org/10.36390/telos243.02>

**Guallar, Javier; Leiva-Aguilera, Javier** (2013). *El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet*. Barcelona: Ed. UOC, 2013, Colección El profesional de la información, n. 24, 168 p. ISBN: 978-84-9064-018-0

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

**Guallar, Javier; Traver, Paula** (2020). “Curación de contenidos en hilos de Twitter. Taxonomía y ejemplos”. *Anuario ThinkEPI*, v. 14, e14d06. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14d06>

**Guallar, Javier; Traver, Paula** (2021). “Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas”. *Anuario ThinkEPI*, 2021, v. 15. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2021.e15d02>

**Guallar, Javier; Traver, Paula** (2023). “Cómo curar contenido en Instagram. Taxonomía y casos”. *Anuario ThinkEPI*, v. 17. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a45>

**Hall, Mitchel** (2016). “Content curation: The art of a curated post [Infographic]”. *Curata blog*. <https://curata.com/blog/content-curation-the-art-of-a-curated-post-infographic>

**Hernández-Campillo, Thais R.; Carvajal-Hernández, Bárbara M.; Legañoa-Ferrá, María; Campillo-Torres, Irima** (2021). “Retos y perspectivas de la curación de contenidos digitales en la formación continua de profesores universitarios”. *Perspectiva Educativa*, v. 60, n. 1. <http://dx.doi.org/10.4151/07189729-vol.60-iss.1-art.1091>

**Juárez-Popoca, Diana; Torres-Gastelú, Carlos A.; Herrera-Díaz, Luz E.** (2017). “Las posibilidades educativas de la curación de contenidos: una revisión de literatura”. *Apertura*, v. 9, n. 2, pp. 116-131. <https://doi.org/10.32870/ap.v9n2.1046>

**Leiva-Aguilera, Javier; Guallar, Javier** (2014). *Las 4S's de la content curation. Estudio de caso*. Ebook. <http://www.loscontentcurators.com/las-4ss-de-la-content-curation-ebook>

**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>

**Lopezosa, Carlos; Guallar, Javier; Codina, Lluís; Pérez-Montoro, Mario** (2023). “Curación de contenido y periodismo: revisión sistematizada exploratoria y visión experta”. *Revista Mediterránea de Comunicación*, v. 14, n. 1, pp. 205–223. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.22810>

**Martínez-Cañadas, Evelio** (2017). *Curación de contenidos para bibliotecas*. Editorial UOC.

**Morejón-Llamas, Noemí; Martí-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. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>

**Parra-Valero, Pablo** (2017). “Curación de contenidos desde bibliotecas: competencias, herramientas y aplicaciones”. *Ciência da Informação*, v. 45, n. 2, pp. 103-117. <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/3805>

**Reig, Dolors** (2010). “Content curator, Intermediario del conocimiento: nueva profesión para la web 3.0”. *El caparazón*, 2010. <https://dreig.eu/caparazon/content-curator-web-3>

**Rosenbaum, Steven** (2012). “Content Curators are the New Superheros of the Web”. *Fast Company*, 2012. <https://www.fastcompany.com/1834177/content-curators-are-new-superheros-web>

**Sanagustín, Eva** (2012). *Content curation en 10 pasos*. Ebook, agosto. <https://www.marketingdecontenidos.es/biblioteca/content-curation-en-10-pasos>

**Sanagustín, Eva** (2016). “Como hacer content curation en Facebook”. *d+m, el blog de Eva Sanagustín*, 5 diciembre. <https://www.evasanagustin.com/workaholic/2016/12/05/contenidos-como-hacer-content-curation-en-facebook>

**Sanagustín, Eva** (2018). *Content curation en Twitter con Hootsuite*. Ebook, julio. <https://www.marketingdecontenidos.es/biblioteca/content-curation-en-twitter-con-hootsuite>

**Sanagustín, Eva** (2019). *Content curation por correo electrónico*. Ebook, marzo. <https://www.marketingdecontenidos.es/biblioteca/content-curation-email>

**Sanagustin, Eva** (2020a). “[Contenidos] Usar herramientas de content curation es obligatorio”. *D+M, blog de Eva Sanagustín*, 18 mayo. <https://www.evasanagustin.com/workaholic/2020/05/18/contenidos-usar-herramientas-de-content-curation-es-obligatorio>

**Sanagustín, Eva** (2020b). *Content curation en LinkedIn*. Ebook, julio.  
<https://www.marketingdecontenidos.es/biblioteca/content-curation-en-linkedin>

**Sanagustín, Eva** (2022). "Content curation en Instagram". *d+m, el blog de Eva Sanagustín*, 28 marzo.  
<https://www.evasanagustin.com/workaholic/2022/03/28/contenidos-content-curation-en-instagram>

**Silva-Rodríguez, Alba** (2021). "Emergencia de newsletters especializadas en Covid-19: información curada y actualizada en el email". *Profesional de la información*, v. 30, n. 4.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.10>

**Sola-Martínez, María-José** (2021). "Los hilos en Twitter: cómo evaluarlos y estudio de su uso en el perfil de la Biblioteca Nacional de España". Preprint.  
<http://eprints.rclis.org/42502>

**Sola-Martínez, María-José** (2022). "7 opciones para curar contenidos de Instagram sin Instagram". En: *16es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació*, 26 mayo 2022.  
<https://www.youtube.com/watch?v=H1yN4DzMbmY>

**Tran, Pierre** (2021). "Comparatif des plates-formes de curation". *SocialCompare*, 2021.  
<https://socialcompare.com/en/comparison/curation-platforms-amplify-knowledge-plaza-storify>