

# Artículos de curación de contenidos. Categorías y ejemplos

Content curation articles. Categories and examples

Javier Guallar

**Guallar, Javier** (2017). "Artículos de curación de contenidos. Categorías y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, v. 11, pp. 210-216.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.38>

Publicado en *IweTel* el 16 de marzo de 2017



**Resumen:** Se presenta una propuesta de indicadores para el análisis de artículos basados en curación de contenidos. Se consideran dos parámetros fundamentales: curación y contenidos, y para cada uno de ellos se proponen diversos indicadores con tipos de artículos y ejemplos.

**Palabras clave:** Curación de contenidos; Artículos; Blogs; Publicaciones digitales; Contenido; Caracterización.

**Abstract:** A proposal of indicators for the analysis of articles based on content curation is presented. Two fundamental parameters are considered: curation and content, and for each, several indicators are proposed with types of articles and examples.

**Keywords:** Content curation; Articles; Blogs; Digital publications; Content; Sense making.

## 1. Introducción

Dedicamos esta nota para el *Anuario ThinkEPI* a presentar un análisis de un tipo de producto concreto basado en curación de contenidos como es el artículo o post de publicación digital, blog o sitio web, mostrando una primera propuesta exploratoria de tipologías a partir de varios elementos de análisis con ejemplos.

En ocasiones anteriores, en *Anuario ThinkEPI* nos hemos referido al perfil profesional del *content curator*, comparándolo y contrastándolo con el del *community manager* (Guallar; Leiva-Aguilera, 2014), y hemos analizado ejemplos de su uso en herramientas social media por un determinado tipo de organización, las bibliotecas (Guallar, 2016). En ese último artículo no estudiamos los blogs por considerarlos de una especificidad y complejidad suficientes para necesitar un análisis diferenciado, que es lo que hacemos en la presente nota, extendiendo ahora la mirada a la *content curation* en general y no a su uso en un

determinado contexto temático u organizacional.

La curación de contenidos en blogs o webs es una de las más utilizadas en la actualidad. El blog (y en general, un sitio web), es la herramienta más versátil para realizar curación de contenidos ya que las posibilidades de aportar valor mediante diversas técnicas de *sense making* o caracterización de contenidos son múltiples (Guallar, Leiva-Aguilera, 2013, p. 121). En este texto presentamos una aproximación a la descripción de sus diferentes tipos y formas.

---

**“El blog (y en general, un sitio web), es la herramienta más versátil para realizar curación de contenidos ya que las posibilidades de aportar valor son múltiples”**

---

## 2. Método de análisis: parámetros, indicadores y categorías

### Parámetros

Si en toda curación de contenidos existen dos elementos componentes básicos o nucleares, que vienen ya indicados por el propio término: “curación” y “contenidos”, podemos establecer dos parámetros de análisis a partir de cada uno de estos elementos nucleares: los contenidos y la curación.

Cabe añadir que en este trabajo utilizamos el concepto “parámetro” en el sentido de la metodología de Codina y Pedraza-Jiménez:

“los parámetros responden a la pregunta de qué queremos estudiar y son el marco que garantiza la coherencia de un estudio” (Codina; Pedraza-Jiménez, 2016, p. 23).

### Indicadores

Para cada parámetro se pueden establecer, en su caso, subcategorías o elementos más concretos, que denominaremos, siguiendo la anterior metodología mencionada, indicadores. Estos son los “elementos de análisis” que responden a la pregunta de “cómo vamos a hacer el estudio”.

### Categorías

Finalmente, en nuestro caso, la aplicación de los parámetros e indicadores establecidos dará lugar a diversas tipologías o categorías de artículos de curación de contenidos. Las categorías no son excluyentes sino complementarias y un mismo artículo puede participar fácilmente de varias de ellas.

---

**“Podemos establecer dos parámetros de análisis a partir de cada uno de los dos elementos nucleares: los contenidos y la curación”**

---

## 3. Resultados

Se muestran a continuación los parámetros, indicadores y categorías considerados, con ejemplos.

### A. Parámetro: Contenidos

#### A1. Indicador: Cantidad de fuentes de contenidos curadas

Este indicador determinará de manera importante la categoría del artículo resultante, ya que es una de las diferenciaciones más claras que se pueden establecer en un primer momento a la hora de distinguir unos tipos de artículos de *curation* de otros.

Se consideran dos grandes tipos:

- artículos que curan un solo contenido;
- artículos que curan varios contenidos.

La primera opción, artículos con curación de un sólo contenido, ha sido explorada ampliamente en la literatura profesional y existen diversas pautas o metodologías para realizar posts exitosos de *content curation* a partir de una sola fuente (una de las más conocidas es la de Barca, 2014).

Pero seguramente el segundo caso esté en estos momentos más extendido, bajo diversas formas. La mayoría de los ejemplos que se verán en las categorías siguientes se inscribirán de hecho en esta segunda tipología.

#### Curación de un solo contenido

“Un mal poema ensucia el mundo, de Joan Margarit”, por Evelio Martínez en *Bibarnablog*, 13 octubre 2016

<http://bibarnabloc.cat/2016/10/13/mal-poema-ensucia-mundo-joan-margarit>

Ejemplo de la clásica reseña sobre una obra literaria, llevada aquí al terreno de la *curation*, en un blog de recomendaciones realizadas por profesionales de bibliotecas públicas.

#### Curación de varios contenidos

“Las mejores especias: más sabor en tu comida y más años en tu vida”, por Marcos Vázquez en *Fitness revolucionario*, 16 julio 2016

<http://www.fitnessrevolucionario.com/2016/07/16/las-mejores-especias>

Artículo de un blog de contenido temático especializado que se basa en la curación de una gran cantidad de fuentes de contenidos para apoyar y desarrollar la línea argumental.

#### A2. Indicador: Rango temporal del contenido curado

Se pueden distinguir cuatro categorías:

- información retrospectiva o atemporal (de meses o de años anteriores);
- información reciente (de los últimos días o semanas);
- información actual (de las últimas horas);
- información en tiempo real.

Esta categorización ha sido tratada en otro trabajo para analizar contenidos de medios periódicos digitales (Guallar, 2017a). Los ejemplos que se muestran de este indicador corresponden en su mayoría a dicho artículo.

En el caso de la *curation* periodística es fácil y útil diferenciarla en cada uno de estos rangos temporales, el primero de ellos (información retrospectiva) muy relacionado con lo que tradicionalmente se ha considerado documentación

periodística, mientras que el resto ha crecido exponencialmente en los últimos años a medida que los medios sociales y la información en tiempo real han ido ganando protagonismo en los hábitos informativos de las audiencias. Asimismo, fuera de los medios periodísticos, se pueden apreciar fácilmente muestras de curación en las que los contenidos se inscriben en alguno de estos marcos temporales.

Las categorías resultantes de la aplicación de este indicador de análisis no son totalmente excluyentes, y es factible una combinación de por ejemplo dos de ellas en un mismo artículo.

---

**“Según el rango temporal, distinguimos información retrospectiva o atemporal, reciente, actual e información en tiempo real”**

---

**Curación de información retrospectiva o atemporal**

“Radiografía de la #thinspiration, una peli-grosa apología de la delgadez extrema” por Lucía Caballero en *Diario.es, Hoja de Router*, 19 junio 2015.

[http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/thinspiration-thinspo-anorexia-bulimia-internet-Twitter\\_0\\_399310527.html](http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/thinspiration-thinspo-anorexia-bulimia-internet-Twitter_0_399310527.html)

Ejemplo de artículo de investigación perio-dística que recoge una gran variedad de fuentes, la gran mayoría de carácter retros-pectivo.

**Curación de información reciente**

“Los imperdibles de Next Media #28” en *Lavinia Next Media*, 20 enero 2017.  
<http://nextmedia.lavinia.tclimperdibles/los-imperdibles-de-next-media-28>

Esta es una categoría de artículo ampliamente utiliza-da en la curación de conte-nidos actualmente, siguiendo en muchos casos una periodi-cidad determinada, por ejem-plo, semanal. El ejemplo mos-trado es representativo: una selección de las informaciones consideradas más relevantes publicadas durante la última semana en el tema de espe-cialización del blog.

**Curación de información actual**

“Batalla de hashtags en el Hemiciclo: #HayFu-turo contra #LaEspañaReal” por Joaquín Vera en *El mundo*, 24 febrero 2015.

<http://www.elmundo.es/espana/2015/02/24/54ec6ab222601df9408b4579.html>

Ejemplo representativo de un tipo de artículo bastante repetido en la prensa digital: curación de contenidos publicados en las últimas horas en relación a un tema o a un hecho noticioso de actualidad.

**Curación de información en tiempo real**

“Série d’attaques terroristes à Paris, au moins 120 morts, état d’urgence décrété” en *Liberation*, 13 noviembre 2015.

[http://www.liberation.fr/france/2015/11/13/ufusillade-dans-le-10e-arrondissement-de-paris\\_1413313](http://www.liberation.fr/france/2015/11/13/ufusillade-dans-le-10e-arrondissement-de-paris_1413313)

La realización de un artículo como el de este ejemplo, que se vaya actualizando en directo en el seguimiento de contenidos de diversas fuentes en torno a una información determinada (en este caso, la cobertura en directo de los atentados terroristas de noviembre de 2015 en París), se aprecia fundamentalmente en grandes medios periodísticos digitales.

**A3. Indicador: Procedencia del contenido curado**

Se distinguen tres posibilidades:

- curación de contenidos externos;
- curación de contenido propio;
- una mezcla de ambos.

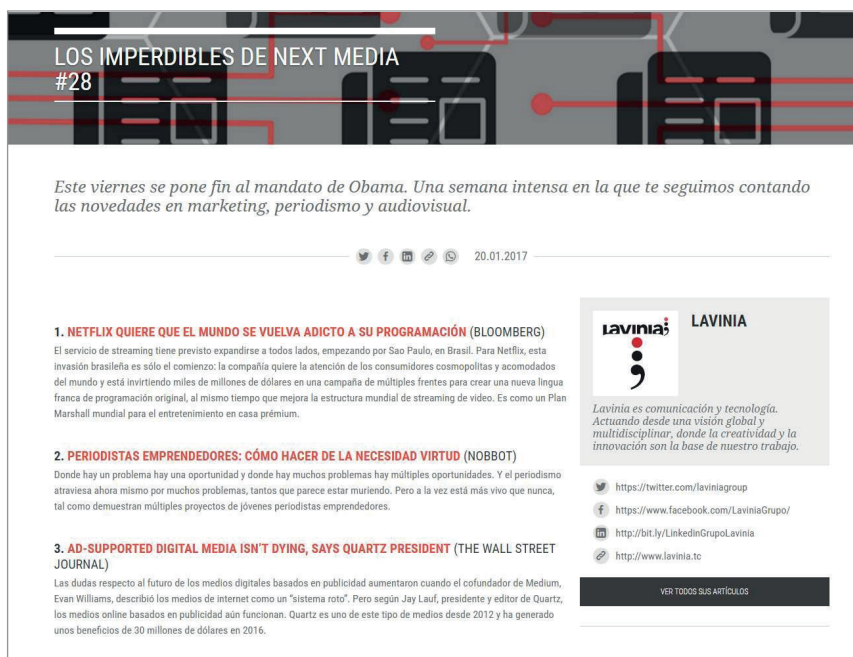


Imagen 1. “Los imperdibles de Next Media”, ejemplo de curación de información reciente (última semana)  
<http://nextmedia.lavinia.tclimperdibles/los-imperdibles-de-next-media-28>



Aunque lo más habitual cuando se habla de curación sea en relación al contenido de terceros, en determinados contextos con una presencia intensiva de información propia (creada o intermediada), por ejemplo, en medios de comunicación o bibliotecas, el artículo basado en la curación de contenidos propios es también importante. También es una opción interesante la combinación de ambos, algo que algunos especialistas recomiendan (Roser Manté, en **Guallar** 2017b).

### Curación de contenidos externos

“Hay más cine ahí fuera: El regreso del Nota, los aplausos de Kidman y la broma de Cotillard” por Mikel Zorrilla en *Blog de cine*, 12 marzo 2017.

<https://www.blogdecine.com/otros/hay-mas-cine-ahi-fuera-el-regreso-del-nota-los-aplausos-de-kidman-y-la-broma-de-cotillard>

No hay mucho que añadir a la descripción de esta categoría ya que es, *per se*, la prototípica de la curación de contenidos. El ejemplo se trata de un post de una sección dedicada específicamente a la curación de contenidos dentro de una publicación digital especializada en cine.

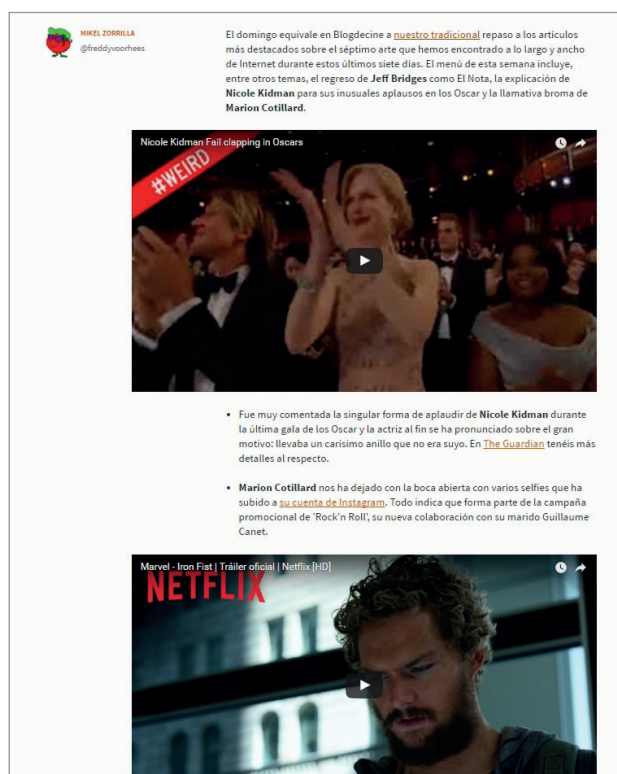


Imagen 2. Ejemplo de post de curación de diversos contenidos externos  
<https://www.blogdecine.com/otros/hay-mas-cine-ahi-fuera-el-regreso-del-nota-los-aplausos-de-kidman-y-la-broma-de-cotillard>

### Curación de contenido propio

“Geert Wilders, el hombre que quiere expulsar el islam de Europa” por Carles Planas Bou en *El periódico de Catalunya*, 14 marzo 2017.

<http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/geert-wilders-hombre-que-quiere-expulsar-islam-europa-5892035>

Esta es la categoría de artículo más empleada tradicionalmente por la prensa digital. En el ejemplo se aprecia un reportaje del tipo perfil biográfico basado en la curación exclusivamente de contenidos publicados anteriormente por el propio diario.

### Curación de contenido propio y externo

“Las obras de Lorca, Unamuno y Valle-Inclán pasan a dominio público” en *Comunidad Baratz*, 10 enero 2017.

<http://www.comunidadbaratz.com/blog/las-obras-de-lorca-unamuno-y-valle-inclan-pasan-a-dominio-publico/>

Aunque en este ejemplo la mayoría de contenido curado se puede ver que es externo también hay en el mismo contenido curado propio. Este tipo de combinación (externo + propio) es una categoría muy interesante para blogs corporati-



Imagen 3. Ejemplo de post de curación de diversos contenidos propios  
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/geert-wilders-hombre-que-quiere-expulsar-islam-europa-5892035>

vos (o personales) desde la perspectiva del marketing de contenidos.

## B. Parámetro: Curación

### B1. Indicador: Técnicas de caracterización o sense making

Es uno de los elementos clave en la medida que consideremos que la aportación de valor es algo esencial en un trabajo de *content curation*.

Existen diversas técnicas para ello, siendo una de las clasificaciones de las mismas más conocida la que propone **Deshpande** (2013), quien considera seis técnicas fundamentales, de menor a mayor dificultad para el curador:

- extractar;
- retitular;
- resumir o comentar;
- citar;
- *storyboarding*;
- paralelizar.

Aunque todas ellas son de facto aplicables en un artículo, se consideran aquí las cuatro últimas.

Pueden presentarse independientemente o combinadas más de una en el mismo artículo.

#### Resumir o comentar (*summarizing*)

“Cuatro buenos y distintos ejemplos de curación de contenidos en español” por Luisangel Mendaña en *Lugar Zen*, [s.f.], 2015.

<http://www.lugarzen.es/cuatro-buenos-y-distintos-ejemplos-de-curacion-de-contenidos-en-espanol-2>

Probablemente es la técnica más empleada con diferencia. Consiste en redactar un resumen o un comentario original más o menos breve. También se pueden considerar como dos técnicas diferenciadas: el resumen o el comentario; en este caso, la segunda, tendría más aportación personal del *curator* que la primera. En el ejemplo, se trata de un comentario personal del *curator* sobre los contenidos seleccionados.

#### Citar (*quoting*)

“Sobre María Moliner y cómo mantener el entusiasmo: una versión libre” por Evelio Martínez en *Emartibd*, 21 marzo 2016.

<https://emartibd.wordpress.com/2016/03/21/sobre-maria-moliner-y-como-mantener-el-entusiasmo-una-version-libre/#more-73>

Consiste en copiar literalmente una selección entrecortada del contenido original, presentada o comentada por el *curator*. En el ejemplo, el post presenta una distinción muy clara entre el texto del contenido curado y el redactado por el propio autor, ambos con tipografías y formatos diferenciados.

### Storyboarding

“Artículos de la semana que debes tener en cuenta” por Miquel Pellicer en *Miquelpellicer.com*, 4 diciembre 2016.

<http://miquelpellicer.com/2016/12/articulos-la-semana-debes-cuenta>

*Storyboarding* consiste en reunir diversas piezas de contenido en formatos diversos (por ejemplo, textos de artículos, fotos, tuits...) intercalando texto propio. En el ejemplo se trata de un post de contenido fundamentalmente de *Twitter* curado con la plataforma *Storify*.

### Paralelizar (*parallelizing*)

“The relationship between creativity and mental illness” por Maria Popova en *Brain pickings*, 21 julio 2014.

<https://www.brainpickings.org/2014/07/21/creativity-and-mental-illness>

Esta técnica consiste en presentar dos o más contenidos que no parecen tener vinculación entre ellos pero que el *curator* relaciona, justificando y explicando dicha vinculación. El ejemplo es una muestra del celebrado trabajo de Maria



Imagen 4. Ejemplo de utilización de la técnica de *quoting*: las citas aparecen claramente diferenciadas del texto propio

<https://emartibd.wordpress.com/2016/03/21/sobre-maria-moliner-y-como-mantener-el-entusiasmo-una-version-libre>

Popova en su web *Brain pickings*, una de las cumbres de la *curation*.

## B2. Indicador: Integración del contenido curado en el artículo

Nos referimos en este apartado a la manera de presentar en el artículo la conexión a la consulta del contenido curado. Se distinguen varias posibilidades, que pueden ir de manera independiente o combinada en un mismo artículo:

---

**“Las seis técnicas fundamentales de sense making son de menor a mayor dificultad: extractar, retitular, resumir o comentar, citar, *storyboarding* y paralelizar”**

---

### Enlace embebido en el texto

“Friday’s finds #292” por Harold Jarche en *Harold Jarche*, 17 febrero 2017.  
<http://jarche.com/2017/02/fridays-finds-292>

La tipología más habitual en el contexto de la información digital. Esta viene siendo la fórmula de presentar contenidos de internet (internos o externos) plenamente asumida por creadores de contenido y usuarios de la Red desde los orígenes de la misma. El post de ejemplo es una muestra estándar de ello: presenta los contenidos curados mediante enlaces embebidos.

### Url explícito

Para ilustrar esta categoría ponemos como ejemplo la visualización de las referencias de este propio artículo (en sí, un ejemplo de *content curation*) en la lista de distribución *Iwetel* o en la publicación digital *Anuario ThinkEPI* (sus dos lugares de publicación). Este es un sistema que proviene de la publicación impresa y que es el habitual en determinados contextos, como es el caso de las publicaciones académicas.

### Imagen

“[Contenidos] Datos a favor de publicar mejor contenido (calidad), no más contenido (cantidad)” por Eva Sanagustín en *D+M, blog de Eva Sanagustín*, 10 octubre 2016.  
<https://goo.gl/Y1TRc>

Cuando en el artículo se presenta un contenido curado en

forma de imagen (que puede llevar o no enlace a la publicación original). En el post del ejemplo, junto a los enlaces embebidos en texto, se presenta una imagen de una fuente externa cuyo contenido se ha considerado relevante por el *curator*.

### Contenido incrustado desde plataforma social media

“Adiós a Jay Cross” por Marta Torán en *Reflexiones sobre aprendizaje*, noviembre 2015.

<http://martatoran.blogspot.com.es/2015/11/adios-jay-cross.html>

El contenido curado se integra dentro del texto del blog y al acceder al mismo se puede consultar sin salir del propio blog pero con las características propias de la plataforma original: por ejemplo, la visualización de un video de *Youtube*. Es un recurso habitual para curar contenidos publicados en medios sociales como *Youtube*, *Storify* o *Scoop.it*. En el post de ejemplo se puede apreciar la incrustación de un video dentro del texto del post.

## 4. Reflexiones finales

Se ha presentado una primera propuesta de categorización de los artículos realizados con curación de contenidos, algo que hasta donde alcanza este autor, no existe previamente en la bibliografía académica o profesional, más allá de algunas propuestas sobre elementos concretos, como la ya mencionada de **Deshpande** (2013). Se ha pretendido con ello realizar una aportación al



Imagen 5. Ejemplo de contenido incrustado desde plataforma social media: un video de *Youtube*  
<http://martatoran.blogspot.com.es/2015/11/adios-jay-cross.html>



estudio y el análisis de la curación de contenidos como disciplina y especialidad profesional emergente en las ciencias de la documentación y de la comunicación.

Es una primera propuesta exploratoria, y por ello necesita y demanda posteriores refinamientos y actualizaciones, así como profundizar en el estudio de las diversas categorías que aquí se presentan. Es algo a lo que por nuestra parte se espera dar continuidad en el futuro, considerando tanto las continuas aportaciones de los profesionales y estudiosos de la especialidad como la propia dinámica evolutiva de los social media y la curación de contenidos.

## 5. Bibliografía

**Barca, Alex** (2014). "Content curation: The art of a curated post [Infographic]". *Curata blog*, 9 octubre. <http://www.curata.com/blog/content-curation-the-art-of-a-curved-post-infographic/>

**Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael** (2016). "Características y componentes de un sistema de análisis de medios digitales: el SAAMD". En: Pedraza-Jiménez, Rafael; Codina, Lluís; Guallar, Javier. *Calidad en sitios web. Método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo*. Barcelona: Editorial UOC, colección EPI Scholar, n. 5, pp. 15-40.

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

**Guallar, Javier** (2016). "Curación de contenidos en bibliotecas mediante plataformas social media". *Anuario ThinkEPI*, v. 10, pp. 142-151.

<http://eprints.rclis.org/29511>

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2016.30>

**Guallar, Javier** (2017a). "Content curation in digital media: Between retrospective and real-time information". En: Campos-Freire, Francisco; Rúas-Araújo, Xosé; Martínez-Fernández, Valentín-Alejandro; López-García, Xosé (eds.). *Media and metamedia management*. Springer International Publishing AG, pp. 37-46. ISBN: 978 3319460666

**Guallar, Javier** (2017b). "Roser Manté: Recomiendo una mezcla entre curar contenidos de terceros y propios". *Los content curators*, 21 febrero <http://www.loscontentcurators.com/roser-mante-mezcla-curar-contenidos-terceros-propios>

**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 8490640180 <http://www.loscontentcurators.com/el-content-curator-libro>

**Guallar, Javier; Leiva-Aguilera, Javier** (2014). "Perfiles profesionales de *community manager* y *content curator*: convergencias y divergencias". *Anuario ThinkEPI*, v. 8, pp. 73-80 <http://eprints.rclis.org/22996/>

**Javier Guallar**

Universitat de Barcelona

Facultat de Biblioteconomia i Documentació

[Loscontentcurators.com](http://Loscontentcurators.com)

[jguallar@gmail.com](mailto:jguallar@gmail.com)