



CRÍTICA DE LIBROS / BOOK REVIEWS

El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet

Javier Guallar, Javier Leiva-Aguilera

Barcelona: Editorial UOC, 2013. (El profesional de la información: 24). ISBN 978-84-9064-018-0

«La gente quiere menos contenido, no más». Con estas palabras de Steve Rosenbaum se podría resumir el papel del *content curator*, una figura de reciente aparición —la primera referencia se produce en 2009— que cobra vida en un contexto de sobreabundancia de información propiciado por la web social y por la necesidad de escuchar lo que se dice de una marca o sobre un tema en un entorno en el que las fuentes de información están hiper-fragmentadas. Su función no es otra que la de dar valor y publicar contenidos previamente seleccionados sobre un tema.

Sobre esta figura y la labor que desempeña trata el libro de Javier Guallar y Javier Leiva-Aguilera *El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet*, que tiene el honor de ser el primer libro en español sobre el tema. Este texto supone una interesante aportación en el panorama bibliográfico no sólo por la novedad del asunto y su especial interés en el ámbito de la Documentación, como se podrá apreciar más adelante, sino también porque aporta el marco conceptual, la metodología y las herramientas básicas para la *content curation* y constituye así el único manual de referencia en este momento.

Teoría y práctica se equilibran a la perfección en dos grandes apartados. En el primero de ellos se introduce la figura del *content curator* y el contexto en el que surge, así como el punto de vista de diferentes especialistas en el tema. Con gran delicadeza y precisión se logra definir a pequeñas pinceladas qué es la *content curation* y también lo que no es, consiguiendo diferenciarla de procesos como la agregación, la difusión selectiva de la información o la recomendación social.

Los autores no evitan en ningún momento aspectos espinosos y, ante ellos, adoptan soluciones prácticas. Es lo que sucede con el asunto de la terminología, especialmente controvertido en su traducción al español, puesto que no se ha encontrado una solución satisfactoria para todos. En este sentido, Guallar y Leiva-Aguilera han preferido adoptar el mismo término que en inglés, no sin antes explicar las propuestas existentes, sus pros y sus contras.

Otro aspecto que ha suscitado debate es la asimilación de este campo por parte de diferentes áreas profesionales, como la Documentación, el Marketing o la Comunicación. Desde el ámbito de la Documentación se han oído voces que comparan

la *content curation* con el trabajo tradicional del documentalista, por lo que niegan la existencia de una nueva especialización y consideran que es más adecuado asimilarla. Lo cierto es que la *content curation*, como explican Guallar y Leiva-Aguilera, se produce en un nuevo contexto y requiere de tareas y habilidades adicionales propias de la Comunicación y, en algunos casos, del Marketing o incluso de la Inteligencia competitiva.

En la segunda parte del libro, de carácter eminentemente práctico, los autores desarrollan una metodología propia que denominan 4S, debido a que comprende cuatro fases: *search, select, sense making, share* (búsqueda, selección, caracterización y difusión). Su punto de partida está en el método de las 3S, propuesto por Beth Kanter, al que añaden la fase de selección. A esas cuatro fases los autores añaden dos más: una previa, de diseño y planificación, y otra posterior de evaluación o análisis.

Se estructura así la parte práctica como un proceso informativo en el que la labor humana resulta indispensable. Y es que, aunque los procesos de búsqueda y publicación de información puedan ser automatizados en parte, sólo las personas tienen la capacidad de seleccionar en función de unos criterios preestablecidos y de darles un valor añadido.

Cabe destacar en este apartado la amplia exposición de herramientas de utilidad para la *content curation*, clasificadas según la fase —o las fases— en la que sirven de apoyo. Paper.li, Storify, Pinterest, Pocket, Flipboard, Google Alerts o Twitter son algunas de ellas. La mayoría funciona a través de la web y son gratuitas, por lo tanto asequibles para cualquiera. En el texto se explica su utilidad, sus puntos fuertes y debilidades y su uso de forma bastante detallada.

Cada una de estas herramientas pueden ser de utilidad por sí solas para cualquier documentalista, gestor de comunidades en línea y para internautas, independientemente de si desempeñan o no tareas propias de un *content curator*. Es por eso que este libro tiene un interés más allá del área que trata, también por su lenguaje sencillo y por la forma de explicar unos contenidos asequibles para cualquier internauta, y puede ser recomendable incluso para los usuarios de bibliotecas.

El lector también encontrará en la segunda parte una descripción y pautas detalladas sobre cada fase, que tienen como

objetivo guiar durante el proceso de *content curation* y que son fruto de la reconocida experiencia profesional de los autores. Esto le convierte en un texto muy completo a pesar de su corta extensión, de 162 páginas. La obra finaliza con un epílogo y se completa con una extensa bibliografía.

En definitiva, *El content curator* es un título imprescindible y muy asequible para todos aquellos estudiantes y profesionales que deseen entender y asimilar los procesos de información en la web actual. Si en los inicios de internet el papel de los docu-

mentalistas estaba en organizar la información, en la segunda década del siglo XXI la *content curation* pone de manifiesto la necesidad de profesionales que separen el grano de la paja y lo doten de valor.

Natalia Arroyo-Vázquez

Fundación Germán Sánchez Ruipérez
narroyo@fundaciongsr.es