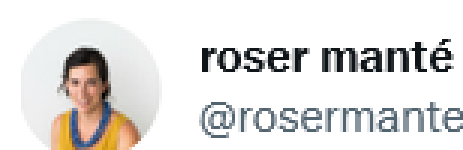


# Seria bo que es posés en valor el perfil del curador de continguts.

## L'eina per crear marca la tenen, les newsletters.

### El curador de continguts pot crear marca personal gràcies a les newsletters

Roser Manté Cot  
hola@rosermante.cat



Los que escribís newsletters con enlaces a contenidos de terceros ([#contentcuration](#)), os consideráis curadores de contenidos? O marketeros y/o periodistas?

[@evasanagustin](#)  
[@Homo\\_Redactorus](#)  
[@Jaime\\_Mesa](#)  
[@marmanrique](#)  
[@mik1977](#)  
[@oriolfb](#)

#### Bibliografia

Sanz Martos, Sandra. 2012. ¿Por qué lo llaman 'content curator' cuando quieren decir documentalista?. COMeIN. Recuperat de: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero10/articulos/Article-Sandra-Sanz.html> [23 desembre 2021].

Naharro, Chus. 2021. Estudio de newsletters. ChusNaharro. Recuperat de: <https://chusnaharro.com/estudio-de-newsletters/> [20 desembre 2021]

Ventura, Borja. 2022. El delivery también triunfa en los contenidos en forma de boletín. Yorokobu. Recuperat de: <https://www.yorokobu.es/el-delivery-tambien-triunfa-en-los-contenidos-en-forma-de-boletin/> [15 gener 2022]

Blanco Medina, Eva. 2020. El renacer de las newsletters: escritores y artistas le dan un giro personal a una clásica herramienta de marketing. Vogue. Recuperat de: <https://www.vogue.es/living/articulos/newsletters-recomendadas-escritores-artistas-periodistas-primavera-2020-libros> [15 gener 2022]

#### INTRODUCCIÓ

Tal com indica l'estudi de Chus Naharro\*, un 93% de les newsletters actuals tenen menys de 5 anys, i d'aquest 93% més del 50 tenen menys d'un any.

És una bona oportunitat per crear marca personal a diferents professionals, com són els curadors de continguts, un perfil entre els bibliotecaris i els perfils més marqueterians.

#### OBJECTIU

Demostrar que els perfils professionals vinculats a la biblioteconomia, com els content curadors, tenen una oportunitat de crear marca a través de les newsletters

#### METODOLOGIA

Per poder fer aquest estudi s'han analitzat diferents newsletters a través de la subscripció. Han estat analitzades 40 newsltters, 20 d'elles anglo-americanes, 19 espanyoles o catalanes i 1 francesa.

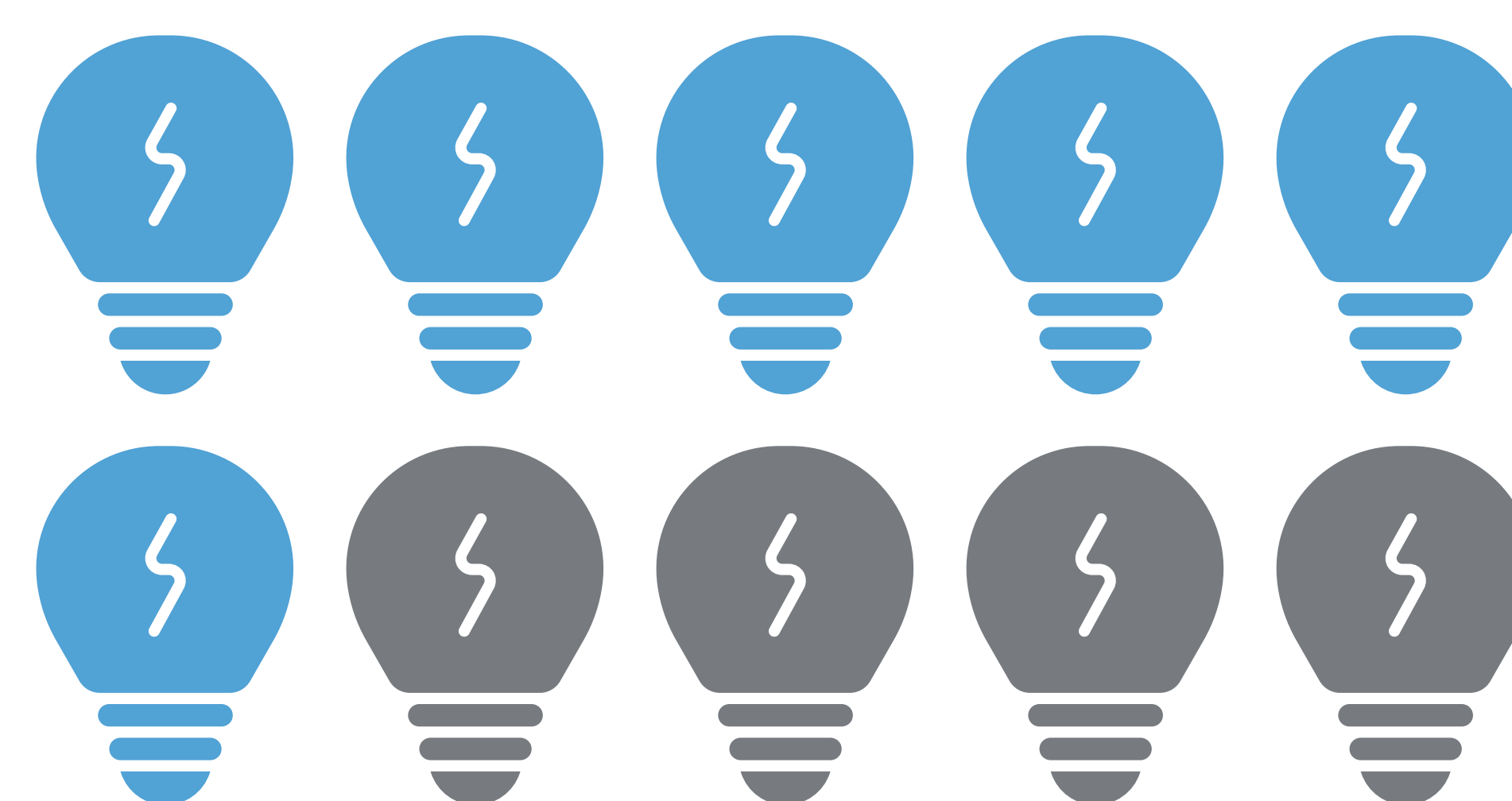
Per poder triar quines newsletters serien analitzades s'ha considerat:

- Tipus d'informació que contenia, els enllaços compartits i com es presentaven aquests continguts.
- Quina vinculació hi havia entre la feina del creador i la newsletter
- Que el creador s'autoproclamés curador
- Que en la descripció de la newsletter es detallés que hi havia compartició de notícies, idees o altres continguts interessants.

Les newsletters analitzades tenen totes elles l'esquema que les definiria com a newsletters amb contingut curat:

- Cerca i monitorització de contingut específic
- Selecció dels continguts
- Validació dels continguts com a fiables
- Caracterització en format resums, extractes o reflexions al voltant de la publicació compartida
- Compartició d'aquests continguts a través de la newsletter

En alguns casos són publicacions amb més d'un enllaç (entre 5 i 10 la majoria de casos) a contingut extern i de tercers. Altres tenen un sol enllaç però amb una reflexió prèvia per posar-ho en context.



#### CONCLUSIONS

Sí que s'ha demostrat que les newsletters curades són una eina per crear marca personal (aporta repercussió, difusió i fer-se un lloc al seu sector, demostrant coneixement en el camp en el que treballa). Però per altra banda els creadors no es consideren a ells mateixos, en la majoria de casos, curadors de continguts i per tant no busquen crear marca personal com a curadors. Es vinculen més en altres perfils com periodistes o creadors.

Les newsletters, per la seva adaptació a qualsevol format (permet text, audio, imatges, vídeos i links en una mateixa publicació) i pel fet que la seva lectura no demana una acció immediata, és una eina bona per a poder dedicar recursos i temps en el seu contingut. Sobretot quan aquest contingut és curat.

Les xarxes socials, al haver d'adaptar el format a la xarxa social, no faciliten la feina de curar contingut. I a més la seva immediatesa fa que moltes vegades aquest contingut es perdi o no sigui valorat com hauria de ser.

Aprofitant la rebuda que estan tenint les newsletters aquests últims anys, i unint-ho en la versatilitat de les eines de correu electrònic, fa que sigui un format ideal per als creadors que volen dedicar-se a la curació de continguts.

I els bibliotecaris? Si considerem que el perfil de bibliotecari s'assembla molt al de curador, ja que els dos assessoren sobre la informació més rellevant del sector, seria una bona idea que els bibliotecaris adoptessin aquesta manera de comunicar.