

Hilos en X y curación de contenido para la divulgación científica en Educación Superior en Ecuador

X-Threads and content curation for science outreach in Higher Education in Ecuador

Threads no X e curadoria de conteúdo para divulgação científica no ensino superior no Equador

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8910>

JOSÉ MARCELINO ROMERO-GUTIÉRREZ¹

<https://orcid.org/0000-0001-5351-2593>

EDGAR EFRAÍN OBACO-SOTO²

<https://orcid.org/0000-0002-7243-5869>

PATRICIA DE-CASAS-MORENO³

<https://orcid.org/0000-0003-1205-8106>

Las redes sociales son un ecosistema clave para la comunicación de la ciencia, así como para la alfabetización mediática y científica. Esta investigación analiza la utilidad de los hilos en X para la divulgación y la investigación e involucra a docentes y estudiantes de educación superior. Con un enfoque empírico-inductivo y diseño no experimental-descriptivo, se aplicó un cuestionario de 17 ítems ($\alpha = 0.7$) a 302 sujetos (194 estudiantes y 108 profesionales académicos). Los hallazgos revelan que X es una herramienta valiosa y la importancia de diversificar estrategias para una curación de contenido rigurosa.

PALABRAS CLAVE: Alfabetización mediática, curación de contenidos, divulgación científica, información científica, redes sociales.

Social networks are a key ecosystem for science communication, as well as for media and scientific literacy. This research analyzes the usefulness of threads in X for dissemination and research, involving teachers and students of higher education. Using an empirical-inductive approach and a non-experimental-descriptive design, a 17-item questionnaire ($\alpha = 0.7$) was administered to 302 subjects (194 students and 108 academic professionals). The findings highlight X as a valuable tool and the importance of diversifying strategies for rigorous content curation.

KEYWORDS: Media literacy, content curation, science outreach, scientific information, social media.

As redes sociais são um ecossistema fundamental para a comunicação científica, bem como para a alfabetização midiática e científica. Esta pesquisa analisa a utilidade dos threads do X para divulgação e pesquisa, envolvendo professores e alunos do ensino superior. Com uma abordagem empírico-indutiva e um projeto não-experimental-descriptivo, um questionário de 17 itens ($\alpha = 0.7$) foi aplicado a 302 indivíduos (194 alunos e 108 profissionais acadêmicos). Os resultados destacam o X como uma ferramenta valiosa e a importância de diversificar as estratégias para uma rigorosa curadoria de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: Alfabetização midiática, curadoria de conteúdo, divulgação científica, informações científicas, redes sociais.

Cómo citar este artículo:

Romero-Gutiérrez, J. M., Obaco-Soto, E. E., & de-Casas-Moreno, P. (2025). Hilos en X y curación de contenido para la divulgación científica en Educación Superior en Ecuador. *Comunicación y Sociedad*, e8910. <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8910>

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.

jromero343@pucesd.edu.ec

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.

eobaco@pucesd.edu.ec

³ Universidad de Extremadura, España.

pcasas@unex.es

Fecha de recepción: 04/10/24. Aceptación: 14/02/25. Publicado: 04/06/25.

INTRODUCCIÓN

En el contexto digital actual, la curación de contenidos se ha convertido en una práctica esencial para filtrar, organizar y presentar información relevante. Este concepto, acuñado por Bhargava (2009) en el ámbito del marketing digital, emerge como respuesta a la creciente necesidad de las personas de acceder a información de calidad en un entorno digital en constante expansión.

Ante este escenario, se hace necesario trabajar en un proceso riguroso de alfabetización mediática con el fin de facilitar la alfabetización científica, la cual se presenta como un método válido para la divulgación de la ciencia (Gil & Guallar, 2023). La alfabetización mediática desempeña un rol fundamental ante la emergencia de los nuevos medios y tecnologías al facilitar la adquisición de las competencias necesarias para una interacción crítica y eficaz en la sociedad (Bustos & Martín-Vicario, 2024; Rojas et al., 2024). Por su parte, la alfabetización científica es fundamental para capacitar a la sociedad en la comprensión y evaluación crítica de la información científica, esto les permitirá tomar decisiones informadas sobre aspectos rutinarios (Ballesteros-Ballesteros & Gallego-Torres, 2022). Asimismo, esta competencia fortalece la habilidad de interpretar datos y evidencias, lo que resulta relevante en plataformas como X, donde la curación de contenidos científicos a través de los hilos permite organizar y presentar la información de manera clara, accesible y veraz.

Hay que destacar que la abundancia de datos generada por los motores de búsqueda dificulta su análisis para las personas promedio. Por ello, la curación de contenidos se presenta como una estrategia de selección de información realizada por un curador; un especialista que aplica su conocimiento para buscar, seleccionar, crear valor y compartir contenido (Leiva-Aguilera & Guallar, 2014). Según Codina (2018), es una herramienta aplicable en diversas disciplinas, incluida la investigación científica. De este modo, es necesario reflexionar sobre el rol que juega el investigador como curador de contenidos.

Para Leiva-Aguilera y Guallar (2014), el proceso de investigación se asemeja al protocolo de las 4S's, que propone la búsqueda, selección, ca-

racterización y difusión. El primer paso se da en el proceso de búsqueda de información, usando herramientas como alertas, *frames*, bases de datos, operadores de búsqueda, operadores booleanos, descriptores, palabras clave, cribado, ecuaciones de búsqueda y/o inteligencia artificial. En el segundo paso se realiza el filtrado de la información, según criterios de inclusión y/o exclusión. El tercer paso es aquel donde el investigador genera nuevo conocimiento e imprime su sello personal en la interpretación del contenido a través de la caracterización, que puede ser agregación, análisis crítico, síntesis creativa, cronología, narración o paralelización. Finalmente, el cuarto paso es compartir, que es donde existe una brecha, puesto que la investigación en muchos casos se distribuye únicamente a nivel de difusión con un lenguaje técnico y en canales tradicionales como artículos científicos, comunicaciones, posters, capítulos de libros, libros, entre otros formatos de publicaciones.

Por otro lado, la divulgación científica no es el objetivo final del campo de la investigación, ya que la misma implica traducir el conocimiento a un lenguaje accesible y utilizar formatos innovadores, como, por ejemplo, acercarnos al mundo transmedia (audio, video, hipertexto) y a los canales no convencionales, incluyendo las redes sociales. Tanova-Encke (2018) enfatiza que “la ciencia no está terminada hasta que no ha sido comunicada” (p. 1). Asimismo, destaca la necesidad de una convergencia entre la ciencia y la sociedad. Por su parte, Clifton-Ross et al. (2019) mencionan que no existe una forma adecuada de divulgar los resultados de un estudio.

En la última década, las revistas científicas han encontrado en las redes sociales un canal eficaz para la difusión y el *networking* (Sánchez-Santamaría & Aliaga, 2019). Aunque no todas las revistas están activas en estas plataformas, las de mayor impacto e indexadas en Web of Science y/o Scopus suelen tener presencia en estos espacios. Según la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT, 2021) las redes sociales se han consolidado como la principal fuente de información científica. Pattier (2024) menciona que el uso creciente de estos nuevos medios de comunicación ha generado que la academia se interese en la investigación de perfiles y plataformas para indagar sobre la utilidad de estos espacios.

En esta misma línea de estudio, Kemp (2024) señala que las redes sociales siguen marcando un hito tras su aparición. En 2024 alcanzan los 5 000 millones de personas, quienes pasan un promedio de 143 minutos al día conectadas a una plataforma social, lo que las convierte en un espacio ideal para acercar la ciencia a la sociedad a través de la difusión o la divulgación. Según la FECYT (2021), las redes sociales se han consolidado como la principal fuente de información científica, seguidas por los medios digitales y las plataformas de *streaming* y Wikipedia.

Cada red social presenta características únicas y así lo manifiestan Restrepo et al. (2020), quienes identifican que el enfoque de X en el *microblogging* propicia el intercambio rápido de información. Esta plataforma permite crear hilos y conectar con el público mediante menciones y hashtags y facilita la evaluación del impacto de las publicaciones. Gil y Guallar (2023) y Lopezosa et al. (2023) coinciden en que los hilos de X potencian la curación de contenidos al permitir una presentación cohesiva de información.

Esta red social tiene predominancia para los debates mediáticos, la comunicación política, la comunicación institucional gubernamental y no gubernamental, los acontecimientos en tiempo real (Purwandari et al., 2021) y la divulgación de la ciencia (Cabrera & Clavijo, 2020; Restrepo et al., 2020). Según Gil y Guallar (2023), X es el canal más destacado para la difusión y divulgación por parte de investigadores.

Profundizando en las ventajas de X como medio para la divulgación de la ciencia, Morejón-Llamas et al. (2022) coinciden en que la funcionalidad de los hilos de X potencia la curación de contenidos al permitir encadenar una serie de tuits o mensajes cortos dentro de un mismo contexto. Actualmente, se pueden computar hasta 280 caracteres en cuentas gratuitas y hasta 25 000 en cuentas premium. Por su parte, Codina (2018) describe los hilos como “productos digitales”, ya que permiten la creación de contenido estructurado y cohesionado.

Por su parte, múltiples autores ofrecen una aproximación de buenas prácticas con el uso de la curación de contenido en redes sociales, específicamente en hilos de X. La Unesco (1999) manifestó, en la Conferencia Mundial sobre la Ciencia, la importancia de la colaboración

política y científica mediante documentos consensuados que fomenten la ciencia de una manera sostenible. Por su parte, Cabrera y Clavijo-Naula (2020) argumentan que un enfoque meticuloso en la verificación, exposición y argumentación de los datos son elementos esenciales para garantizar la calidad de una adecuada divulgación científica en redes sociales. Coppi et al. (2025) destacan la necesidad de un enfoque plural y multidisciplinario en relación con la alfabetización científica. Por último, Torres-Valdez y Ayuso-Fernández (2025) evidencian, desde una perspectiva dominicana, la importancia de evaluar y fortalecer las competencias científicas con el fin de mejorar los procesos metodológicos y así promover actividades que desarrollen las competencias en este campo de estudio.

Bajo estas premisas, el presente trabajo de investigación plantea una discusión sobre la utilidad de los hilos de X en la investigación y divulgación científica por parte de profesores investigadores y estudiantes de investigación formativa en Ecuador.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio se ha empleado una metodología cuantitativa a través de un enfoque empírico inductivo. Este enfoque facilita la recopilación de datos sobre percepciones y comportamientos y brinda una visión clara y comprensible de la relevancia de X en la investigación y divulgación. Además, ayuda a identificar tendencias y patrones que pueden orientar futuras investigaciones. El diseño es no experimental y transversal con un alcance descriptivo. Se seleccionó este tipo de investigación porque permite explorar y detallar el uso de X en el ámbito académico sin intervenir en las prácticas de la muestra.

La muestra incluyó 302 sujetos: 194 estudiantes universitarios y 108 profesionales de cuarto nivel (31 másters y 9 doctores(as)) y de tercer nivel (68 con carrera universitaria), con un promedio de edad para estudiantes de 24 años y 38 años para los profesionales, todos pertenecientes a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Santo Domingo (PUCE SD). Se utilizó un muestreo estratificado con asignación proporcional, seleccionando el 13% de cada estrato.

Para realizar el levantamiento de los datos se ha usado el cuestionario como instrumento de recolección. La herramienta⁴ está compuesta por un total de 17 ítems divididos en las siguientes dimensiones: a) perfil sociodemográfico; b) fuentes de información y frecuencia de uso; c) conocimiento sobre la curación de contenidos; d) medios y frecuencia de curación de contenidos, y e) utilidad y confiabilidad del proceso de curación. Para validar el cuestionario se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach mediante criterios y juicios de expertos en el área y se obtuvo un valor de 0.7, lo que indica una consistencia interna (Tabla 1) aceptable en la escala general y las subescalas específicas sobre el uso de X en la investigación.

TABLA 1
CONSISTENCIA INTERNA DE LOS ÍTEMES DEL INSTRUMENTO

Estadísticas de total de elemento	Confiabilidad Alfa de Cronbach			
	Total (n=131)	Estudiantes (n=89)	Licenciado(a) (n=33)	Máster/ Doctor(a) (n=9)
Curación de contenido en X	$\alpha=0.638$	$\alpha=0.646$	$\alpha=0.496$	$\alpha=0.761$

Fuente: Elaboración propia.

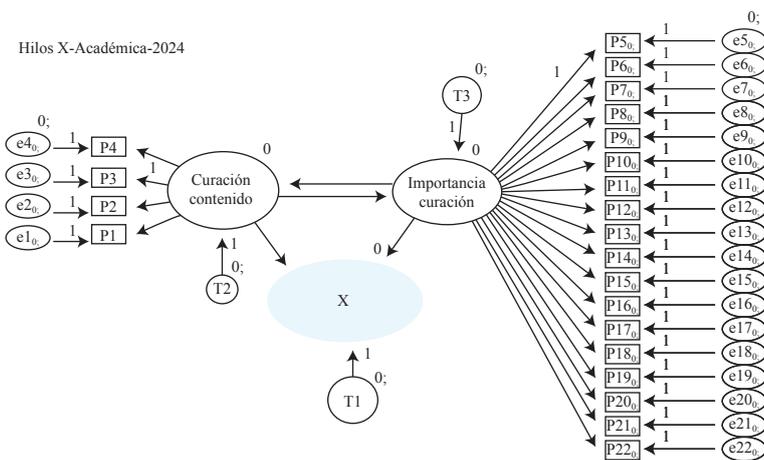
La coherencia interna de los ítems se ve reflejada en la fiabilidad de las respuestas, que varía entre las categorías de encuestados. Los másters/doctores(as) presentan la mayor consistencia interna (0.761), seguidos por el estudiantado (0.646) y los licenciados(as) (0.638). Esto sugiere que la categoría de nivel de estudios tiene una mayor consistencia en las respuestas en comparación con los otros grupos.

El trabajo de campo comenzó con la obtención del permiso de las autoridades de la PUCE SD, gestionado a través de la Dirección de Investigación y Postgrados, que solicitó la autorización necesaria para la aplicación del cuestionario. Una vez aprobados los permisos, el cuestionario fue administrado en línea a través de un formulario de Google.

⁴ Ver en <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28426709>

Para el análisis de los datos se utilizó el software SPSS versión 29, que permitió, mediante estadística descriptiva, determinar la importancia de la curación de contenidos en la gestión y divulgación científica, así como evaluar su uso en X dentro de la comunidad académica. También se empleó estadística inferencial para verificar la confiabilidad de los ítems del cuestionario y para generar una red neuronal que facilitó la evaluación de la utilidad de la curación de contenidos en X para la investigación (Figura 1). Esto también ayudó a comparar el conocimiento sobre curación de contenidos entre docentes investigadores y estudiantes de investigación formativa de la PUCE SD.

FIGURA 1
RED NEURONAL DE LA ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO



Fuente: Elaboración propia.

La figura muestra un modelo estructural sobre el uso de hilos en X para la divulgación académica. La red social seleccionada destaca por su influencia en la curación de contenidos, que a su vez impacta en la percepción de su importancia. Se analizan variables observadas (P1-P22) y factores latentes (T1-T3). Los hallazgos destacan la relevancia de una curación rigurosa en la comunicación científica.

RESULTADOS

Los resultados revelan diversas tendencias en el uso de X en actividades concernientes a la investigación (Tabla 2). Su empleo como fuente de información para las actividades de investigación es moderado, con promedios próximos a 0.5 en todas las categorías. Esto indica que X se utiliza frecuentemente para buscar información, aunque con ligeras diferencias entre los grupos de estudio. La búsqueda de información es más común que la curación de contenidos en X, la cual presenta una frecuencia inferior. Los valores para la curación de contenido varían entre 0.266 y 0.528, lo que demuestra que, aunque se realiza, no es tan prevalente como la búsqueda de información.

La frecuencia de uso de X para divulgar resultados de investigación es variable, donde el grupo de licenciados(as) demuestra una menor tendencia en el uso de X para este fin (0.216), mientras que másters y doctores(as) presentan una mayor frecuencia de uso (0.528) en la actividad de divulgación.

La percepción sobre el rigor científico en la curación de contenidos y la divulgación en X es alta en todas las categorías, con valores superiores a 0.7. Esto indica que, en general, la muestra de estudio considera que estas actividades mantienen un nivel significativo de rigurosidad científica, sobre todo entre los másters/doctores(as). En definitiva, X es utilizado regularmente para la búsqueda de información investigativa, mientras que la divulgación de resultados de investigación y la curación de contenidos son menos comunes. Las personas encuestadas, en general, perciben estas actividades en X como rigurosas desde un punto de vista científico.

En relación con la dimensión “grado de conocimiento sobre la curación de contenidos”, se puede observar que la mayoría del estudiantado de grado (51%) comprende la curación de contenidos como un proceso realizado por especialistas que implica búsqueda, selección, caracterización y difusión de la información. Sin embargo, hay un porcentaje significativo (29.4%) que la identifica como la valoración de un conjunto de contenidos utilizados como fuente de un producto académico.

La mayoría del nivel máster (58.1%) muestran una comprensión similar, pues reconocen la curación de contenidos como un proceso

TABLA 2
ANÁLISIS DE LA CURACIÓN DE CONTENIDOS EN X

Curación de contenidos en X	Total	Estudiantes	Licenciado(a)	Máster/ Doctor(a)
¿Con qué frecuencia utiliza la red social X para buscar información que fundamente el proceso de investigación?	0.531	0.530	0.489	0.600
Según su criterio, ¿con qué frecuencia se utiliza la red social X para la curación de contenidos?	0.412	0.423	0.266	0.528
¿Con qué frecuencia usaría la red social X para divulgar, difundir o publicar los resultados de una investigación?	0.507	0.534	0.216	0.528
La curación de contenidos y los medios de divulgación tienen rigurosidad científica	0.732	0.731	0.591	0.928

Fuente: Elaboración propia.

especializado de búsqueda, selección, caracterización y difusión de la información. Además, una proporción considerable (25.8%) de este mismo grupo reconoce que la curación es la valoración de contenidos para su uso en productos académicos. Por su parte, un alto número de doctores(as) (77.8%) lo conciben como un proceso especializado, lo que sugiere un mayor nivel de comprensión en comparación con el estudiantado de niveles educativos inferiores. Una situación similar se presenta con la mayoría de los licenciados(as) (48.5%), quienes manifiestan esta técnica como un proceso especializado, aunque también hay una proporción significativa de este mismo grupo (22.1%) que valora su uso en productos académicos.

Estos resultados demuestran que, a medida que los niveles académicos aumentan, la comprensión de la curación de contenidos se aprecia como un proceso especializado. Los doctores(as) evidencian el nivel más alto de comprensión, seguidos por másters, licenciados(as) y, finalmente, estudiantes de grado. Sin embargo, hay una comprensión general en todas las categorías de que la curación de contenidos es un proceso especializado que implica más que simplemente compartir contenido en redes sociales (Tabla 3).

Respecto a la dimensión de “frecuencia de uso de la curación de contenidos a través de hilos de X”, a continuación se muestra el número y el porcentaje de encuestados que utilizan o no redes sociales para curar contenidos en los procesos de investigación y divulgación científica, desglosados por título académico. Al respecto, la mayoría del estudiantado de grado (64.2%) emplea redes sociales para curar contenidos en los procesos de investigación y divulgación científica. Esto sugiere un uso bastante común entre este grupo. A su vez, un porcentaje menor de másters (10.3%) usan redes sociales para ejercer esta práctica, en comparación con el estudiantado de grado, así como los doctores(as) (3.0%). No obstante, la mayoría de los licenciados(as) (22.5%) afirman hacer uso de ellas. Esto sugiere que el uso de las redes sociales para este propósito puede ser más común entre los niveles académicos más bajos (Tabla 4).

En relación con la frecuencia de uso de X para buscar información que fundamente el proceso de investigación, los profesionales con título de máster y doctorado (77.78%) utilizan X con mucha más

TABLA 3
DEFINICIÓN DEL PROCESO DE CURACIÓN DE CONTENIDOS ENTRE GRUPOS*

Título	Definición de curación	Curación de contenidos es una fuente fidedigna					
		No		Sí		Total	
		f	%	f	%	f	%
Estudiante de grado	Consiste en compartir contenidos relevantes en redes sociales dirigidos a un público en general	2	1.0	18	9.3	20	10.3
	Proceso realizado por un especialista que implica búsqueda, selección, caracterización y difusión	7	3.6	92	47.4	99	51.0
	Contenido de valor de autoría propia que se comparte en redes sociales	3	1.5	15	7.7	18	9.3
	Valoración de contenidos para utilizarlos como fuente de un producto académico	6	3.1	51	26.3	57	29.4
Máster	Consiste en compartir contenidos relevantes en redes sociales dirigidos a un público en general	0	0	3	9.7	3	9.7
	Proceso realizado por un especialista que implica búsqueda, selección, caracterización y difusión	1	3.2	17	54.8	18	58.1
	Contenido de valor de autoría propia que se comparte en redes sociales	1	3.2	1	3.2	2	6.5
	Valoración de contenidos para utilizarlos como fuente de un producto académico	2	6.5	6	19.4	8	25.8

Título	Definición de curación	Curación de contenidos es una fuente fidedigna					
		No		Sí		Total	
		f	%	f	%	f	%
Doctor(a)	Proceso realizado por un especialista que implica búsqueda, selección, caracterización y difusión	1	11.1	6	66.7	7	77.8
	Contenido de valor de autoría propia que se comparte en redes sociales	0	0	1	11.1	1	11.1
	Valoración de contenidos para utilizarlos como fuente de un producto académico	0	0	1	11.1	1	11.1
Licenciado(a)	Consiste en compartir contenidos relevantes en redes sociales dirigidos a un público en general	0	0	13	19.1	13	19.1
	Proceso realizado por un especialista que implica búsqueda, selección, caracterización y difusión	2	2.9	31	45.6	33	48.3
	Contenido de valor de autoría propia que se comparte en redes sociales	1	1.5	6	8.8	7	10.3
	Valoración de contenidos para utilizarlos como fuente de un producto académico	1	1.5	14	20.6	15	22.1

* Ver <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28426709>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 4
TABLA CRUZADA TÍTULO ACADÉMICO / CURACIÓN DE CONTENIDOS EN PROCESOS DE INVESTIGACIÓN

Indicadores			Utiliza redes sociales para curar contenidos en investigación y divulgación científica		
			No	Sí	Total
Máximo título académico	Estudiantes de grado	Recuento	105	89	194
		% del total	34.8%	29.5%	64.2%
	Máster	Recuento	23	8	31
		% del total	7.6%	2.6%	10.3%
	Doctor(a)	Recuento	8	1	9
		% del total	2.6%	0.3%	3.0%
	Licenciado(a)	Recuento	35	33	68
		% del total	11.6%	10.9%	22.5%
Total		Recuento	171	131	302
		% del total	56.6%	43.4%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

frecuencia en comparación con el estudiantado de grado (47.30%) y licenciados(as) (30%). Igualmente, respecto de la frecuencia de uso de X para la curación de contenidos, los profesionales con título de máster y doctorado (77.78%) lo emplean más seguido en comparación con el estudiantado (55.06%) y licenciados(as) (39.39%). Asimismo, en referencia a la frecuencia de uso de la red social para divulgar, difundir o publicar los resultados de una investigación, la tendencia se mantiene. Los profesionales con máster y doctorado (77.78%) son quienes más utilizan esta herramienta, seguidos por el estudiantado de grado (68.54%) y licenciados(as) (60.61%).

La percepción de que la curación de contenidos solo se puede realizar a través de X es generalizada. La mayoría de las personas encuestadas en todos los niveles académicos perciben que la curación de contenidos puede realizarse a través de esta red social, pero la percepción es ligeramente más baja entre los profesionales con título de máster y doctorado (44.44%), en comparación con el estudiantado de grado (65.17%) y licenciados(as) (57.58%) (Tabla 5).

Los resultados sugieren que las personas encuestadas reconocen la relevancia de la curación de contenidos en diversas áreas. La mayoría de los indicadores muestran que una gran parte de los y las participantes considera estas funciones como medianamente importantes. La tendencia general apunta hacia una alta valoración de la curación de contenido; destacan especialmente su capacidad para mejorar el SEO (Search Engine Optimization) académico, aumentar la productividad y ayudar en la generación de ideas originales. Esto refleja una creciente conciencia sobre la necesidad de herramientas que filtren y sintetizan información en un contexto donde la sobrecarga informativa es un problema evidente.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los hallazgos muestran que la red social X se utiliza de manera moderada para buscar información en actividades de investigación y resaltan su relevancia en el ámbito académico. Investigadores como Alonso (2022) destacan que múltiples académicos valoran las redes sociales, especialmente X, como medios útiles para la divulgación científica. Sin

TABLA 5
COMPORTAMIENTO DE LA CURACIÓN DE CONTENIDOS EN X EN LA COMUNIDAD ACADÉMICA

Curación de contenido en X	Estudiantes de grado	Licenciado(a)	Máster y doctor(a)
¿Con qué frecuencia utiliza las siguientes redes sociales para buscar información que fundamente el proceso de investigación? Marque una opción por fila	47.30	30.00	77.78
Según su criterio, ¿con qué frecuencia se utilizan las siguientes redes sociales para la curación de contenidos? Marque una opción por fila	55.06	39.39	77.78
¿Con qué frecuencia usaría los siguientes medios para divulgar, difundir o publicar los resultados de una investigación? Marque una opción por fila	68.54	60.61	77.78
La curación de contenidos solo se puede realizar a través de X	65.17	57.58	44.44

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 6
DIMENSIÓN “IMPORTANCIA DE LA CURACIÓN DE CONTENIDOS”*

Indicadores	Nada importante		Medianamente importante		Muy importante	
	f	%	f	%	F	%
Mejora el posicionamiento del SEO académico	8	6.1	72	55.0	51	38.9
Aumenta la productividad, ahorra tiempo y esfuerzo	5	3.8	70	53.4	56	42.7
Encuentra ideas para generar contenidos originales	8	6.1	61	46.6	62	47.3
Evita la <i>infoxicación</i>	11	8.4	73	55.7	47	35.9
Permite agregar valor a un contenido	6	4.6	60	45.8	65	49.6
Actualiza información del círculo profesional	4	3.1	68	51.9	59	45.0
Permite conocer sintéticamente un contenido amplio	8	6.1	61	46.6	62	47.3
Permite conectarse con más personas (<i>networking</i>)	9	6.9	74	56.5	48	36.6
Permite obtener información directa de expertos	9	6.9	61	46.6	61	46.6
Evita caer en <i>fake news</i>	16	12.2	73	55.7	42	32.1

* Ver en <https://figshare.com/s/0b75f986307eb7fdf0e5>

Fuente: Elaboración propia.

embargo, hay que destacar que en los resultados no se encontraron diferencias significativas en el uso de esta herramienta entre diferentes niveles educativos.

En contraste, la práctica de curación de contenidos en X es menos común que simplemente buscar información. Esto podría deberse al esfuerzo adicional que requiere seleccionar y evaluar la información. Sin duda, aunque los investigadores comparten enlaces e hilos, esta actividad no se realiza con la misma frecuencia que la búsqueda de información (Arcilla et al., 2019; Gil & Guallar, 2023).

En términos de difusión de resultados de investigación, los académicos con formación de máster y doctorado muestran una mayor disposición a utilizar X, lo que probablemente se deba a una mejor comprensión de la importancia de la visibilidad en línea para dar a conocer la producción científica. Además, los encuestados consideran que las actividades de curación de contenidos mantienen un adecuado nivel de rigurosidad científica, criterios que coinciden con las afirmaciones de Tinsman y Csuka (2023), quienes afirman que X es un canal idóneo para el desarrollo profesional de los investigadores.

Las percepciones sobre la curación de contenidos varían según el nivel académico. El estudiantado de grado tiene visiones diversas; algunos la ven como una tarea especializada, mientras que otros la consideran principalmente una forma de evaluar contenido (Artigas & Guallar, 2022; Hernández-Campillo et al., 2022). En cambio, los licenciados(as) y profesionales con títulos de máster tienen una comprensión más robusta, pues identifican la curación de contenidos como un proceso informativo que abarca la búsqueda, selección y difusión de información relevante, así como su uso en la producción académica (Cascón-Katchadourian et al., 2024). A diferencia de lo propuesto por Godoy-Rodríguez (2018), se señala que el profesorado es poco competente en la curación de contenidos.

Entre los doctores(as), la mayoría concibe la curación de contenidos como un proceso especializado, lo que indica un nivel más alto de comprensión de esta práctica en el contexto académico y científico. Hernández-Campillo et al. (2018) sostienen que la curación de contenidos es esencial para la investigación, ya que permite filtrar y evaluar la información disponible para asegurar el uso de fuentes confiables y pertinentes.

Los datos también revelan patrones interesantes en el uso de redes sociales para la curación de contenidos. El estudiantado de grado tiende a usar intensivamente estas plataformas, quizás por su accesibilidad y la familiaridad con el entorno digital (Hernández-Campillo et al., 2022). A medida que los académicos avanzan en la formación, como es el caso de los másters y doctores(as), muestran una menor dependencia de las redes sociales para curar contenidos y optan más por fuentes académicas tradicionales y revisadas por pares. Por su parte, los licenciados(as) muestran un uso moderado de redes sociales, lo que indica una transición hacia la incorporación en prácticas profesionales, aunque no con la misma intensidad que el estudiantado. Por otro lado, los datos sugieren que son los profesionales con títulos de máster y doctorado quienes más utilizan X para divulgar los resultados de investigación, lo que se alinea con la necesidad de alcanzar audiencias más amplias (Cascón-Katchadourian et al., 2022).

En cuanto a la percepción sobre la curación de contenidos, muchos consideran que se puede realizar principalmente a través de X, aunque esta idea es menos pronunciada entre los académicos de mayor nivel, quienes reconocen que, aunque X es valiosa, no es la única opción disponible (Artigas & Guallar, 2022).

Las personas encuestadas también resaltan cómo la curación de contenidos mejora el posicionamiento en motores de búsqueda y facilita el acceso a información científica (Codina, 2019). Además, contribuye a una mejor organización de la información y ayuda a generar nuevas ideas, lo cual es fundamental para fomentar la creatividad en el ámbito académico (Lopezosa et al., 2023; Santoveña-Casal & Bernal-Bravo, 2019).

En definitiva, los resultados revelan que X es especialmente utilizada en la investigación por profesionales con formación de máster y doctorado. Este grupo tiende a usar la plataforma más frecuentemente para buscar información que respalde sus investigaciones y para compartir sus resultados. La frecuencia y profundidad con que se lleva a cabo la curación de contenidos varía significativamente entre los distintos niveles académicos. El estudiantado de grado y los licenciados(as) muestran menos interés en esta práctica, a diferencia de las y los investigadores más experimentados, quienes consideran la curación fundamental para

gestionar información y mejorar la visibilidad de su trabajo. A medida que se avanza en la formación académica, también se nota una mejor comprensión de la curación de contenidos. En todos los niveles hay un reconocimiento de que esta práctica va más allá de simplemente compartir información en redes sociales; se ve como un proceso especializado y valioso.

Aunque X se reconoce como una herramienta valiosa, no se ve como la única opción para la curación de contenidos. Los académicos con formación avanzada son más propensos a considerar otras plataformas y recursos y demuestran una mayor conciencia sobre la importancia de diversificar las herramientas empleadas para un proceso de curación más efectivo y riguroso.

Existe consenso sobre la importancia de mantener un alto nivel de rigor científico en la curación y divulgación de contenidos. Las personas encuestadas subrayan la necesidad de aplicar criterios estrictos para asegurar la calidad y confiabilidad de la información compartida a través de X y resaltan la importancia de usar esta herramienta de manera responsable en el ámbito académico.

Para finalizar, es importante resaltar el rol que juegan las alfabetizaciones mediática y científica en esta investigación. Sin duda, su papel es facilitar la comprensión y evaluación crítica de la información compartida a través de X. Por un lado, la alfabetización mediática ayuda a identificar y seleccionar las fuentes, esencia de la práctica de la curación de contenidos, para garantizar que los datos divulgados sean relevantes. Por su parte, la alfabetización científica permite integrar y contextualizar la información de manera rigurosa, lo que refuerza la credibilidad de las publicaciones. A medida que se avanza en los niveles educativos, esta competencia mejora y consigue, sobre todo en máster y doctorado, que las personas sean capaces de gestionar correctamente la información a través de X y de difundir contenido científico con altos estándares de calidad.

Referencias bibliográficas

Alonso, F. J. (2022). *El impacto social de la comunicación institucional del I+D+i en las universidades españolas* [Tesis doctoral, Universidad de Valencia]. Roderic. <https://bit.ly/3X51jkv>

- Arcilla, C., Calderín, M., & Sánchez, P. (2019). Adopción de redes sociales por revistas científicas de ciencias sociales. *El Profesional de la Información*, 28(1), e280105. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.05>
- Artigas, W. Y., & Guallar, J. (2022). Curación de contenidos científicos en medios sociales de revistas Iberoamericanas de Comunicación. *Revista de Comunicación*, 21(2), 15-32. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A1>
- Ballesteros-Ballesteros, V., & Gallego-Torres, A. P. (2022). De la alfabetización científica a la comprensión pública de la ciencia. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 14(26), e400. <https://doi.org/10.22430/21457778.1855>
- Bhargava, R. (2009, 30 de septiembre). Manifiesto for the Content Curator: The next big social media job of the future? *Rohit Bhargava*. <https://bit.ly/4gL8hDA>
- Bustos, J., & Martin-Vicario, L. (2024). Alfabetización mediática en un mundo hiperconectado: de las redes sociales a la Inteligencia Artificial. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1241>
- Cabrera, S., & Clavijo-Naula, M. (2020). Discurso científico en Twitter en el primer trimestre de pandemia en Ecuador. *#PerDebate*, 4(1), 128-155. <https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.1882>
- Cascón-Katchadourian, J., Artigas, W., Arroyo-Machado, W., & Guallar, J. (2024). Uso de las redes sociales por las revistas de alto impacto en Comunicación y Ciencias de la información. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15(1), 19-38. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.25487>
- Cascón-Katchadourian, J. D., Boté-Vericad, J. J., & Guallar, J. (2022). Curación de información con marca de autor: análisis de newsletters independientes. *Ibersid*, 16(1), 41-53. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v16i1.4799>
- Clifton-Ross, J., Dale, A., & Newell, R. (2019). Frameworks and Models for Disseminating Curated Research Outcomes to the Public. *SAGE Open*, 9(2), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2158244019840112>
- Codina, L. (2018). *Curación de contenidos para periodistas: definición, esquema básico y recursos*. <https://bit.ly/4b2EaVN>

- Codina, L. (Ed.). (2019). SEO académico: definición, componentes y guía de herramientas [entrada de blog]. *Lluís Codina*. <https://bit.ly/3QIRJG8>
- Coppi, M., Fialho, I., & Cid, M. (2025). Scientific literacy: a look at its different interpretations. *Educação em Revista*, 41. <https://doi.org/10.1590/0102-469848737T>
- Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología-FECYT. (2021). *10ª Encuesta de percepción social de la ciencia y tecnología 2020. Informe completo*. <https://acortar.link/WQ3rMK>
- Gil, L., & Guallar, J. (2023). Científicos en redes sociales. Divulgación y curación de contenidos en Twitter: Taxonomía y casos. *Index.comunicación*, 13(1), 55-77. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Cienti>
- Godoy-Rodríguez, C. (2018). La curación de contenidos digitales. Competencia indispensable para los docentes del siglo XXI. *Delectus. Revista de investigación y capacitación continua*, 1(1), 51-65. <https://bit.ly/3EFA2it>
- Hernández-Campillo, T. R., Carvajal, B. M., Legañoa, M. Á., & Campillo, I. (2022). Curación de contenidos en ambientes virtuales: una mirada desde el docente universitario. *Apertura*, 14(2), 6-23. <http://doi.org/10.32870/Ap.v14n2.2221>
- Hernández-Campillo, T. R., Carvajal-Hernández, B., & Legañoa-Ferrá, M. A. (2018). La curación de contenidos científicos: Una herramienta para la gestión informativa en los docentes universitarios. *Revista Publicando*, 5(14), 258-272. <https://bit.ly/3Y3NLqm>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. Datareportal. <https://bit.ly/3Y4pH6W>
- Leiva-Aguilera, J., & Guallar, J. (2014). *Las 4S's de la content curation: Estudio de caso*. Follas Novas.
- Lopezosa, C., Guallar, J., Codina, L., & Pérez-Montoro, M. (2023) *Curación de contenidos en periodismo: una visión desde la academia*. Universitat de Barcelona. <https://bit.ly/4gHti0H>
- Lopezosa, C., Cascón-Katchadourian, J., & Guallar, J. (2023). Newsletters latinoamericanas de curación: estudio de casos y visión experta. *Transinformação*, 35, e220026. <https://doi.org/10.1590/2318-0889202335e220026>

- Morejón-Llamas, N., Martín-Ramallal, P., Micaletto-Belda, J. P. (2022). Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine. *Profesional de la Información*, 31(3), e310308. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>
- Pattier, D. (2024). ¿Callejón sin salida?: El problema muestral en el estudio de las redes sociales digitales. *Comunicación y Sociedad*, e8580. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8580>
- Purwandari, K., Rahutomo, R., Sigalingging, J. W. C., Ajy, M., Prase-tyo, A., & Pardamean, B. (2021). Twitter-Based text classification using SVM for weather information system. *International Conference on Information Management and Technology*, 1, 27-32. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech53080.2021.9534945>
- Restrepo, L. F., García, G., & Arboleda, E. (2020). El poder de Twitter en la comunicación investigativa, en los ámbitos de la educación, el marketing y la política. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(2), 1-14. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.8100>
- Rojas-Estrada, E. G., Aguaded, I., & García-Ruiz, R. (2024). Media and information literacy in the prescribed curriculum: A systematic review on its integration. *Education and Information Technologies*, 29(8), 9445-9472. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12154-0>
- Sánchez-Santamaría, J., & Aliaga, F. (2019). El papel que desde las Revistas Científicas se da a las Redes Sociales: Nuevas claves para la reflexión. *Blog Aula Magna 2.0. Revistas Científicas de Educación en Red*. <https://bit.ly/4eJbYYE>
- Santoveña-Casal, S., & Bernal-Bravo, C. (2019). Exploring the influence of the teacher: Social participation on Twitter and academic perception. *Comunicar*, 27(58), 75-84. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-07>
- Tanova-Encke, S. (2018, 14 de junio). *Science is not finished until it is communicated* [entrada de blog]. Parlamento Europeo. <https://bit.ly/3XRSfPA>
- Tinsman, C., & Csuka, L. (2023). *Digital Emotion Regulation on Academic Twitter*. En C. Stephanidis, M. Antona, S. Ntoa, & G. Salvendy (Eds.), 25th International Conference on Human-Computer Interaction Proceedings (pp. 88-95). <https://doi.org/10.1007/978-3-031-49212-9a>

- Torres-Valdez, J. R., & Ayuso-Fernández, G. E. (2025). Evaluación de las competencias científicas de los estudiantes de secundaria de la República Dominicana. *RECIE. Revista Caribeña de Investigación Educativa*, 9, e9719. <https://doi.org/10.32541/recie.v9.719>
- Unesco. (1999). *Declaración sobre la ciencia y el uso del saber científico y programa en pro de la ciencia: marco general de acción*. <https://bit.ly/4hGJq3P>

SEMBLANZAS CURRICULARES

José Marcelino Romero-Gutiérrez

Doctorando en el Programa de Doctorado interuniversitario en Comunicación conjunto de las Universidades de Huelva, Málaga, Sevilla y Cádiz en la línea en Educomunicación y Alfabetización Mediática. Máster en Social Media: gestión y estrategia (UOC), máster en Ciencias de la Educación (PUCE). Profesor titular auxiliar y miembro del grupo de investigación “CoL-Training” de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Santo Domingo. Miembro de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas (Alfamed). Su investigación se centra en la alfabetización mediática en tecnologías emergentes.

Edgar Efraín Obaco-Soto

Doctor en Ciencias Humanas por la Universidad del Zulia, Venezuela. Profesor titular auxiliar y miembro del grupo de investigación “CoL-Training” de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Santo Domingo.

Patricia de-Casas-Moreno

Contratada doctora en la Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación de la Universidad de Extremadura. Doctora en Comunicación, graduada en Periodismo y máster en Comunicación y Educación Audiovisual. Pertenece al grupo de investigación “Edutransforma-T” de la Universidad de Extremadura. Miembro de Red Alfamed y grupo Comunicar. Ha sido editora de revista *Comunicar*. Revisora de revistas nacionales e internacionales. Sus principales líneas de investigación se centran en la alfabetización mediática, medios de comunicación y narrativas.