

Curación de contenidos en las redes sociales de revistas de información y documentación de Iberoamérica



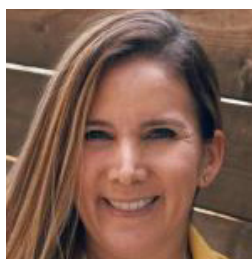
Jesús Cascón-Katchadourian

Departamento de Información y comunicación, Universidad de Granada

cascon@ugr.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3388-7862>

EXIT: <https://www.directorioexit.info/ficha4094>



Wileidys Artigas

High Rate Consulting, EUA

wileartigas@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6169-5297>

EXIT: <https://www.directorioexit.info/ficha4949>



Javier Guallar

Facultad de Información y Medios Audiovisuales, Universidad de Barcelona

jguallar@ub.edu

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

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

DOI

<https://dx.doi.org/10.1344/bid2023.51.08>

Citación recomendada

Cascón-Katchadourian, Jesús; 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*, núm. 51 (diciembre). <<https://bid.ub.edu/es/51/cascon.htm>>. DOI: <https://dx.doi.org/10.1344/bid2023.51.08>. [Consulta: dd-mm-aa].



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. La licencia completa se puede consultar en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

Resumen

Objetivos: el artículo tiene como objetivo analizar las características de la curación de contenidos que llevan a cabo las revistas científicas iberoamericanas de información y documentación en sus redes sociales.

Metodología: investigación descriptiva basada en la técnica del análisis de contenido de productos digitales, donde se presenta un enfoque tanto cuantitativo, acerca de la presencia de los elementos estudiados, como cualitativo, de análisis y de selección de buenas prácticas. Se han examinado todas las revistas iberoamericanas de la categoría *Library and Information Science* según SCImago Journal & Country Rank (SJR).

Resultados: el 60 % de las revistas tienen perfiles en redes sociales, aunque solo el 55 % se encuentran activos, siendo su plataforma preferida Twitter. Predomina en sus publicaciones la curación de contenidos, presente en el 86 % de sus *posts* en 15 de los 18 perfiles analizados; a nivel temático, la mayoría de las publicaciones tratan del número actual (60,57 %); en cada perfil de red social suele predominar una técnica de curación por encima del resto, siendo la más utilizada "Comentar" (en seis perfiles), seguidas por "Extractar", "Resumir" y "Citar" (en cuatro). Se concluye que buena parte de las revistas iberoamericanas de información y documentación poseen redes sociales y que en estas usan ampliamente técnicas de curación de contenido para difundir su producción académica.

Palabras clave

curación de contenidos; información y documentación; revistas científicas; redes sociales; Twitter, Facebook; Iberoamérica

Resum

Objectius: l'article té com a objectiu analitzar les característiques de la cura de continguts que duen a terme les revistes científiques iberoamericanes d'informació i documentació en les seves xarxes socials.

Metodologia: investigació descriptiva basada en la tècnica de l'anàlisi de contingut de productes digitals, en la qual es presenta un enfocament tant quantitatiu, de la presència dels elements estudiats, com qualitatiu, d'anàlisi i de selecció de bones pràctiques. S'han examinat totes les revistes iberoamericanes de la categoria *Library and Information Science* segons el SCImago Journal & Country Rank (SJR).

Resultats: el 60 % de les revistes tenen perfils en les xarxes socials, tot i que només el 55 % estan actius. Twitter és la plataforma preferida. Predomina en les seves publicacions la cura de continguts, present en el 86 % de les entrades en quinze dels divuit perfils analitzats. En l'àmbit temàtic, gran part de les publicacions tracten del número actual (60,57 %); en cada perfil de xarxa social sol predominar una tècnica de cura per sobre de la resta, essent la més emprada "Comentar" (en sis perfils), seguida d'"Extractar", "Resumir" i "Citar" (en quatre). Es conclou que una bona part de les revistes iberoamericanes d'informació i documentació disposen de xarxes socials, i que aquestes utilitzen àmpliament tècniques de cura de contingut per difondre la seva producció acadèmica.

Paraules clau

cura de continguts; informació i documentació; revistes científiques; xarxes socials; Twitter; Facebook; Iberoamèrica

CONTENT CURATION ON SOCIAL MEDIA OF IBERO-AMERICAN INFORMATION AND DOCUMENTATION JOURNALS

Abstract

Objectives: the article aims to analyse the characteristics of content curation carried out by Ibero-American scientific journals of information and documentation in their social networks.

Methodology: descriptive research based on the technique of content analysis of digital products, where both a quantitative approach is presented, regarding the presence of the elements studied, and a qualitative approach, of analysis and selection of good practices. All Ibero-American journals in the Library and Information Science category have been examined according to Scimago Journal & Country Rank (SJR).

Results: 60% of magazines have profiles on social networks, although only 55% are active, their preferred platform being Twitter. Content curation predominates in their publications, present in 86% of their posts in 15 of the 18 profiles analysed; at the thematic level, the majority of publications post about the current issue (60.57%); in each social network profile, one curation technique usually predominates above the rest, the most used being Comment (6 profiles), followed by Extract, Summarize and Quote (in 4). It is concluded that a good part of the Ibero-American information and documentation magazines have social networks and that they widely use content curation techniques to disseminate their academic production.

Keywords

content curation; information and documentation; scientific journals; social networks; Twitter, Facebook; Latin America

Recibido: 25/05/2023

Aceptado: 19/06/2023

1 Introducción

En este artículo se presenta un estudio sobre el uso de la curación de contenido en las publicaciones en redes sociales de las revistas iberoamericanas de información y documentación.

El concepto de curación de contenidos o curaduría de contenidos (*content curation* en inglés) es de aparición relativamente reciente (Bharghava, 2009), e identifica una actividad que aúna la selección de contenidos digitales publicados con su posterior reelaboración y contextualización en una nueva publicación digital en la que se realiza una aportación de valor (Guallar y Leiva-Aguilera, 2013). Como ha puesto de manifiesto el estudio bibliométrico de Guallar, Codina y Abadal (2020), este concepto se aplica desde perspectivas y disciplinas diversas, principalmente desde las áreas de comunicación, información y do-

cumentación, ciencias de la computación y educación, siendo las redes sociales uno de los canales más empleados para ello desde cualquiera de estas perspectivas.

Las redes sociales son, por tanto, uno de los vehículos más apropiados para la curación de contenidos digitales, puesto que existe ya una amplia bibliografía al respecto (por ejemplo, Thorson y Wells, 2015; Bruns, 2018; Morejón-Llamas *et al.*, 2022).

Por su parte, las revistas científicas tienen en las redes sociales un canal muy propicio para dar a conocer, difundir y comunicar su producción académica. Como señalan Cueva Estrada *et al.* (2023, p. 325) "[las redes sociales] ayudan al mejor posicionamiento de las mismas y a su labor de difusión de conocimiento validado".

Entre las diferentes redes sociales existentes, las revistas utilizan con más frecuencia las redes generalistas como Twitter, Facebook, etc. —las analizadas en este artículo— que las redes académicas, como ResearchGate o Academia.edu, ya que estas últimas están más enfocadas a su uso por investigadores (Orduña-Malea, Martín-Martín y Delgado-López-Cózar, 2016; Ollé y López-Borrull, 2017; Artigas y Casanova, 2020).

Las redes sociales generalistas se vienen utilizando de manera habitual para la difusión y comunicación de contenidos científicos tanto por parte de las revistas científicas (Arcila-Calderón *et al.*, 2019; Cueva Estrada *et al.*, 2023; Ruiz-Corbella y Galán, 2017) como por parte de divulgadores científicos y de los propios investigadores (Buitrago y Torres Ortiz, 2022; Gil y Guallar, 2023).

Asimismo, hay que señalar que el uso específico de la curación de contenidos en redes sociales por parte de revistas científicas está apenas estudiado. El principal precedente es el trabajo de Artigas y Guallar (2022) sobre revistas iberoamericanas de comunicación. El presente trabajo sigue la línea metodológica de dicho estudio, analizando, en este caso, las características de la curación en revistas de otra disciplina: información y documentación (*library and information science*, LIS).

2 Objetivos y metodología

El objetivo principal es analizar las características de la curación de contenidos que llevan a cabo las revistas científicas iberoamericanas de información y documentación en sus redes sociales.

A su vez, el objetivo anterior se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

- OE1.** Estudiar el uso de las redes sociales por parte de dichas revistas.
- OE2.** Estudiar la implantación de la curación de contenido en las redes sociales de estas revistas.
- OE3.** Conocer las temáticas de sus publicaciones de curación en redes sociales.
- OE4.** Conocer las técnicas de curación en sus publicaciones en redes sociales.
- OE5.** Identificar y proponer una serie de buenas prácticas de curación en redes sociales que pueden servir de referentes para revistas científicas.

En líneas generales, y siguiendo la categorización de Ferran-Ferrer *et al.* (2017), la metodología de investigación empleada es descriptiva y se basa en la técnica de investigación del análisis de contenido de productos digitales, presentando un enfoque tanto cuantitativo, acerca de la presencia de los elementos

estudiados, como cualitativo, de análisis y de selección de buenas prácticas. A continuación, se explica dicha metodología con más detalle.

Para seleccionar las revistas iberoamericanas de la disciplina, se consultó en octubre de 2022 SCImago Journal Rank (SJR), que recoge datos de Scopus. Posteriormente se consultaron los sitios web de estas revistas y, desde ellos, y en algunos casos mediante búsquedas, se localizaron sus perfiles en medios sociales, siguiendo el OE1. Como las revistas seleccionadas presentan frecuencias de publicación diferentes (trimestrales, semestrales, etc.), al igual que en otros estudios (Artigas y Guallar, 2022), se decidió estudiar el periodo correspondiente a la difusión en redes sociales del último número completo publicado para la fecha de revisión (octubre de 2022).

En relación con el OE2, se analizó la presencia de la curación de contenido en las publicaciones en redes sociales, siguiendo las indicaciones de la bibliografía especializada (por ejemplo, Guallar *et al.*, 2021). En este punto es conveniente aclarar qué se entiende por contenido curado en esta investigación: se considera que existe curación en una publicación cuando hay un acceso mediante hiperenlace u otra vía (por ejemplo, contenido incrustado desde una plataforma de social media) al contenido digital original al que se hace referencia. Esto sería equivalente a lo que investigaciones recientes (Guallar y López-Borrull, 2022, p. 6) señalan como un nivel de curación alto, y, por tanto, en este artículo se considera que no existe curación en aquellos *posts* que no ofrecen acceso a un contenido digital previo (niveles de curación medio y bajo).

A continuación, y en relación con los OE3 y OE4, se estudiaron las temáticas y las técnicas utilizadas en los *posts* de curación, tomando como referencia para las primeras la investigación de Artigas y Guallar (2022) y para las últimas, los estudios de Deshpande (2013, 2015), Guallar (2017), Cui y Liu (2017) y Guallar y Traver (2020; 2021). La categorización de temáticas y de técnicas queda como sigue.

En cuanto a las temáticas de las publicaciones, se han considerado las tres categorías siguientes:

- Informaciones sobre el último número.
- Informaciones sobre números anteriores.
- Otras temáticas: informaciones diversas como convocatorias de comunicación (*call for papers*) de los próximos números, información de actividades, etc.

Por su parte, las técnicas de curación estudiadas son:

- **Extractar:** extraer del contenido original y sin apenas cambios, habitualmente, del título.
- **Retitular:** cambiar del título del original por uno propio.
- **Resumir:** elaborar un texto descriptivo o de carácter informativo sobre el contenido curado.
- **Comentar:** elaborar un texto de opinión, valorativo o con un enfoque personal acerca del contenido curado.
- **Citar:** reproducir un fragmento literal del contenido curado que se considera relevante.
- **Storyboarding:** agrupar de diversos formatos en una única publicación.
- **Paralelizar:** proponer una relación o paralelismo existente entre dos o más contenidos curados.

Por último, para dar respuesta al OE5 se ha seguido la línea del artículo de Artigas y Guallar (2022) y se han seleccionado casos de buenas prácticas, siguiendo el proceso que se describe a continuación. A partir de los *posts* analizados en este estudio y de la observación de que cada revista mantiene unas pautas de publicación establecidas, donde predominan ciertas temáticas y técnicas, se ha establecido como

criterio general, pero no excluyente, que el ejemplo seleccionado fuese representativo del hacer habitual de dicha revista; es decir, que no fuera un caso aislado. A continuación, cada uno de los 3 coautores de este estudio seleccionó, entre los perfiles analizados, dos ejemplos de cada temática y técnica, que fueron evaluados por todos los autores para elegir por votación el que consideraban óptimo.

Asimismo, en cuanto a la relación de las revistas con la disciplina que aquí se estudia, cabe precisar que, de las 11 revistas analizadas con redes sociales activas, solo 3 pertenecen únicamente al área de información y documentación (LIS) en el índice SJR: *BiD*, *Revista Española de Documentación Científica (REDC)* y *Revista Interamericana de Bibliotecología*. Las restantes se encuentran categorizadas también en otras disciplinas además de LIS, entre las más frecuentes son comunicación y sistemas de información, presentes cada una de ellas en 4 revistas. Se puede ver más información al respecto en detalle a continuación:

- *Profesional de la información (EPI)*: comunicación, estudios culturales y sistemas de información.
- *Transinformação*: comunicación, sistemas de información y museología.
- *Cuadernos.info*: comunicación.
- *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*: gerencia de información de la salud y políticas de salud.
- *IC – Revista Científica de Información y Comunicación*: comunicación, estudios culturales y lingüística/lenguaje.
- *Encontros Bibli*: sistemas de información y gerencia de los sistemas de información.
- *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*: educación, sistemas de información y Administración pública.
- *Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos*: lingüística/lenguaje y literatura/teoría literaria.

3 Resultados

3.1 Redes sociales de revistas iberoamericanas de información y documentación

La disciplina de *library and information science* (LIS) de Iberoamérica en el SCImago Journal Rank contiene un total de veinte revistas, a fecha de octubre de 2022 (tabla 1).

Título de revista	Q	SJR	País	Redes sociales
<i>Profesional de la información</i>	Q1	0,831	España	4: Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram
<i>Revista Española de Documentación Científica</i>	Q2	0,386	España	2: Twitter, Facebook (inactiva en el periodo analizado)
<i>Transinformação</i>	Q2	0,295	Brasil	1: Twitter
<i>Cuadernos.info</i>	Q2	0,285	Chile	1: Twitter
<i>Información, Cultura y Sociedad</i>	Q3	0,233	Argentina	0
<i>Investigación Bibliotecológica</i>	Q3	0,208	México	0 (No tiene perfil propio, aunque se publican contenidos de la revista en su institución)

Título de revista	Q	SJR	País	Redes sociales
<i>Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud</i>	Q3	0,189	Cuba	1: Facebook
<i>Ibersid</i>	Q3	0,188	España	0
<i>Perspectivas em Ciência da Informação</i>	Q3	0,186	Brasil	0
<i>Revista General de Información y Documentación</i>	Q3	0,179	España	0
<i>Bibliotecas. Anales de investigación</i>	Q3	0,150	Cuba	1: Twitter (inactiva en el periodo analizado). Además, tiene un perfil en Facebook en el que nunca ha publicado
<i>BiD</i>	Q3	0,146	España	1: Twitter
<i>IC – Revista Científica de Información y Comunicación</i>	Q3	0,140	España	2: Twitter, Facebook (inactiva en el periodo analizado)
<i>Encontros Bibli</i>	Q4	0,133	Brasil	2: Facebook, YouTube
<i>Revista Interamericana de Bibliotecología</i>	Q4	0,130	Colombia	3: Twitter, Facebook, Instagram. También tiene perfil en LinkedIn, pero nunca ha publicado
<i>Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação</i>	Q4	0,113	Brasil	3. Twitter, Facebook (inactiva), YouTube
<i>Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra</i>	Q4	0,112	Portugal	0
<i>Ciência da Informação</i>	Q4	0,109	Brasil	0
<i>Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos</i>	Q4	0,105	España	1: Twitter
<i>Scire</i>	Q4	0,101	España	0

Tabla 1. Revistas de LIS de Iberoamérica según SCImago Journal Rank (octubre de 2022).

Fuente: <https://www.scimagojr.com/>

Un primer dato relevante es que ocho revistas (el 40 % del total) no tienen perfiles abiertos en redes sociales, frente a doce que sí los tienen (el 60 %). Se debe añadir que, en el momento de realizar el análisis, una de estas, *Bibliotecas Anales de Investigación*, tenía sus redes inactivas y sin publicar desde 2019, por lo que no se ha estudiado. Asimismo, cabe señalar que *Investigación Bibliotecológica* no tiene perfil propio en redes, aunque sí se publican contenidos sobre la revista en el perfil de su institución.

Considerando el cuartil del índice SJR, se constata que todas las revistas situadas en los cuartiles superiores Q1 y Q2 (4 revistas) utilizan al menos una plataforma social para difundir sus informaciones. De las nueve revistas del cuartil Q3, solamente tres mantienen redes sociales activas, otras cinco no cuentan con red social propia, y una, aunque sí tiene plataformas sociales, está inactiva. Por último, de las siete revistas del Q4, cuatro tienen perfiles en redes sociales y tres no.

Las revistas con presencia en medios sociales cuentan con un total de 22 perfiles abiertos en distintas plataformas. Sin embargo, entre estos se encuentran 2 perfiles que nunca estuvieron activos, puesto que no tienen ninguna publicación desde que se crearon: *Bibliotecas Anales de Investigación* en Facebook y *Revista Interamericana de Bibliotecología* en LinkedIn. Otras 4 más no publicaron durante el periodo analizado, por lo que todos estos perfiles llevan largo tiempo inactivos: el Facebook de la *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, que no publica desde 2020, y los perfiles de Facebook de

REDC e IC Revista Científica de Información y Comunicación, así como el Twitter de *Bibliotecas Anales de investigación*, que no publican desde 2019. Merece la pena destacar el hecho de que Facebook es la plataforma en la que hay más perfiles creados pero inactivos, entre las revistas estudiadas.

Por todo ello, en el momento del análisis, el número de revistas iberoamericanas de LIS con perfil propio activo en redes sociales era de once (el 55 % del total). Por plataformas, la más empleada es Twitter, utilizada por 9 revistas (únicamente 2 no lo tienen, *Encontros Bibli* y *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*). Además, para cinco de estas nueve revistas, Twitter es la única red social que utilizan. La segunda plataforma social más empleada es Facebook, presente en cuatro revistas; le siguen Instagram y YouTube, utilizada por dos revistas, y, finalmente, LinkedIn, utilizada solo por una, *EPI*.

3.2 Curación de contenido en las redes sociales de las revistas

N.º	Revista	Red social	Periodo	Total de posts	Posts de curación	
				FA	FA	FR
1	<i>Profesional de la información</i>	Twitter	jul-ago 2022	37	37	100 %
		Facebook	jul-ago 2022	19	19	100 %
		Instagram	jul-ago 2022	18	18	100 %
		LinkedIn	jul-ago 2022	22	21	95 %
2	<i>Revista Española de Documentación Científica</i>	Twitter	abr-jun 2022	73	71	97 %
3	<i>Transinformação</i>	Twitter	ene-oct 2022	17	15	88 %
4	<i>Cuadernos.info</i>	Twitter	may-ago 2022	40	36	90 %
5	<i>Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud</i>	Facebook	ene-oct 2022	8	6	75 %
6	<i>BiD</i>	Twitter	desde el 21 de mayo de 2022	86	84	98 %
7	<i>IC – Revista Científica de Información y Comunicación</i>	Twitter	ene-oct 2022	9	9	100 %
8	<i>Encontros Bibli</i>	Facebook	ene-oct 2022	29	25	86 %
		YouTube	ene-oct 2022	18	12	67 %
9	<i>Revista Interamericana de Bibliotecología</i>	Twitter	may-ago 2022	7	7	100 %
		Facebook	may-ago 2022	7	7	100 %
		Instagram	may-ago 2022	6	6	100 %
10	<i>Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação</i>	Twitter	ene-oct 2022	45	44	98 %
		YouTube	ene-oct 202	23	22	96 %
11	<i>Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos</i>	Twitter	ene-oct 2022	41	15	37 %

Tabla 2. Posts de curación de contenidos. Fuente: <https://www.scimagojr.com/>

Nota: FA (frecuencia absoluta), FR (frecuencia relativa o porcentaje)

Los datos de la tabla 2 muestran que la mayoría de las revistas presentan un alto porcentaje de *posts* de curación de contenidos, siendo este en su gran mayoría (salvo en dos) superior, al menos, al 75 % de las publicaciones. Es más, quince de los dieciocho perfiles estudiados tienen más del 86 % de contenidos curados, e incluso en algunas revistas la totalidad de las publicaciones son de curación, como es el caso

de *EPI*, de *IC – Revista Científica de Información y Comunicación* o de *Revista Interamericana de Bibliotecología*. La principal excepción a esta tendencia es el Twitter de *Cancioneros Impresos y Manuscritos*, que ofrece solo un 37 % de contenido curado, así como, en cierta medida, el canal en YouTube de la *Revista Digital de Biblioteconomía e Ciência da Informação*.

Por último, en cuanto al número de *posts* publicados de curación por el conjunto de revistas, destaca también Twitter con el 70 % del total: 318 de los 454 contenidos curados analizados en este estudio. En segundo lugar, y a una distancia considerable, se encuentra Facebook con el 12,5 % (57 de 454 *posts*).

3.3 Temáticas de las publicaciones de curación

			Temáticas de post de curación					
			Último número		Números anteriores		Otras temáticas	
N.º	Revista	Red social	FA	FR	FA	FR	FA	FR
1	<i>Profesional de la información</i>	Twitter	32	86 %	4	11 %	1	3 %
		Facebook	17	89 %		0 %	2	11 %
		Instagram	16	89 %		0 %	2	11 %
		LinkedIn	19	90 %		0 %	2	10 %
2	<i>Revista Española de Documentación Científica</i>	Twitter	25	35 %	38	54 %	8	11 %
3	<i>Transinformação</i>	Twitter	11	73 %	4	27 %		0 %
4	<i>Cuadernos.info</i>	Twitter	14	39 %		0 %	22	61 %
5	<i>Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud</i>	Facebook	0	0 %	3	50 %	3	50 %
6	<i>BiD</i>	Twitter	36	43 %	6	7 %	42	50 %
7	<i>IC – Revista Científica de Información y Comunicación</i>	Twitter		0 %		0 %	9	100 %
8	<i>Encontros Bibli</i>	Facebook	10	40 %	4	16 %	11	44 %
		YouTube	8	67 %		0 %	4	33 %
9	<i>Revista Interamericana de Bibliotecología</i>	Twitter	7	100 %		0 %		0 %
		Facebook	7	100 %		0 %		0 %
		Instagram	6	100 %		0 %		0 %
10	<i>Revista Digital de Biblioteconomía e Ciência da Informação</i>	Twitter	35	80 %	3	7 %	6	14 %
		YouTube	21	95 %	1	5 %		0 %
11	<i>Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos</i>	Twitter	11	73 %		0 %	4	27 %

Tabla 3. Temáticas de los *posts* de curación. Fuente: <https://www.scimagojr.com/>

Nota: FA (frecuencia absoluta), FR (frecuencia relativa o porcentaje)

La tabla 3 muestra los datos de análisis de las temáticas. La categoría temática mayoritaria de las tres consideradas es "Último número publicado". En doce de los dieciocho perfiles de las once revistas, se trata del tema más frecuentemente abordado, en porcentajes que oscilan entre el 67 % del canal de YouTube de *Encontros Bibli* y el 100 % en los tres perfiles de *Revista Interamericana de Bibliotecología* (Twitter, Facebook e Instagram). En la mayoría de los casos el porcentaje es superior al 86 %, lo que refleja que este

es el contenido cuantitativamente más numeroso con diferencia (275 de los 454 contenidos analizados, un 60,57 % del total).

En segundo lugar, se encuentra "Otras temáticas", una categoría que hace referencia a contenidos diversos, como llamadas a contribuciones o *call for papers* (CfP); anuncios de la publicación de un número; temas de futuros números; invitaciones a eventos relacionados con el área de conocimiento de la revista; convocatorias a premios; clasificación en *rankings* de revistas; o *posts* sobre publicaciones externas. En cinco perfiles de cinco revistas distintas esta es la categoría predominante (con un empate entre "Números anteriores" y "Otras temáticas" en el caso del Facebook de *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*). Las proporciones oscilan entre el 44 % de *Encontros Bibli* en Facebook y el 100 % de *IC – Revista Científica de Información y Comunicación*. Cuantitativamente, es la segunda categoría más empleada, aunque a mucha distancia de las publicaciones con el tema "Último número" (116 contenidos curados del total de 454, un 25,5 %).

Por último, la categoría Números anteriores es la dominante en un único caso (y en otro está empatada con "Otras temáticas"). Se trata de *REDC* en Twitter, con un 54 % de los contenidos. En los demás casos, tiene una presencia minoritaria, e incluso en 11 perfiles no existe ningún contenido de este tipo. Cuantitativamente, son 63 *posts* de 454 (apenas un 13,8 % del total). Hay que matizar que, en el caso de *REDC*, se da el hecho singular de que su perfil en Twitter se estrenó en mayo de 2021 y, desde entonces, además de difundir los nuevos artículos publicados, hace una revisión de números anteriores.

3.4 Técnicas de curación de contenidos

			Técnicas de curación de contenido									
			Extractar		Retitular		Resumir		Comentar		Citar	
N.º	Revista	Red social	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
1	<i>Profesional de la información</i>	Twitter		0 %		0 %	1	3 %		0 %	36	97 %
		Facebook		0 %		0 %	1	5 %	1	5 %	17	89 %
		Instagram		0 %		0 %	1	6 %	1	6 %	16	89 %
		LinkedIn		0 %		0 %	1	5 %	2	10 %	18	86 %
2	<i>Revista Española de Documentación Científica</i>	Twitter	9	13 %	6	8 %	55	77 %	1	1 %		0 %
3	<i>Transinformação</i>	Twitter	15	100 %		0 %		0 %		0 %		0 %
4	<i>Cuadernos.info</i>	Twitter		0 %		0 %	4	11 %	20	56 %	12	33 %
5	<i>Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud</i>	Facebook		0 %		0 %	4	67 %	2	33 %		0 %
6	<i>BiD</i>	Twitter	83	99 %		0 %		0 %	1	1 %		0 %
7	<i>IC – Revista Científica de Información y Comunicación</i>	Twitter	3	33 %		0 %		0 %	6	67 %		0 %
8	<i>Encontros Bibli</i>	Facebook		0 %		0 %	18	72 %	7	28 %		0 %
		YouTube	1	8 %		0 %	1	8 %	10	83 %		0 %

			Técnicas de curación de contenido									
			Extractar		Retitular		Resumir		Comentar		Citar	
N.º	Revista	Red social	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
9	<i>Revista Interamericana de Bibliotecología</i>	Twitter		0 %		0 %	2	29 %	5	71 %		0 %
		Facebook		0 %		0 %	2	29 %	5	71 %		0 %
		Instagram		0 %		0 %	4	67 %	2	33 %		0 %
10	<i>Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação</i>	Twitter	44	100 %		0 %		0 %		0 %		0 %
		YouTube		0 %		0 %	7	32 %	15	68 %		0 %
11	<i>Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos</i>	Twitter	11	73 %		0 %		0 %	4	27 %		0 %

Tabla 4. Técnicas de curación. Fuente: <https://www.scimagojr.com/>
Nota: FA (frecuencia absoluta), FR (frecuencia relativa o porcentaje)

En la tabla 4 se muestran los datos de utilización de las técnicas de curación en las publicaciones en redes sociales de las revistas analizadas. De las técnicas descritas en la literatura, se aprecia el uso de cinco de ellas, que son: extraer, retitular, resumir, comentar y citar, y no se observa ningún caso de *storyboarding* y paralelizar.

Se ha visto que cada revista emplea de manera preferente en sus publicaciones una de esas cinco técnicas, con las siguientes excepciones: la técnica de retitular solo la utiliza *REDC* y en un porcentaje bajo (8 %); las dos revistas que publican videos en YouTube, *Encontros Bibli* y *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, utilizan en esta plataforma social la técnica de comentar y otra técnica distinta en sus otras plataformas; por último, *Revista Interamericana de Bibliotecología*, en sus perfiles de Twitter y Facebook, utiliza mayoritariamente comentar y en Instagram, resumir.

Vistas las excepciones, se expone a continuación la técnica predominante en cada revista:

- Extraer es la técnica mayoritaria en *BiD*, en *Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos* y en *Transinformação*.
- Resumir es la técnica principal de *REDC* y de *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*.
- Comentar es la predominante en *Cuadernos.info* y en *IC – Revista Científica de Información y Comunicación*.
- Citar es la técnica más utilizada por *EPI* en sus cuatro perfiles.

Si se realiza un análisis detallado por perfiles se puede apreciar lo siguiente:

- Extraer, la técnica de uso más básico, es mayoritaria en cuatro perfiles: *Transinformação* y *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, ambas en la totalidad de sus *posts*; *BiD* en todas sus publicaciones menos en una y *Revista de Cancioneros Impresos y Manuscritos* en el 73 % de ellas. En todos estos casos se trata de perfiles en Twitter en los que el texto del tuit suele consistir en el título del artículo, el nombre de los autores y el enlace.

- Resumir es usada preferentemente en otros cuatro perfiles: *REDC* en Twitter, *Encontros Bibli* en Facebook, *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud* en Facebook y *Revista Interamericana de Bibliotecología* en Instagram. En estos casos se trata de *posts* que incluyen un breve resumen o descripción acerca del artículo u otro tipo de contenido curado.
- Comentar es la técnica preferida en seis perfiles: *Cuadernos.info* e *IC Revista Científica de Información y Comunicación* en Twitter, *Revista Interamericana de Bibliotecología* en Twitter y Facebook y *Encontros Bibli* y *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação* en sus perfiles en YouTube. En estos casos se aprecia un tono más personal o que busca una cercanía al público.
- Por último, la técnica de citar es predominante en cuatro perfiles (Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn) de una única revista, *EPI*, que la utiliza en al menos el 89 % de sus *posts*. En estos casos, se trata siempre de publicaciones que incluyen una imagen con una cita destacada extraída del artículo y que se complementa con los datos de este (autor, título y enlace) y a veces con un comentario. Nótese que la técnica de citar habitualmente se auxilia de otras en el mismo post, como en el caso de *EPI* con extractar o comentar (hay que precisar que en estas publicaciones solo se ha considerado la técnica de citar en nuestro análisis).

Finalmente, un breve apunte en cuanto a los formatos de uso en las técnicas de curación. El formato de publicación más empleado es la combinación de un texto y una imagen, y la curación se puede aplicar en uno de estos dos formatos o en ambos, según los casos. Junto a esta tendencia mayoritaria, otra variante destacable es la utilización de la técnica de comentar en los videos de los canales de YouTube de *Encontros Bibli* y de *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*.

3.5 Bones pràctiques de cura de continguts en els mitjans socials de revistes

A continuación, se muestra una selección de publicaciones de curación que se pueden considerar ejemplos de buenas prácticas, y se presentan atendiendo a las temáticas y las técnicas empleadas. Para cada ejemplo se muestra: temática o técnica; revista; texto; descripción de la imagen; URL; breve comentario.

Temáticas

• Número actual

Profesional de la información

Texto: "Thanks for joining our life: Intimacy as performativity on YouTube parenting vlogs. By @aVizcaino-Verdu, @Patriciadcm and @DaniJaraDent #SocialMedia #Intimacy #Performativity #YouTube #Platforms #Vlogs"

Imagen: contiene el título del artículo, el nombre y los retratos de las tres autoras, una cita textual del artículo y los datos de referencia de este.

https://twitter.com/revista_EPI/status/1556520670766456832

https://twitter.com/revista_EPI/status/1559208973722583044

EPI en Twitter (no en el resto de las plataformas sociales) publica dos tuits para cada nuevo artículo de la revista: el primero de ellos, en cuanto aparece el artículo en la modalidad de publicación continua, y el segundo, unos días más tarde. El contenido de ambos tuits es mayoritariamente idéntico, pero traducido al inglés el segundo incluyendo la cita textual seleccionada, así como el formato gráfico de la imagen, que es diferente en las primeras y en las segundas publicaciones de cada artículo. Esta duplicidad se considera, técnicamente en el ámbito de los social media, una práctica de reciclaje de contenido, y es algo que se aconseja realizar especialmente en aquellas plataformas sociales en las que los contenidos tienen un menor tiempo de vida útil, como es el caso de Twitter (Sanagustín, 2017). De esta manera, aumentan las posibilidades de visibilidad y de acceso al nuevo artículo de la revista.

• **Números anteriores**

Revista Española de Documentación Científica

Texto: "Con motivo de la celebración #DiadelLibro2022 recogemos algunos artículos que estudian al #libro y sus #lectores desde diferentes perspectivas. (Se abre hilo)"

Imagen: no hay.

https://twitter.com/Revista_REDOC/status/1517408074876821505

Buen ejemplo de cómo recuperar artículos de números anteriores que tienen una temática común; en este caso, el libro y sus lectores desde distintas perspectivas. Se trata de una curación de contenido de indudable interés, en la que se ha hecho un análisis de la producción científica de la revista buscando patrones y poniendo estos contenidos a disposición del público en un momento apropiado, con el motivo de una efeméride (una técnica habitual en los medios de comunicación). También es interesante el uso del hilo de Twitter para reunir diversos tuits con artículos diferentes.

• **Otras temáticas**

BiD

Texto: "Anàlisi de l'ISBN a Iberoamèrica <https://ub.edu/blokdebid/ca/content/analisi-de-lisbn-iberoamerica> amb Isabel-Cristina Arenas al #BlokdeBiD @revistaBiD"

Imagen: muestra la imagen que se presenta en el blog.

<https://twitter.com/revistaBiD/status/1506627616173965320>

Un buen ejemplo de post en redes sociales no relacionado estrictamente con los contenidos de la propia revista son los tuits habituales en el perfil de *BiD* acerca del *Blok de BiD*, un blog con el que la revista guarda relación, y que publica reseñas de informes y estudios sobre las temáticas que aborda la revista. De esta manera, puede aumentar la visibilidad de su perfil de Twitter, y por extensión, de la marca de la revista.

Técnicas

Se muestran a continuación ejemplos de buenas prácticas de las técnicas de resumir, comentar y citar. No se han incluido ejemplos de reticular y extractar; en el primer caso porque aparece muy escasamente en

las revistas analizadas, y en el segundo, porque extractar es considerada una técnica menor y con poco valor añadido, con ejemplos muy similares entre sí.

- **Resumir**

Revista Española de Documentación Científica

Texto: "Sergi Cortiñas y Marc Darriba Zaragoza estudian el porcentaje de obras pseudocientíficas presentes en #bibliotecas públicas. Resultados: mayor porcentaje #astrología | Más números de títulos sobre #homeopatía en proporción a #quimioterapia. <https://doi.org/10.3989/redc.2018.1.1474>"

Imagen: no tiene

https://twitter.com/Revista_REDOC/status/1529795736191344640

Un buen uso de la técnica de resumir se encuentra en este tuit sintético y directo, en el que todo el contenido se basa en el texto, sin incluir imagen. El tuit resume en pocas palabras el tema de un artículo publicado en la revista, así como dos de sus resultados más significativos, indicando también el nombre de los autores. Además, utiliza con precisión algunos hashtags para identificar determinadas palabras clave: bibliotecas, astrología, homeopatía, quimioterapia.

- **Comentar**

Encontros Bibli

Texto: "Competência leitora na cultura digital e a biblioteca escolar: a contribuição do letramento informacional..." [Se omite el texto completo por su extensa longitud].

Imagen: es un video en el que una de las autoras comenta el contenido del artículo publicado.

<https://www.youtube.com/watch?v=vxP2Fw4Ymfc>

Ejemplo de uso del video como sistema de presentación del contenido de artículos científicos, en este caso, en el canal de la revista en YouTube. En este video una coautora del trabajo comenta su experiencia en relación con la elaboración del artículo académico. Es importante señalar que, en este tipo de contenidos, el uso de una técnica u otra puede depender más del autor que de la revista; es decir, la forma en la que el autor presente el video puede estar más vinculada con el estilo propio de comunicar del autor que con una decisión de la revista.

- **Citar**

Cuadernos.info

Texto: "#LecturaRecomendada @NekaneParejo analizó 11 películas de Almodóvar centrándose en la figura del fotógrafo. Concluyó una evolución hacia la caracterización de otros roles: voyerismo, fotografía doméstica e imágenes robadas. Lee el artículo completo en <https://doi.org/10.7764/cdi.52.36267>"

Imagen: consiste en una frase destacada entre comillas del artículo con indicación de la página concreta y el autor. También incluye el nombre de la revista, el título, el año de publicación, el número y las páginas.

<https://twitter.com/CuadernosInfo/status/1564650714395287554>

Un buen ejemplo del uso de la técnica de citar en este tuit. La cita se incorpora al post no en el texto, sino a través de una imagen mediante un gráfico de aspecto cuidado. La cita seleccionada permite resaltar uno de los resultados más destacados de la investigación, de modo que se condensa en pocas palabras el artículo que se difunde.

4 Discusión

Este trabajo propone una profundización en la difusión de información científica llevada a cabo por las revistas académicas en redes sociales, al menos en las siguientes cuestiones.

En lo referente a la presencia de las revistas de LIS en redes sociales, el trabajo contribuye a ampliar el estudio de Ollé y López-Borrull (2017) que, además de otros aspectos, muestra una panorámica del uso de las redes sociales por parte de las revistas científicas sobre LIS españolas. Si se comparan los datos de ambos estudios, se observan diferencias en estos años (los datos de Ollé y López-Borrull son de noviembre de 2016). Si en ese año había 8 revistas españolas indexadas en Scopus o Wos, actualmente hay 8, pero 2 han cambiado: han desaparecido de las bases de datos internacionales *Cybermetrics* y *Anales de documentación* y han entrado en escena *IC – Revista Científica de Información y Comunicación* y *Revista de Cancioneros impresos y manuscritos*.

En cuanto a perfiles en redes sociales, se observan algunas diferencias y semejanzas. Entre las primeras: *REDC* carecía de cuentas en redes sociales, mientras que ahora tiene Twitter y Facebook (aunque esté inactivo); *EPI* no tenía Instagram y ahora sí, y tenía Pinterest y YouTube, que en la actualidad están inactivos. Entre las semejanzas: *BiD* tenía y tiene Twitter; *EPI* mantiene sin cambios Facebook, Twitter y LinkedIn; e *Ibersid*, *Revista general de información y documentación* y *Scire* no tenían redes sociales y siguen sin tenerlas.

Si se comparan los datos de este trabajo con los de estudios en otros ámbitos temáticos, el trabajo de Arcila-Calderón *et al.* (2019) sobre revistas de ciencias sociales coincide en señalar el dominio de Twitter y Facebook sobre el resto de las plataformas, con un promedio de adopción de redes sociales por revistas de un 38,21 %, inferior a lo observado en las revistas de LIS. No ocurre lo mismo con las revistas científicas de educación indexadas en JCR o Scopus que, según Ruiz-Corbella y Galán (2017) y Sánchez-Santamaría y Aliaga (2019), poseen todas algún tipo de cuenta en redes sociales, entre las cuales las más utilizadas también son Facebook y Twitter, seguidas de cerca por LinkedIn.

Si se comparan los datos de este estudio sobre revistas de LIS respecto a los datos de revistas sobre comunicación del estudio de Artigas y Guallar (2022), se observan asimismo algunas diferencias y semejanzas. Entre las primeras, el nivel de presencia en redes sociales es superior en las revistas de LIS casi en un 20 % con respecto a las de comunicación. En lo que se refiere a las semejanzas, ambos estudios coinciden en que la mayoría de las revistas utilizan la curación de contenidos en sus publicaciones en redes sociales; dedican la mayoría de los *posts* a difundir los contenidos del número actual; utilizan de manera destacada la técnica de comentar seguido de resumir, aunque en el estudio anterior citar y extraer eran más minoritarias y en este se encuentran al mismo nivel que resumir.

También hay que resaltar que cuatro revistas aparecen en ambos estudios porque pertenecen a las dos categorías: *EPI*, *Cuadernos.info*, *Transinformação* e *IC revista científica de información y comunicación*.

Entre ambos trabajos, se observa que *Cuadernos.info* y *Transinformação* no tenían presencia en redes sociales en 2021 y ahora sí, en concreto, en Twitter. Asimismo, *IC – Revista Científica de Información y Comunicación* aparecía como inactiva y ahora tiene un perfil en Twitter activo. Por último, *EPI* publicaba escasamente en Facebook en el anterior estudio en comparación con lo observado en este, mientras que por otra parte sigue utilizando de manera destacada la técnica de citar, lo que muestra consistencia en su estilo de curación.

4 Conclusiones

Respondiendo a los objetivos propuestos, se puede concluir lo siguiente:

En cuanto al OE1 sobre presencia en redes sociales de las revistas de la categoría LIS, se puede afirmar que el 60 % de las revistas de LIS iberoamericanas indexadas por Scopus (doce de veinte revistas) poseen perfiles de redes sociales, estando plenamente activos el 55 % de estas (once de las veinte revistas). Estas once revistas cuentan con un total de 18 perfiles activos, de los que destacan en su mayoría el uso de Twitter. Solo 2 revistas no tienen perfil en dicha red social y en 5 de ellas es su única plataforma social. Por su parte, Facebook aparece como la red con el mayor número de perfiles creados pero inactivos. Una posibilidad es que Facebook en estos momentos esté dejando de ser utilizada por algunas revistas científicas para difundir sus contenidos. Por último, es importante resaltar que las revistas de mayor impacto difunden en mayor medida sus publicaciones mediante redes sociales.

En referencia al OE2 se puede concluir que la mayoría de las revistas usa la curación de contenidos en sus publicaciones en redes sociales. Se puede destacar que quince de los dieciocho perfiles emplean la curación en más del 86 % de sus contenidos, con un dominio también de Twitter, con el 70 % del total de los contenidos curados (318 de los 454 que se analizan).

Con relación al OE3 sobre temáticas de las publicaciones de curación, la mayoría de las revistas publican *posts* sobre su último número, con 275 de los 454 *posts* con contenidos curados totales analizados en este estudio (60,57 %), seguido de la categoría "Otras publicaciones" (25,55 %), siendo la menos usada "Números anteriores" (13,87 %).

En relación con el OE4 sobre técnicas de curación, se puede destacar en primer lugar que no se observa ningún caso de *storyboarding* y de paralelizar. Por otro lado, salvo algunas excepciones, cada revista suele tener una técnica preferida que utiliza mayoritariamente (por ejemplo, *EPI* utiliza de manera destacada citar en sus cuatro redes sociales). En el análisis a del perfil de red social se encuentra cierto equilibrio entre el uso de comentar, extractar, resumir y citar, destacando comentar como técnica preferida en seis perfiles, respecto a los cuatro perfiles que usan las otras técnicas.

Por último, en cuanto al OE5, se ha podido extraer un conjunto de ejemplos de buenas prácticas que pueden servir de referente a otras revistas para sus publicaciones en redes sociales, tanto en temáticas como en técnicas. Así, se puede destacar, por ejemplo: el uso de videoartículos con la técnica de comentar por parte de dos revistas en sus canales de YouTube, *Encontros Bibli* y *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*; el uso de hilos de Twitter para mostrar artículos científicos pasados con una temática común, en *REDC*; las publicaciones sobre contenidos externos a la propia revista, en *BiD*; la

publicación de dos tuits sobre un mismo artículo con ligeras variantes, para reforzar la difusión del paper, en *EPI*; o el uso de extractos seleccionados del artículo con la técnica de citar para dar a conocer mejor su contenido, en *EPI* y *Cuadernos.info*.

Por otro lado, y a la vista de la discusión, se concluye que tanto las revistas de LIS españolas como las de Iberoamérica en estos últimos años han mejorado su presencia en redes sociales, además de la difusión de contenidos, bien sea porque se han activado o porque se publica más en dichas redes sociales. Se entiende desde esta investigación que las revistas académicas han percibido que curar contenido en redes sociales de una forma sostenida a través del tiempo es una labor fundamental que les permite difundir y dar a conocer con éxito sus contenidos a audiencias más amplias.

Una última observación es que se constata que la disciplina estudiada, LIS, tiene un carácter marcadamente transversal y guarda una importante relación con otros campos de conocimiento, al situarse varias revistas en diversas categorías del SJR.

Finalmente, se pueden señalar algunas limitaciones de este estudio que se pueden desarrollar en futuras investigaciones. En primer lugar, se podría ampliar el periodo temporal de análisis para obtener una visión más completa del quehacer de las revistas. Tampoco se ha estudiado el impacto que tiene en las métricas bibliométricas la difusión de artículos de revistas a través de las redes sociales. Una tercera limitación puede ser la de no utilizar otras metodologías como entrevistas o encuestas a editores de revistas y a los responsables de sus redes sociales para comprender mejor sus dinámicas de trabajo. Asimismo, en relación con otras futuras investigaciones, puede ser muy interesante ampliar el ámbito geográfico y disciplinar aquí estudiado, estudiando revistas científicas de otras regiones y de otras disciplinas.

6 Notas

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.

6 Destacats

"Facebook aparece como la red con el mayor número de perfiles creados pero inactivos. Una posibilidad es que Facebook en estos momentos esté dejando de ser utilizada por algunas revistas científicas para difundir sus contenidos."

"(...) salvo algunas excepciones, cada revista suele tener una técnica preferida que utiliza mayoritariamente (por ejemplo, *EPI* utiliza de manera destacada citar en sus cuatro redes sociales)."

"Las revistas académicas han percibido que curar contenido en redes sociales de una forma sostenida a través del tiempo es una labor fundamental que les permite difundir y dar a conocer con éxito sus contenidos a audiencias más amplias."

Bibliografía

- Arcila-Calderón, Carlos; Calderín-Cruz, Mabel; Sánchez-Holgado, Patricia (2019). "Adopción de redes sociales por revistas científicas de ciencias sociales". *El profesional de la información*, vol. 28, núm. 1, e280105. <<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.05>>. [Consulta: 23/10/2022].
- Artigas, Wileidys; Casanova, Ilya (2020). "Influencia de las redes sociales académicas en la construcción de la identidad digital latinoamericana". *Anales de Documentación*, vol. 23, núm. 2. <<https://doi.org/10.6018/analesdoc.397551>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Artigas, Wileidys; Guallar, Javier (2022). "Curación de contenidos científicos en medios sociales de revistas Iberoamericanas de Comunicación". *Revista de Comunicación*, vol. 21, núm. 2, p. 15–32. <<https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A1>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Bruns, Axel (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Nova York: Peter Lang. <<https://doi.org/10.3726/b13293>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Buitrago, Alex; Torres Ortiz, Lidia (2022). "Divulgación científica en YouTube: Comparativa entre canales institucionales vs. Influencers de ciencia". *Fonseca. Journal of Communication*, núm. 24, p. 127–148. <<https://doi.org/10.14201/fjc.28249>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Cueva Estrada, Jorge; Sumba Nacipucha, Nicolas; Paredes Floril, Priscilla; Sanchez-Bayon, Antonio; Carbo Guerrero, Kenya (2023). "Correlación entre Facebook y Google Scholar en el impacto de revistas científicas". *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 81, p. 314–331. <<https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1897>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Cui, Xi; Liu, Yu (2017). "How does online news curate linked sources? A content analysis of three online news media". *Journalism*, vol. 18, núm. 7, p. 852–870. <<https://doi.org/10.1177/1464884916663621>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Deshpande, Pawan (2013). *Six content curation templates for content annotation*. *The Curata* [blog]. <<http://www.curata.com/blog/6-content-curation-templates-for-content-annotation>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Deshpande, Pawan (15 de enero de 2015). *The Definitive Guide to Content Curation*. *The Curata* [blog]. <<http://www.curata.com/blog/the-definitive-guide-to-content-curation/>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Ferran-Ferrer, Nuria; Guallar, Javier; Abadal, Ernest; Server, Adan (2017). "Research methods and techniques in Spanish library and information science journals (2012-2014)". *Information Research*, vol. 22, núm. 1. <<http://www.informationr.net/ir/22-1/paper741.html>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Gil, Lydia; Guallar, Javier (2023). "Científicos en redes sociales. Divulgación y curación de contenidos en twitter: taxonomía y casos". *Index.Comunicación*, vol. 13, núm. 1, p. 55–77. <<https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Cienti>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Guallar, Javier. (2017). "Artículos de curación de contenidos. Categorías y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, 11, p. 210-216. <<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.38>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Guallar, Javier; Codina, Lluís; Abadal, Ernest (2020). "La investigación sobre curación de contenidos: análisis de la producción académica". *Ibersid*, vol. 14, núm. 1, p. 13–22. <<https://ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/view/4653>>. [Consulta: 24/05/2023].
- 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.

- Guallar, Javier; López-Borrull, Alexandre (2022). "Curar la verdad, curar la mentira: dos estrategias de content curation contra la desinformación". *Anuario ThinkEPI*, vol. 16, e16a42. <<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a42>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Guallar, Javier; Pedraza-Jiménez, Rafael; Pérez-Montoro, Mario; Anton, Laura (2021). "Curación de contenidos en periodismo. Indicadores y buenas prácticas". *Revista Española De Documentación Científica*, vol. 44, núm. 2, e296. <<https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1742>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Guallar, Javier; Traver, Paula (2020). "Curación de contenidos en hilos de Twitter. Taxonomía y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, vol. 14, e14d06. <<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14d06>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Guallar, Javier; Traver, Paula (2021). "Curación de contenidos de bibliotecas en medios sociales: plataformas, técnicas y buenas prácticas". *Anuario ThinkEPI*, vol. 15, p. 1–16. <<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2021.e15d02>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Morejón-Llamas, Noemí; Martín-Ramallal, Pablo; Micaletto-Belda, Juan (2022). "Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine". *Profesional de la información*, vol. 31, núm. 3, e310308. <<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Ollé, Candela y López-Borrull, Alexandre (2017). Redes sociales y altmetrics: nuevos retos para las revistas científicas. En: Abadal, E. (ed.). *Revistas científicas: situación actual y retos de futuro*, p. 197–219. Barcelona: Universidad de Barcelona. <<http://eprints.rclis.org/32138/>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Orduña-Malea, Enrique; Martín-Martín, Alberto; Delgado-López-Cózar, Emilio (2016). "ResearchGate como fuente de evaluación científica: desvelando sus aplicaciones bibliométricas". *Profesional de la información*, vol. 25, núm. 2, p. 303–310. <<https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.18>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Ruiz-Corbella, Marta; Galán, Arturo (2017). "La visibilidad de las revistas científicas de educación en el entorno 2.0 el uso de las redes sociales". *Edetania: estudios y propuestas socio-educativas*, núm. Extra 50, p. 59–72. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6040100>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Sanagustín, Eva (2017). *Plan de contenidos en medios sociales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Sánchez-Santamaría, José; Aliaga, Francisco (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://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70005/131440.pdf?sequence=1>>. [Consulta: 24/05/2023].
- Thorson, Kjerstin; Wells, Chris (2015). "How Gatekeeping Still Matters: Understanding Media Effects in an Era of Curated Flows". En: Tim P. Vos y Francois Heinderyckx (eds.). *Gatekeeping in Transition*. Londres: Routledge. <https://www.researchgate.net/publication/276205453_How_Gatekeeping_Still_Matters_Understanding_Media_Effects_in_an_Era_of_Curated_Flows>. [Consulta: 24/05/2023].