

Curación de contenidos científicos y divulgativos en *Instagram*. Taxonomía y ejemplos

Curating scientific and outreach content on *Instagram*: Taxonomy and examples

Lydia Gil; Javier Guallar

Citación recomendada:

Gil, Lydia; Guallar, Javier (2026). "Curación de contenidos científicos y divulgativos en *Instagram*. Taxonomía y ejemplos [Curating scientific and outreach content on *Instagram*: Taxonomy and examples]". *Infonomy*, 4(5) e26031.

<https://doi.org/10.3145/infonomy.26.031>

Artículo recibido: 03-07-2026

Artículo aprobado: 30-07-2026



Lydia Gil

<https://orcid.org/0000-0003-4227-2939>

<https://directorioexit.info/ficha4068>

Social Media en Investigación

Tarragona, España

lydiagil@socialmediaeninvestigacion.com



Javier Guallar

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

<https://directorioexit.info/ficha195>

Universitat de Barcelona, Facultat d'Informació i Mitjans

Audiovisuals, Centre de Recerca en Informació, Comunicació i Cultura (CRICC)

Melcior de Palau, 140

08014 Barcelona, España

jguallar@ub.edu



Resumen

El objetivo de este trabajo es ofrecer una primera aproximación a la aplicación de la curación de contenidos en la plataforma social *Instagram* por parte de investigadores y especialistas en divulgación científica. Se ha realizado un estudio cualitativo exploratorio en el que se presenta una taxonomía específica para el análisis de las publicaciones de curación de contenidos de ciencia en esta red. La taxonomía se basa en diversos parámetros agrupados bajo dos grandes dimensiones, Contenido y Curación, e incluye: Cantidad, Rango temporal, Procedencia de los contenidos, Técnicas de curación e Integración de la información. Los resultados muestran la viabilidad de este esquema mediante la identificación de casos representativos extraídos de diferentes formatos de *Instagram* (*posts*, *carruseles*, *reels* e historias), publicados por personal investigador, instituciones y divulgadores de variadas disciplinas científicas y con representatividad de género. Se considera que esta taxonomía resulta de gran utilidad para la comunidad científica y los divulgadores, ayudándoles a mejorar la calidad de la comunicación científica y a mitigar las limitaciones propias de esta plataforma.

Palabras clave

Curación de contenidos; Divulgación científica; Curadores de contenido; Científicos; Divulgadores; Redes sociales; Social media; Taxonomías; Comunicación científica; Técnicas; *Instagram*.

Abstract

The aim of this paper is to offer a first approach to the application of content curation on the social platform Instagram by researchers and specialists on scientific dissemination. An exploratory qualitative study was conducted, presenting a specific taxonomy to analyze science content curation publications on this platform. The proposed taxonomy is based on various parameters grouped under two main dimensions, Content and Curation, including: Quantity, Temporal range, Provenance of the contents, Curation techniques, and Integration of information. The results demonstrate the feasibility of this framework through the identification of representative cases drawn from different Instagram formats (such as posts, carousels, reels, and stories), published by research personnel, institutions, and communicators from various scientific disciplines and with gender representation. This taxonomy is considered to be highly useful for the scientific community and disseminators, helping them to improve the quality of scientific communication and to mitigate the specific limitations of this platform.

Keywords

Content curation; Scientific dissemination; Content curators; Scientists; Disseminators; Social networks; Outreach content; Social media; Taxonomies; Scientific communication; Techniques; *Instagram*.

1. *Instagram* y divulgación científica

En las últimas décadas, la divulgación científica ha experimentado una profunda transformación impulsada por la digitalización y la expansión de las redes sociales y, más recientemente, por el desarrollo de la inteligencia artificial. Estas herramientas

no solo han ampliado las posibilidades de personalizar y optimizar la comunicación del conocimiento, sino que también han permitido que investigadoras, investigadores y especialistas en divulgación alcancen audiencias globales y diversas, superando las limitaciones de los medios tradicionales. De este modo, la divulgación ha trascendido su función meramente informativa para convertirse en un puente esencial entre la ciencia y la sociedad (**Valencia**, 2021).

Entre las plataformas sociales que han redefinido este panorama, *Instagram* destaca como un espacio clave. Como tercera red social más utilizada a nivel mundial (**Kemp**, 2025), su enfoque en contenido visual y su accesibilidad, principalmente a través de dispositivos móviles, la han convertido en un canal idóneo para conectar con audiencias jóvenes, activas y con alto consumo de material gráfico. Su dinamismo, interactividad y alcance masivo han facilitado la difusión de conocimientos en disciplinas tan variadas como la radiología, la microbiología, la arqueología o la parafarmacia (**Yu**; **Sharma**, 2022; **Hines**, 2019; **Caspari**, 2022; **González-Romo et al.**, 2020).

Este auge se refleja en la creciente presencia de perfiles individuales e institucionales que han sabido aprovechar los formatos de la plataforma para comunicar ciencia de manera efectiva. Entre ellos destacan, por ejemplo, el catedrático de Inmunología de la *Universidad de Sevilla* Alfredo Corell, con 113.000 seguidores; la divulgadora de antropología y evolución humana Candela Antón de Vez, con 850.000 seguidores; y el *Instituto de Geociencias del CSIC*, con 30.000 seguidores.

Existe una presencia creciente de perfiles individuales e institucionales en *Instagram* que utilizan la plataforma para comunicar ciencia de manera efectiva

Instagram, concebida inicialmente como una plataforma para compartir imágenes estáticas, ha experimentado una transformación impulsada por los cambios en el comportamiento de su comunidad y la competencia con otras redes sociales. Esta evolución ha llevado a la incorporación de funciones orientadas a la producción de contenido audiovisual, ampliando así su potencial como instrumento para la divulgación científica (**Arce-Romeral**; **Lozano-Blasco**, 2021).

Actualmente, la plataforma ofrece varios formatos principales, cada uno con características que permiten adaptar el mensaje científico a distintos públicos. Los *posts* facilitan la difusión de contenido permanente, como imágenes, vídeos y textos estructurados, lo que resulta ideal para compartir infografías, resultados de investigaciones o reflexiones técnicas de manera accesible y duradera. Una variante muy exitosa son los *carruseles*, que incorporan varias imágenes en la misma publicación. Los *directos*, por otro lado, permiten la transmisión de vídeos en vivo, con la opción de guardarlos para su publicación posterior. Esto abre posibilidades para debates en tiempo real, entrevistas con especialistas o la cobertura de congresos y festivales científicos, fomentando una interacción directa con la audiencia.

Las *historias*, disponibles durante 24 horas, destacan por su capacidad para generar interacción inmediata mediante encuestas, preguntas o efectos visuales, útiles para simplificar conceptos complejos o dinamizar la comunicación científica. Finalmente,

los *reels*, diseñados para vídeos cortos, resultan efectivos para captar la atención de audiencias jóvenes y no especializadas gracias a su formato dinámico y viral (*Instagram*, 2026).

Sin embargo, *Instagram* también tiene limitaciones como medio de divulgación científica, especialmente desde el punto de vista de la curación de contenidos digitales (**Thorson; Wells**, 2016). Una de las más destacadas es la dificultad para incluir enlaces en las publicaciones, lo que impide dirigir al público directamente hacia fuentes originales, datos adicionales o artículos completos (**Guallar; Traver**, 2023). Otra cuestión relevante es que la comunidad científica carece del hábito de citar las referencias bibliográficas de manera sistemática en redes sociales, lo que puede afectar a la credibilidad y el rigor de los contenidos. Finalmente, el formato de *Instagram*, diseñado para contenido breve y visualmente atractivo, puede fomentar una simplificación excesiva de los mensajes científicos, sacrificando matices, contexto o precisión en aras de la inmediatez y la viralidad, además de generar en la audiencia una falsa sensación de dominio sobre el tema (**Salzmann et al.**, 2025).

Una de las limitaciones de *Instagram* como medio de divulgación científica es la dificultad para incluir enlaces en las publicaciones

2. Objetivos

De lo anteriormente expuesto, se puede deducir que existe un hueco de investigación en el análisis de las estrategias de comunicación científica en *Instagram* enfocadas desde la perspectiva de la curación de contenidos. Por ello, el objetivo general de este trabajo es ofrecer una primera aproximación a la aplicación de la curación de contenidos en la plataforma social *Instagram* por parte de investigadores y especialistas con un propósito de divulgación científica, mediante una taxonomía de su uso.

Del anterior objetivo general se pueden derivar dos objetivos específicos:

OE1: Identificar las características relacionadas con los contenidos digitales y con el proceso de curación en una taxonomía específica para la curación de contenidos de divulgación científica en *Instagram*.

OE2: Identificar casos representativos de buenas prácticas en los diferentes elementos que caracterizan la taxonomía anterior en la plataforma *Instagram*.

3. Metodología

Este estudio presenta una taxonomía para el análisis de las publicaciones de curación de contenidos de ciencia en *Instagram*. Se ha seleccionado *Instagram* debido a su creciente uso e impacto entre el personal investigador y especialistas en divulgación. Mientras trabajos anteriores han analizado el uso de *Instagram* desde perspectivas como la plataforma preferida para divulgar el quehacer científico de las instituciones (**Martín-Neira et al.**, 2022) o las estrategias de comunicación científica que tienen más posibilidades de viralizarse (**Aiger**, 2026), éstos no abordan el fenómeno desde la perspectiva de la curación de contenidos, como hace el presente trabajo.

Para ello, se implementó un enfoque cualitativo basado en un muestreo no probabilístico, intencional y de conveniencia (**Ames et al.**, 2019), que permitió identificar perfiles representativos según tres ejes: diversidad temática (abarcando distintas áreas del conocimiento), pertenencia a actores relevantes (personal investigador, instituciones científicas o especialistas de la divulgación) y equilibrio de género en la muestra. Las publicaciones analizadas están fechadas entre septiembre de 2025 y marzo de 2026, lo que garantiza la actualización de los datos y la captación de tendencias recientes.

La taxonomía propuesta se basa en trabajos previos sobre análisis de la curación de contenido en canales digitales, como: **Gil, Guallar y Vállez** (2025), **Guallar y Gil** (2025), **Gil y Guallar** (2023), **Guallar y Traver** (2020), **Cui y Liu** (2017) y **Deshpande** (2013). La taxonomía se compone de dos dimensiones principales: Contenido y Curación, centradas respectivamente en las características del contenido curado y en las características del proceso de curación, que incluyen la primera los parámetros de Cantidad, Rango temporal y Procedencia, y la segunda los parámetros de Técnicas de curación e Integración del contenido curado. A su vez, cada parámetro se divide en una serie de categorías que se detallan en la tabla 1.

Los ejemplos seleccionados han sido producidos por actores relevantes en la divulgación científica de variadas disciplinas con equilibrio en representatividad de género

Dimensión	Parámetro	Categoría
Contenido	Cantidad	Uno Varios
	Rango temporal	Retrospectivo o atemporal Reciente Actual Tiempo real
	Procedencia	Propio Externo
Curación	Técnica	Extractar Resumir Comentar Citar <i>Storyboarding</i>
	Integración	Hiperenlace web Hiperenlace a contenido en <i>Instagram</i> Imagen Texto descriptivo

Fuente: Elaborado a partir de: **Deshpande** (2013); **Cui y Liu** (2017); **Guallar y Traver** (2020); **Gil y Guallar** (2023); **Gil, Guallar y Vállez** (2025)

4. Análisis

En esta sección se detallan las categorías definidas en la taxonomía, con un ejemplo de publicación representativa de cada categoría y una breve descripción. Es importante destacar que las categorías no son mutuamente excluyentes, sino que se complementan entre sí, y por ello, una misma publicación puede encajar en más de una. A continuación, se presenta el análisis para cada caso, siguiendo el siguiente esquema: título o primeras palabras de la publicación, autoría, fecha de publicación, formato de *Instagram* (*post*, *historia*, *reel* y *carrusel*; no se consideran los directos), URL y comentario.

4.1. Contenido: Cantidad de fuentes de contenidos curadas

Esta categoría hace alusión al número de contenidos curados en una publicación de *Instagram* y se divide en dos subgrupos: a) Curación efectuada a partir de un único contenido y b) Curación realizada a partir de varios contenidos.

A. Curación de un solo contenido

Dos estudiantes de doctorado escriben el mismo mensaje en *Twitter* a un académico influyente

TREES · @treesuniandes

3 octubre 2025

Carrusel

<https://www.instagram.com/p/DPU4KDbD5E7>

TREES es una iniciativa liderada por el *Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico (CEDE)*, de la *Universidad de los Andes* (Colombia) que estudia las desigualdades en América Latina y Colombia. La publicación en formato *carrusel* presenta un solo contenido curado: el artículo “Discrimination in the Formation of Academic Networks: A Field Experiment on #EconTwitter”, de Ajzenman *et al.*, publicado en la revista *American Economic Review*.

B. Curación de varios contenidos

Veredicto: calzado minimalista

Luis Quevedo · @luis_quevedo

14 enero 2026

Reel

<https://www.instagram.com/p/DTD2gUhDlxJ>

En este *reel*, el divulgador científico Luis Quevedo aborda la tendencia del calzado *barefoot*, que busca replicar la experiencia de caminar descalzo. Para ofrecer una perspectiva basada en evidencia, Quevedo realiza una curación de contenidos científicos, seleccionando y analizando 10 artículos académicos como fuentes.

4.2. Rango temporal del contenido curado

Se distinguen cuatro tipos de contenido según su temporalidad:

- Atemporal o retrospectivo: contenidos con más de un mes de antigüedad respecto a su publicación en *Instagram*.
- Reciente: contenidos publicados originalmente entre uno y treinta días antes de su difusión en *Instagram*.
- Actual: contenidos publicados el mismo día.
- En tiempo real: contenidos curados y compartidos en directo.

A. Información retrospectiva o atemporal

Elementos químicos descubiertos por mujeres

Sara Gallegos Buenrostro · @morra_científica

9 marzo 2026

Reel

<https://www.instagram.com/p/DVpLVDtiXaN>

La divulgadora científica Sara Gallegos Buenrostro presenta en este *reel* a nueve científicas que contribuyeron al descubrimiento de elementos de la tabla periódica, entre las que destacan Marie Curie, Lise Meitner e Ida Noddack. El contenido está basado en cuatro fuentes.

B. Reciente

Éxito inicial de una vacuna personalizada contra el cáncer de mama triple negativo, el más peligroso

Lucía Almagro · @diariodeunacientifica

24 febrero 2026

Reel

<https://www.instagram.com/p/DVluuAECtpr>

La biotecnóloga y divulgadora Lucía Almagro explica en este *reel* qué hay detrás del estudio publicado en *Nature* sobre el ensayo de una vacuna contra el cáncer de mama triple negativo, que está mostrando resultados muy prometedores, y analiza sus posibles implicaciones. El contenido parte de una noticia publicada en prensa e incluye imágenes incrustadas para complementar la información.

C. Actual

He convertido mi reacción en #SMC España en una nueva entrada en mi blog #genética en #naukas

Lluís Montoliu · @lluís.montoliu

27 marzo 2026

Carrusel

<https://www.instagram.com/p/DWZhKf0jpT3>

En este carrusel, el Dr. Lluís Montoliu, investigador del *Centro Nacional de Biotecnología (CNB-CSIC)* y del *CIBERER-ISCIII*, comparte dos imágenes de su blog de divulgación *Genética* sobre el experimento del Dr. Teruhiko Wakayama, quien logró clonar ratones en serie hasta la 58ª generación tras más de 20 años de trabajo. La primera imagen

es un esquema que ilustra el método utilizado por el Dr. Wakayama para realizar la clonación seriada, mientras que la segunda muestra una fotografía del científico en su laboratorio. Ambas imágenes forman parte de un post publicado en su blog el mismo día que se compartió en *Instagram*.

D. Tiempo real

Hoy te traigo *ESASky*, la herramienta definitiva para los amantes de la astronomía de la *Agencia Espacial Europea*

Nuria Álvarez · @unachicacosmica_

4 septiembre 2025

Reel

<https://www.instagram.com/p/DOL0U7UAJQn>

En este reel, la astrofísica e investigadora de la *Universidad U-tad* Nuria Álvarez presenta *ESASky*, la herramienta de la *Agencia Espacial Europea* para los amantes de la astronomía. A través de ejemplos de búsqueda, muestra las principales funciones de la plataforma y el tipo de resultados que ofrece.

4.3. Procedencia

El contenido curado puede proceder de dos fuentes principales: contenido propio de la marca o contenido externo ajeno a ella.

A. Curación de contenido propio

¿Sabías que el corcho puede ser mucho más que un simple tapón?

Unidad de Cultura Científica de la Universidad de Cádiz · @culturacientificauca

14 enero 2026

Reel

<https://www.instagram.com/p/DTgLxdEjjAu>

Reel realizado por la *Unidad de Cultura Científica* de la *Universidad de Cádiz* sobre un proyecto que explora nuevas aplicaciones sostenibles del corcho, integrando enfoques desde la ciencia, la ingeniería y el diseño. En este marco, el grupo de investigación *INNANOMAT* ha elaborado materiales compuestos avanzados, técnicas de fabricación digital y prototipos funcionales, con potencial para transformar sectores como la construcción y el diseño industrial. La fuente que se cita es una noticia publicada en la web institucional.

B. Curación de contenido externo

La mayor revisión científica sobre altas capacidades arroja un mensaje claro: sabemos menos de lo que creemos.

Paloma Merello · @paloma_merello

20 enero 2026

Reel

<https://www.instagram.com/p/DTvgJ5FjKL->

Paloma Merello, profesora de la *Universidad de Valencia* y divulgadora especializada en altas capacidades, explica en este *reel* el trabajo publicado en la revista *Journal for the Education of the Gifted*. En él se analizan más de veinte años de meta-análisis, la evidencia más sólida disponible, para identificar qué hallazgos sobre la superdotación se sostienen realmente.

4.4. Dimensión Curación

Las técnicas más utilizadas para aportar valor en el proceso de curación de contenidos, comúnmente denominadas técnicas de caracterización o *sense making*, pueden aplicarse de forma individual o combinada en una misma publicación. Entre ellas destacan:

- **Extractar o republicar:** elaboración de un extracto del contenido original con modificaciones mínimas o nulas, y con una aportación de valor limitada.
- **Resumir:** síntesis descriptiva o informativa del contenido curado, realizada de manera neutra e impersonal.
- **Comentar:** inclusión de una opinión o perspectiva personal del curador o curadora, explicitando su punto de vista sobre el contenido.
- **Citar:** selección de uno o varios fragmentos del contenido original, considerados relevantes, representativos o de especial interés.
- **Storyboarding:** compilación de contenidos diversos en distintos formatos (por ejemplo, redes sociales como *Twitter*, *YouTube* o *Instagram*, imágenes, medios de comunicación, webs), organizados bajo una narrativa coherente definida por el curador o curadora.

A. Extractar o republicar

Sería bueno sentir menos curiosidad por las personas y más por las ideas
Unidad de Biotecnología de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir ·
@biotecnofarucv
26 diciembre 2025
Post
<https://www.instagram.com/p/DSvChIDie7e>

Post del Antiguo Laboratorio de Investigaciones de la Facultad de Farmacia de la Universidad Central de Venezuela que incluye una foto con una cita de Marie Curie. Este contenido, curado originalmente por @natgeoesp en *Instagram*, fue republicado mediante la aplicación *Repost*, conservando la imagen original y añadiendo sólo la mención al perfil de la cuenta de origen.

B. Resumir

Buenos días! Les compartimos el resumen de esta interesante publicación que nos muestra la Revista Chest.
Dr. Andrés Ramírez · @elpulmonsano
1 diciembre 2025
Post
<https://www.instagram.com/p/DRtswa1DtvY>

El Dr. Andrés Ramírez, investigador de la *Universidad de Chile* y divulgador especializado en cáncer de pulmón, presenta en este *post* una infografía que resume el artículo publicado en la revista *Chest*. El estudio aborda el aumento del riesgo de cáncer en fumadores de cannabis y tabaco.

C. Comentar

Detectando riesgo sólo con lo que pones en un chat

Fernan Arana · @fernalarana

14 diciembre 2025

Reel

<https://www.instagram.com/p/DSQ2HsqjyeY>

Fernan Arana, investigador especializado en personalidad y relaciones del *CONICET*, explica en este *reel* que ya es posible detectar si una persona está en riesgo solo a partir de lo que escribe en un chat de una plataforma de inteligencia artificial. La publicación se basa en un *preprint* publicado en el repositorio *PsyArXiv*.

D. Citar

¿Sabes cómo la gamificación puede inspirar nuevas formas de educación climática?

Grupo Ciberimaginario de la Universidad Rey Juan Carlos · @ciberimaginario

17 noviembre 2025

Post

<https://www.instagram.com/p/DRJxFzIkcyj>

Publicación del grupo de investigación Ciberimaginario de la *Universidad Rey Juan Carlos* en formato de imagen, que incluye una cita de uno de sus artículos publicados en la revista *Environmental Research Letters*. El estudio propone una nueva forma de producción ágil para desarrollar formatos innovadores e interactivos destinados a la educación climática.

E. Storyboarding

Atlas de órganos humanos

Federico Kukso · @fedkukso

18 marzo 2026

Carrusel

<https://www.instagram.com/p/DWAak0pGTcO>

El periodista científico argentino Federico Kukso comparte en este *carrusel* el *Atlas de Órganos Humanos (HOA)*, un repositorio de datos abiertos que facilita el acceso a imágenes tridimensionales multiescala de órganos humanos. La publicación cuenta con 7 diapositivas que incluyen vídeos, imágenes estáticas y la portada del artículo científico. El enlace a la fuente original se encuentra citado en el texto descriptivo.

4.5. Integración del contenido curado

Se consideran tres opciones: hiperenlace a contenido web (url), hiperenlace a contenido de *Instagram* e imagen (fija o en movimiento).

A. Hiperenlace a contenido web (url)

Quan parlem d'obesitat, sovint ho reduïm a menjar més o menys. Però el cos és molt més complex, i l'intestí hi té molt a veure!

Facultad de Química de la Universidad Rovira i Virgili · @quimicaurv

29 enero 2026

Carrusel más historia destacada

<https://www.instagram.com/p/DUGE0FYiOTx>

<https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDAxMTE1ODQ2MjU4OTAz>

En este carrusel de la *Facultad de Química de la Universidad Rovira i Virgili* se explica un estudio publicado en la revista *Obesity* por el grupo *MoBioFood*, que analiza si el gusto amargo influye en el metabolismo. A lo largo del carrusel se presentan los principales resultados, y en la última diapositiva se indica que el artículo original está disponible en las historias destacadas (agrupadas en “Publicacions”), donde se incluye el enlace al artículo en *ResearchGate*. La fuente curada aparece tanto en el carrusel como en el texto explicativo.

B. Hiperenlace a contenido de *Instagram*

#EstáPasando Así se vivió la expedición paleontológica transmitida en vivo en la Patagonia

Laboratorio del Museo Argentino de Ciencias Naturales · @laderasurlatam

20 octubre 2025

Reel

<https://www.instagram.com/p/DQCVb9zDpdu>

Este reel del *Laboratorio de Anatomía Comparada y Evolución de los Vertebrados del Museo Argentino de Ciencias Naturales* muestra momentos del descubrimiento de una nidada de huevos de dinosaurio carnívoro (similar al *Bonapartenykus*) en un yacimiento de 70 millones de años en General Roca (Río Negro). Este acontecimiento histórico, que constituye la primera expedición paleontológica en la Patagonia transmitida en directo a través de *YouTube*, fue organizado por *CONICET*, *Fundación Azara* y *National Geographic Society*.

C. Imagen (fija o en movimiento)

El hallazgo de flechas envenenadas de hace 60.000 años nos cuenta mucho sobre el pasado de nuestra especie.

Lidia Merenciano · @lidiamerenciano

16 enero 2026

Reel

https://www.instagram.com/p/DTISa6_jQSN

Lidia Mereciano, divulgadora en historia y antropología, presenta en este reel el hallazgo de flechas envenenadas datadas hace 60.000 años, un descubrimiento que aporta valiosa información sobre el pasado de nuestra especie. El contenido incorpora seis imágenes estáticas, subtítulos y la referencia al artículo científico curado.

D. Texto descriptivo

El ADN puede entenderse como un archivo biológico que guarda las instrucciones para construir y mantener nuestro cuerpo

Adriana Castro · @divulgotopia

5 noviembre 2025

Post

<https://www.instagram.com/p/DQr0n-zAqaX>

Adriana Castro, investigadora de la *Universidad de Málaga*, comparte en este post la captura de pantalla de un artículo publicado en *The Conversation*. En la imagen se observa el título *Más inteligentes pero también más vulnerables a los trastornos mentales: el precio de la evolución*. El texto incluye un breve resumen y el enlace a la publicación original.

5. Conclusiones

Si se recuperan los objetivos iniciales de este trabajo, se puede señalar que se ha podido aportar un esquema de análisis viable para comprender mejor el uso de la curación de contenido en la plataforma *Instagram* por parte de investigadores y divulgadores de ciencia. La taxonomía propuesta se basa en parámetros agrupados bajo dos grandes dimensiones: Contenido (Cantidad, Rango temporal y Procedencia) y Curación (Técnicas de curación e Integración del contenido), respondiendo así al primer objetivo específico propuesto.

La taxonomía propuesta se basa en parámetros agrupados en dos dimensiones: Contenido (Cantidad, Rango temporal y Procedencia) y Curación (Técnicas e Integración)

La viabilidad de este planteamiento se ha ejemplificado mediante la selección de casos reales extraídos de publicaciones de *Instagram*, a través de formatos propios de esta plataforma social, como *posts*, *carruseles*, *reels* e historias, que han sido producidos por actores relevantes en la divulgación científica, de variadas disciplinas y manteniendo un equilibrio en la representatividad de género, dando cumplimiento al segundo objetivo específico.

Se considera que la taxonomía y el análisis presentados pueden ser de utilidad especialmente para la comunidad científica y para los divulgadores que publican en redes sociales. Si los creadores de contenido científico en medios sociales son más conscientes de cómo aplican las técnicas de curación y de cómo integran la información digital, podrán lograr una comunicación científica de mayor calidad.

Una curación de contenidos estratégica puede ayudar a mitigar algunas peculiaridades características de *Instagram*

Esto puede ser particularmente relevante en *Instagram*, donde una curación de contenidos estratégica puede ayudar a mitigar algunas peculiaridades características de esta plataforma, como: la dificultad para incluir enlaces directos a las fuentes originales, la falta de hábitos de citación sistemática o el riesgo de caer en una simplificación excesiva de conceptos complejos en busca de viralidad.

En cuanto a las limitaciones de este trabajo, se puede señalar que se trata de un primer trabajo exploratorio para esta red social, de carácter cualitativo y con un muestreo de conveniencia, con sus correspondientes limitaciones de representatividad.

Se han seleccionado casos reales de publicaciones de *Instagram* a través de formatos como *posts*, *carruseles*, *reels* e historias

Para futuras investigaciones, se propone, entre otras posibilidades, refinar esta taxonomía, efectuar análisis cuantitativos de un corpus extenso de publicaciones en *Instagram* según áreas de conocimiento o por países, realizar entrevistas a los propios científicos y divulgadores sobre sus hábitos de curación digital, y, finalmente, llevar a cabo estudios comparativos sobre la curación de contenidos entre *Instagram* y otras redes sociales mayoritarias.

6. Referencias

Aiger, Montserrat; Elboj, Carmen; Lozano-Blasco, Raquel; Acero-Ferrero, Marian (2026). Science communication in social media: Analysis of success on TikTok, Instagram, and YouTube across scientific disciplines. *Computers in Human Behavior*, v. 177, April 2026, 108866.

<http://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108866>

Ames, Heather; Glenton, Claire; Lewin, Simon (2019). Purposive sampling in a qualitative evidence synthesis: a worked example from a synthesis on parental perceptions of vaccination communication. *BMC Medical Research Methodology*, v. 19, 26.

<https://doi.org/10.1186/s12874-019-0665-4>

Arce-Romeral, Lorena; Lozano-Blasco, Raquel (2021). Instagram en ciencia: Un nuevo modelo de divulgación y aprendizaje. En: Sánchez-Rivas, Enrique; Colomo-Magaña, Ernesto; Sánchez-Vega, Elena; Cívico-Ariza, Andrea (coords.). *La tecnología educativa hoy*, 36-39.

<https://doi.org/10.24310/mumaedmumaed.69>

Caspari, Gino (2022). Instagram as a tool for archaeological science communication. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, v. 24, e00219.

<http://doi.org/10.1016/j.daach.2022.e00219>

Cui, Xi; Liu, Yu (2017). How does online news curate linked sources? A content analysis of three online news media. *Journalism*, v. 18, n. 7, 852–870.

<https://doi.org/10.1177/1464884916663621>

Deshpande, Pawan (2013). 6 content curation templates for content annotation. *The Curata Blog*.

<https://curata.com/blog/6-content-curation-templates-for-content-annotation>

Gil, Lydia; Guallar, Javier (2023). Científicos en redes sociales. Divulgación y curación de contenidos en Twitter: taxonomía y casos. *index.Comunicación*, v. 13, n. 1, 55–77.

<https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Cienti>

Gil, Lydia; Guallar, Javier; Vállez, Mari (2025). Propuesta de taxonomía para la curación de contenidos de divulgación científica en YouTube. *Revista Panamericana de Comunicación*, v. 7, n. 1, 3329.

<https://doi.org/10.21555/rpc.v7i1.3299>

González-Romo, Zahaira-Fabiola; Iriarte-Aguirre, Sofía; García-Medina, Irene (2020). Pharmaceutical influencers on Instagram and their communication during the Covid-19 pandemic crisis. *Journal of Science Communication*, v. 19, n. 5, A04.

<https://doi.org/10.22323/2.19050204>

Guallar, Javier; Gil, Lydia (2025). Cómo curan contenido científicos y divulgadores en redes sociales. Taxonomía y casos en X y YouTube. En: *CoDi. Congreso de divulgación, transferencia e impacto social de la ciencia*, Ourense, 12-13 de marzo de 2025.

<http://eprints.rclis.org/46465>

Guallar, Javier; Traver, Paula (2023). Cómo curar contenido en *Instagram*. Taxonomía y casos. *Anuario ThinkEPI*, v. 17, e17a45.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a45>

Hines, Hunter N. (2019). Cell-fies: sharing microbiology with global audiences through Instagram. *FEMS Microbiology Letters*, v. 366, n. 16, August, fnz205.

<http://doi.org/10.1093/femsle/fnz205>

Instagram [2026]. *Página de ayuda de Instagram*.

<https://help.instagram.com>

Kemp, Simon (2025). *Digital 2026 Global Overview Report*. Datareportal; Meltwater; We Are Social, 15 October 2025.

<https://datareportal.com/reports/digital-2026-global-overview-report>

Martín-Neira, Juan Ignacio; Trillo-Domínguez, Magdalena; Olvera-Lobo, María Dolores (2022). La divulgación científica en Instagram: usos y estrategias desde la praxis chilena. *Cuadernos.Info*, n. 53, 229–252.

<https://doi.org/10.7764/cdi.53.42515>

Salzmann, Sara; Walther, Charlotte; Kaspar, Kai (2025). A new dimension of simplified science communication: the easiness effect of science popularization in animated video abstracts. *Frontiers in Psychology*, v. 16, 1584695.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1584695>

Thorson, Kjerstin; Wells, Chris (2016). Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication theory*, v. 26, n. 3, pp. 309–328.
<https://doi.org/10.1111/comt.12087>

Valencia, Inés (2021). Divulgación científica en redes sociales. *Universidad Autónoma de Madrid*.
<https://www.uam.es/uam/investigacion/cultura-cientifica/noticias/divulgacion-cientifica-redes>

Yu, Chris; Sharma, Naveen (2022). Growth and utilization of radiology Instagram accounts: Insight and template from an online radiologist educator. *Academic Radiology*, vol. 29, n. 4.
<http://doi.org/10.1016/j.acra.2021.02.003>