HiloTesis: Difusión de la investigación doctoral. Colaboración de la *CRUE* y la *Fundación Ignacio Larramendi*

HiloTesis: Dissemination of doctoral research. Collaboration between *CRUE* and the *Ignacio Larramendi Foundation*

Xavier Agenjo-Bullón; **Lola Hernando-de-Larramendi-Planet**; **Patricia Juez-García**

Citación recomendada:

Agenjo-Bullón, Xavier; **Hernando-de-Larramendi-Planet, Lola**; **Juez-García, Patricia** (2026). "*HiloTesis*: Difusión de la investigación doctoral. Colaboración de la *CRUE* y la *Fundación Ignacio Larramendi* [*HiloTesis*: Dissemination of doctoral research. Collaboration between *CRUE* and the *Ignacio Larramendi Foundation*]". En: Dinu, N. R.; Baiget, T. (eds.). *Ciencia para la Sociedad*. Granada: Ediciones Profesionales de la Información. ISBN: 978-84-125757-7-4 *https://doi.org/10.3145/codi2026/023*



Xavier Agenjo-Bullón
https://orcid.org/0000-0001-8338-8087
Fundación Ignacio Larramendi
Duque de Medinaceli, 12, 1º izq.
28014 Madrid, España
xavier.agenjo@larramendi.es



Lola Hernando-de-Larramendi-Planet
https://orcid.org/0009-0006-0494-7201
Fundación Ignacio Larramendi
Duque de Medinaceli, 12, 1º izq.
28014 Madrid, España
lola.larramendi@larramendi.es



Patricia Juez-García
https://orcid.org/0000-0002-9428-0175
Fundación Ignacio Larramendi
Duque de Medinaceli, 12, 1º izq.
28014 Madrid, España
patriciajuez@larramendi.es

Resumen
El concurso *HiloTesis, tesis doctoral en un hilo de redes sociales*, impulsado por la *Conferencia de Rectores y Rectoras de las Universidades Españolas* (*CRUE*) y con la colaboración de la *Fundación Ignacio Larramendi*, se consolida como una iniciativa clave para la divulgación científica de la investigación doctoral en España. En un contexto académico y social donde la comunicación científica se considera una competencia esencial, *HiloTesis* promueve el desarrollo de habilidades comunicativas entre doctorandos y doctores recientes, impulsando la transferencia de conocimiento a la sociedad a través de las redes sociales. Esta comunicación analiza los objetivos, el alcance y la relevancia de la iniciativa, así como la importancia de la colaboración institucional y de la cultura de la Ciencia Abierta en el fortalecimiento de la relación entre universidad y ciudadanía.

Palabras clave
Divulgación científica; Comunicación de la investigación; Tesis doctorales; Ciencia abierta; Redes sociales; *Fundación Ignacio Larramendi*; *Conferencia de Rectores y Rectoras de las Universidades Españolas*; *CRUE*; Cultura digital; Universidad y sociedad.

Abstract
The *HiloTesis* competition, a doctoral thesis presented as a social media thread, promoted by the *Conference of Rectors of Spanish Universities* (*CRUE*) and with the collaboration of the *Ignacio Larramendi Foundation*, has become a key initiative for the dissemination of doctoral research in Spain. In an academic and social context where scientific communication is considered an essential skill, *HiloTesis* promotes the development of communication skills among doctoral students and recent PhDs, fostering knowledge transfer to society through social media.This paper analyzes the objectives, scope, and relevance of the initiative, as well as the importance of institutional collaboration and the Open Science culture in strengthening the relationship between universities and the public.

Keywords
Scientific dissemination; Research communication; Doctoral thesis; Open Science; Social media; *Ignacio Larramendi Foundation*; *Conference of Rectors of Spanish Universities*; *CRUE*; Digital culture; University and society.

1. Introducción

La comunicación científica ha adquirido una relevancia creciente, no solo como herramienta de divulgación, sino como un componente fundamental para la construcción de una cultura científica compartida (**Delgado-López-Cózar**; **Martín-Martín**, 2015).

La apertura de la investigación a la sociedad —uno de los pilares de la Ciencia Abierta— implica no solo garantizar la accesibilidad a los resultados, sino también desarrollar la capacidad de los investigadores para traducir su conocimiento especializado a un lenguaje comprensible (**Fitzgerald**; **Radmanesh**, 2015).

En este contexto, el concurso *HiloTesis*, promovido por la *CRUE* desde 2021, surge como una estrategia innovadora para difundir las tesis doctorales en el entorno digital. A través del formato del *hilo* en redes sociales como *X* (antes *Twitter*), *BlueSky* o *Instagram*, los participantes explican de forma sintética, atractiva y accesible el contenido esencial de su tesis doctoral, utilizando un lenguaje divulgativo acompañado de recursos visuales (**Picón**, 2022; **Arda**, 2012).

La colaboración de la *Fundación Ignacio Larramendi* refuerza el carácter cultural de la iniciativa, subrayando la importancia de preservar, difundir y proyectar el conocimiento científico y humanístico hacia el futuro.

2. Contexto y fundamentos

Las universidades, como espacios de generación de conocimiento, enfrentan el desafío de visibilizar el valor social de la investigación (**Smolak-Lozano**; **Almansa-Martínez**, 2021). Las tesis doctorales constituyen, en muchos casos, la primera contribución original de los investigadores al avance del conocimiento, pero su difusión suele limitarse al ámbito académico (**Fernández-Ramos**; **Barrionuevo**, 2022).

Las redes sociales han abierto nuevas posibilidades para democratizar la comunicación científica, permitiendo una interacción directa entre investigadores y públicos amplios (**Haustein** *et al.*, 2015; **Martín-Gómez**; **Bartolomé-Muñoz-de-Luna**, 2024). En este marco, el formato del hilo digital se ha consolidado como una herramienta narrativa eficaz para contar la ciencia en pequeñas unidades de sentido, combinando texto, imagen y emoción (**Portilla-Chagna** *et al.*, 2023).

La *CRUE* diseñó *HiloTesis* con un doble propósito:

> 1. Fomentar la alfabetización comunicativa de los investigadores en formación, estimulando su capacidad de síntesis, estructura y claridad expresiva (**Casanueva-Rocha, C.**; **Caro-González**, 2013).
>
> 2. Promover la cultura de la divulgación como parte integral de la carrera investigadora, alineada con los valores de la Ciencia Abierta, la transferencia de conocimiento y la responsabilidad social universitaria (**Retuerto-Marzano**, 2023).

Como ya se ha señalado, la iniciativa *#HiloTesis*, impulsada por *RedDivulga–CRUE Universidades Españolas*, nació en 2021 en un contexto marcado por las restricciones sanitarias que dificultaban la organización de actividades presenciales. Su objetivo

ISBN: 978-84-125757-5-0

fue promover la divulgación de las tesis doctorales mediante hilos de *Twitter* (hoy *X*), favoreciendo que el personal investigador en formación adquiriera competencias comunicativas y acercara sus investigaciones a la sociedad de forma accesible (**Nájera**; **Escudero**, 2023).

Entre 2021 y 2025 se han celebrado cinco ediciones del concurso, dirigidas a estudiantes de doctorado y recientes doctores de universidades españolas. La dinámica consiste en publicar un hilo explicativo de la investigación en un periodo determinado, siguiendo reglas comunes de etiquetado y registro (**Nájera**; **Escudero**, 2023). En la evaluación de los hilos participan las unidades de Cultura Científica y escuelas de Doctorado de varias universidades. Cada hilo es evaluado por pares por al menos tres personas y se otorga una calificación de acuerdo con los criterios de las bases del concurso, valorando la claridad divulgativa, la creatividad y la adecuación a los objetivos del certamen. En las primeras ediciones los premios dependieron de cada universidad y a partir de 2023 cuenta con la colaboración de la *Fundación Ignacio Larramendi* que asume la dotación económica de los premios.

3. El papel de la *Fundación Ignacio Larramendi*

La *Fundación Ignacio Larramendi*, instituida por Ignacio Hernando de Larramendi y Montiano (1921–2001), ha llevado a cabo una destacada labor en la preservación, digitalización y difusión del patrimonio científico e intelectual iberoamericano (**Crespo**, 2021). Su fundador, figura sobresaliente del ámbito empresarial y cultural, impulsó proyectos pioneros como las *Bibliotecas Virtuales de Polígrafos*, de *Pensadores Tradicionalistas* y de *Comentaristas de Aristóteles*, así como las colecciones *MAPFRE 1492* y *Clásicos Tavera*.

Así mismo, fomentó muchas iniciativas de carácter científico, entre las cuales se encuentra la publicación del *Epistolario de Ramón y Cajal* (2015), resultado de más de tres décadas de trabajo, y la creación de la *Biblioteca Virtual de Ayudas Ignacio Larramendi a la Investigación* en cuestiones de promoción de la salud, presentada en la *Real Academia Nacional de Medicina* (2021).

Acercar la investigación al conjunto de la sociedad, fortaleciendo con ello la cohesión y el desarrollo social, constituye un principio plenamente coherente con la visión de Ignacio Larramendi. Para él, la comunicación del conocimiento, su accesibilidad y comprensibilidad, así como su adecuada divulgación, representaban vías esenciales para contribuir al progreso colectivo y para estrechar la relación entre la ciencia y la ciudadanía.

Este compromiso con la sociedad se hizo visible ya en 1965, desde *MAPFRE Mutualidad*, cuando impulsó la idea de que las empresas e instituciones debían destinar parte de sus recursos a iniciativas de interés público. En última instancia, y como él mismo reiteraba, se trataba de devolver a la sociedad parte de lo que de ella se había recibido.

El año 2025 adquiere, además, un significado especial al conmemorarse el 50º aniversario de la creación de la *Fundación MAPFRE*, promovida por Larramendi en 1975. Su visión, profundamente ética y humanista, sentó las bases de lo que hoy entendemos

ISBN: 978-84-125757-7-4

como responsabilidad social corporativa, aunque para él no constituía más que una expresión de justicia y de compromiso cívico.

Once años más tarde, en 1986, constituyó la *Fundación Ignacio Larramendi*, orientada a la preservación, difusión y promoción del conocimiento y la cultura. Larramendi advirtió tempranamente el papel decisivo que desempeñarían las nuevas tecnologías en el desarrollo de estas iniciativas, lo que lo situó, en muchos aspectos, como un precursor de la ciencia abierta y de la democratización del acceso a la cultura.

Tras su fallecimiento, el *Patronato de la Fundación* asumió el compromiso de continuar y ampliar sus proyectos, todos orientados a fortalecer la visibilidad del legado científico y cultural iberoamericano. En este contexto, la colaboración con la *CRUE* en el concurso *HiloTesis* refuerza el puente entre la tradición intelectual y las nuevas formas de comunicación científica, combinando rigor, ética y compromiso social (**Sumba-Nacipucha** *et al.*, 2024).

4. Comunicación y divulgación en la investigación doctoral

La formación doctoral, como proceso de especialización científica de alto nivel, requiere incorporar competencias comunicativas que trasciendan el entorno académico (**Dinu**, 2024). Iniciativas como *HiloTesis* contribuyen a desarrollar en los investigadores habilidades de comunicación estratégica, narrativa científica y cultura digital (**Torres-Salinas**, 2018).

La divulgación de tesis doctorales genera beneficios múltiples:

- Sociales: acerca la ciencia a la ciudadanía y contribuye a la alfabetización científica.
- Académicos: incrementa la visibilidad y el impacto de las investigaciones (**Sathianathen** *et al.*, 2020).
- Personales: mejora la empleabilidad y la proyección profesional de los investigadores.
- Institucionales: fortalece la imagen de las universidades como espacios abiertos y comprometidos.

El formato de *HiloTesis* obliga a sintetizar ideas complejas sin perder rigor, facilitando la traducción del conocimiento especializado en mensajes comprensibles. Esta práctica es esencial para la democratización de la ciencia y para reforzar la confianza pública en las instituciones académicas.

La iniciativa *#HiloTesis* ha mantenido una elevada participación desde su puesta en marcha. En 2021 se registraron 91 participantes y más de 29,2 millones de impresiones, mientras que en 2022 participaron 317 personas, alcanzándose 20 millones de impresiones. La edición de 2023 reunió a 384 participantes. En 2024 el concurso contó con 362 personas procedentes de 49 universidades españolas y, en 2025, la cifra ascendió a 489 participantes de 58 universidades, consolidándose como una de las acciones de divulgación científica universitaria con mayor impacto y crecimiento anual.

ISBN: 978-84-125757-5-0

5. Ciencia Abierta y comunicación digital

El paradigma de la Ciencia Abierta promueve la accesibilidad, la transparencia y la participación en todas las fases del proceso investigador. En este sentido, la comunicación digital no es solo un medio, sino un espacio de interacción entre ciencia y sociedad (**Haustein** *et al.*, 2015; **Fitzgerald**; **Radmanesh**, 2015).

HiloTesis se alinea con los principios de *open access*, *open data* y *open communication*, contribuyendo a una difusión responsable, comprensible y creativa del conocimiento (**Portilla-Chagna** *et al.*, 2023). Las redes sociales permiten una comunicación científica más horizontal y colaborativa, donde la autoridad académica se combina con la empatía narrativa y la capacidad de conectar emocionalmente con la sociedad (**Sumba-Nacipucha** *et al.*, 2024).

En los últimos años, también otras plataformas, como *TikTok*, se han convertido en un espacio para la difusión de la cultura entre el público más joven (**Carpenter**, 2024). Consciente de las posibilidades que ofrece esta plataforma y en línea con su compromiso por la difusión de la cultura, la *Fundación Ignacio Larramendi* ha abierto una cuenta institucional en *TikTok*. En ella, se publican semanalmente vídeos de carácter diverso y hay una sección dedicada a *HiloTesis*, en la que se presenta la iniciativa al público general.

Para intentar que estos vídeos aparezcan en el algoritmo de un número considerable de usuarios, se emplean sonidos y hashtags, elementos que pueden contribuir a la clasificación por parte de la plataforma del contenido como interesante (**Caliandro** *et al.*, 2024). El objetivo de estos vídeos es difundir la iniciativa de *HiloTesis* a un grupo más amplio de jóvenes investigadores y doctorandos a la vez que llegar al público general.

6. Impacto y valoración

Como se ha dicho, desde su primera edición, *HiloTesis* ha contado con la participación de decenas de universidades españolas y ha generado miles de interacciones en redes sociales. Los hilos premiados destacan por su creatividad, rigor y capacidad de conexión con el público general (**Smolak-Lozano**; **Almansa-Martínez**, 2021).

Más allá del reconocimiento público, el impacto más significativo del concurso reside en su efecto formativo y multiplicador: estimula la reflexión sobre cómo comunicar la ciencia, impulsa la colaboración entre servicios de comunicación y escuelas de doctorado, y fortalece una comunidad de jóvenes investigadores comprometidos con la divulgación (**Fernández-Ramos**; **Barrionuevo**, 2022; **Martín-Gómez**; **Bartolomé-Muñoz-de-Luna**, 2024).

La colaboración con la *Fundación Ignacio Larramendi* añade un valor simbólico y cultural, integrando la comunicación científica dentro del patrimonio intelectual contemporáneo y vinculándola con la continuidad entre el humanismo clásico y la ciencia digital.

ISBN: 978-84-125757-7-4

7. Impacto en 2025

En la edición de 2025, el concurso registró 489 candidaturas, evidencia del creciente interés por parte de doctorandos y jóvenes doctores. Las investigaciones premiadas representan las cinco grandes ramas del conocimiento y han alcanzado una notable repercusión en redes sociales, donde los hilos son compartidos y comentados más allá del campo universitario (**Portilla-Chagna** *et al.*, 2023).

Esta amplia participación confirma que la comunicación científica puede ser innovadora, inclusiva y de bajo coste, demostrando que con recursos limitados pueden lograrse grandes resultados en términos de impacto social y académico

8. Conclusiones y perspectivas futuras

El concurso *HiloTesis* constituye un modelo de buena práctica institucional en la comunicación de la investigación doctoral. Su éxito se basa en la integración de tres dimensiones esenciales:

1. La formación en competencias comunicativas.
2. La promoción de la ciencia abierta.
3. La colaboración interinstitucional entre universidades, fundaciones y sociedad civil (**Retuerto-Marzano**, 2023).

La alianza entre la *CRUE* y la *Fundación Ignacio Larramendi* ejemplifica el potencial de la cooperación institucional para potenciar la visibilidad social del conocimiento académico (**Crespo**, 2021). *HiloTesis* demuestra que la investigación más especializada puede y debe compartirse con la ciudadanía, y que comunicar es también una forma de hacer ciencia.

En un entorno caracterizado por la sobreinformación y la necesidad de rigor, formar investigadores capaces de comunicar con claridad, sensibilidad y creatividad es una responsabilidad colectiva (**Delgado-López-Cózar**; **Martín-Martín**, 2015). La divulgación de las tesis doctorales no solo acerca la ciencia a la sociedad, sino que reafirma el papel de la universidad como agente de transformación y compromiso público.

9. Referencias

Arda, Zeynep (2012). Los académicos en las redes sociales: la visibilidad de la investigación académica y la amplificación del público. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 67–75.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40888

Caliandro, Alessandro; **Gandini, Alessandro**; **Bainotti, Lucia**; **Anselmi, Guido** (2024). *The platformisation of consumer culture: A digital methods guide.* Amsterdam, Amsterdam University Press. *https://doi.org/10.2307/jj.14443784*

Carpenter, Jeffrey P.; **Morrison, Scott A.**; **Shelton, Catharyn C.**; **Clark, Nyree**; **Patel, Sonal**; **Toma-Harrold, Dani** (2024). How and why educators use TikTok: Come for the fun, stay for the learning? *Teaching and Teacher Education*, 142.
https://doi.org/10.1016/j.tate.2024.104530

ISBN: 978-84-125757-5-0

Casanueva-Rocha, Cristóbal; **Caro-González, Francisco-Javier** (2013). La Academia Española de Comunicación: productividad científica frente a actividad social. *Comunicar*, 41, 61-70. *https://doi.org/10.3916/C41-2013-06*

Crespo-López, Mario (2021). *Ignacio Larramendi. Biografía definitiva.* Fundación Ignacio Larramendi.
https://www.larramendi.es/es/consulta/registro.do?id=32725

Delgado-López-Cózar, Emilio; **Martín-Martín, Alberto** (2015). *Difusión y visibilidad de la producción científica en la red: construyendo la identidad digital científica de un autor.* En: Seminario sobre visibilidad y divulgación de la producción científica. Universidad de Granada: Programa de Doctorado en Estudios Migratorios, 29-30 de enero 2015.

Dinu, Nicoleta-Roxana (2024). Tendencias de uso de repositorios y redes sociales académicas para dar visibilidad a los artículos científicos en Información, Documentación y Comunicación. *Profesional de la información*, *33*(4).
https://doi.org/10.3145/epi.2024.0403

Fernández-Ramos, Andrés; **Barrionuevo, Leticia** (2022). La difusión de la producción científica en el ámbito de las Humanidades: el caso de la Universidad de León. *Investigación bibliotecológica*, 36(90).
https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.90.58486

Fitzgerald, Ryan T.; **Radmanesh, Ahmad** (2015). Social media and research visibility. *AJNR: American Journal of Neuroradiology*, 36(4):637.
https://doi.org/10.3174/ajnr.A4054

Haustein, Stefanie; **Sugimoto, Cassidy R.**; **Larivière, Vincent** (2015). Social media in scholarly communication. *Aslib Journal of Information Management*, 67(3).
https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2015-0047

Hernando-de-Larramendi, I. (2000). *Así se hizo MAPFRE. Mi tiempo*. Madrid: Actas.
https://www.larramendi.es/es/consulta/registro.do?id=945

Martín-Gómez, Sonia; **Bartolomé-Muñoz-de-Luna, Ángel** (2024). The role of social networks in communication in the scientific research community. *Journal of Technology and Science Education, 14*(2), 291–305.
https://doi.org/10.3926/jotse.2361

Nájera, Alberto; **Escudero, Román** (2023). *#HiloTesis: divulga tu tesis doctoral en un hilo de Twitter* [Póster]. Congreso de Comunicación Social de la Ciencia (CCSC 2023), Granada, España.

Picón, Gerardo-Armando (2022). Las redes sociales y académicas en la visibilidad de las publicaciones científicas. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica*, 6(2), 1–4.
https://doi.org/10.36003/Rev.investig.cient.tecnol.V6N2(2022)Editorial

ISBN: 978-84-125757-7-4

Portilla-Chagna, Jaime-Everardo; **Cadena-Povea, Henry-Rafael**; **Godoy-Guevara, Gandhy-Leonardo**; **Chuquín-Cadena, Andrea-Paola** (2023). Visibilidad de la producción científica en redes sociales horizontales: Estudio en la Universidad Técnica del Norte (Ecuador). *Uniandes Episteme. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación, 10*(4), 466–479.
https://doi.org/10.61154/rue.v10i4.3263

Retuerto-Marzano, Lizette; **Castro-Cordova, Elisabeth P.**; **Kessler, María-Inés**; **Limaymanta, César H.** (2023). Redes sociales en bibliotecas: Un análisis bibliométrico en Iberoamérica. *Revista Española de Documentación Científica*, 46(2), e329.
https://doi.org/10.3989/redc.2023.2.1971

Sathianathen, Niranhan-Jude; **Lane III, Robert**; **Murphy, Declan G.**; **Loeb, Stacy**; **Bakker, Caitlin**; **Lamb, Alastair D.**; **Weight, Christopher J.** (2020). Social media coverage of scientific articles immediately after publication predicts future citations. *Journal of Medical Internet Research*, 22(12), e20174.
https://doi.org/10.2196/12288

Smolak-Lozano, Emilia; **Almansa-Martínez, Ana** (2021). Estudio de la producción científica sobre social media: El caso de las revistas españolas de comunicación en JCR y SJR. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 15-38.
http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e124

Sumba-Nacipucha, Nicolás; **Sánchez-Bayón, Antonio**; **Cueva-Estrada, Jorge**; **Valencia-Arias, Alejandro** (2024). Social networks as a strategy to improve the visibility of scientific journals. *Cogent Social Sciences, 10*(1), 2306715.
https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306715

Torres-Salinas, Daniel (2018). Altmétricas a nivel institucional: Visibilidad en la web de la producción científica española. *Profesional de la información*, 27(2), 203–214.
https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.03

ISBN: 978-84-125757-5-0