

Promover la elección de carreras científicas a través de YouTube

escrito por Marta Font | julio 5, 2019



Las universidades australianas [admiten](#) un descenso en el número de estudiantes que escogen carreras vinculadas a las STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*). Si se añade el hecho de que estas carreras cuentan tradicionalmente con una proporción de chicas significativamente inferior a la de los chicos, la realidad es que el número de chicas que se matriculan a carreras STEM disminuye.

Para transformar esta realidad y promover la participación

de las mujeres en todas las carreras científicas (especialmente en aquellas relacionadas con las ciencias computacionales e ingeniería), muchas de estas universidades realizan [videos específicos](#) en los que diferentes miembros de la comunidad universitaria exponen [sus razones](#) para estudiar una carrera STEM en una determinada universidad. Recientemente, un [estudio](#) publicado en *Journal of Marketing for Higher Education* ha analizado el contenido y el formato de estos vídeos para analizar de qué modo pueden contribuir a reducir la brecha de género existente en determinadas carreras científicas.

Este estudio analizó un total de 81 vídeos de 40 universidades en base a criterios de género, etnia y rol en la universidad de las personas que aparecían en ellos, así como de contenido y formato. El estudio apunta que la participación de chicas que estudien carreras STEM en estos vídeos es muy importante para romper estereotipos y servir como referentes a otras chicas que se planteen estas opciones.

Finalmente, partiendo de la importancia de las estrategias de marketing basadas en las redes sociales, el estudio reconoce la necesidad de incluir y representar todas las realidades en las estrategias comunicativas por sus implicaciones no solo en la promoción de vocaciones científicas en contextos minoritarios sino también en la creación de una imagen institucional inclusiva, respetuosa e igualitaria.