



VOL., 28 Nº 3 (Noviembre, 2024)

ISSN 1138-414X, ISSNe 1989-6395

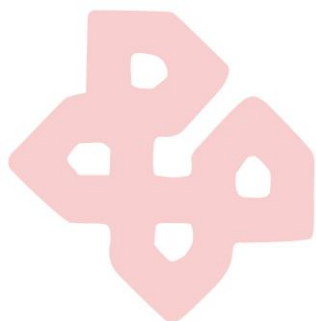
DOI: 10.30827/profesorado.v28i3.29601

Fecha de recepción: 06/12/2023

Fecha de aceptación: 14/10/2024

DIVULGACIÓN EN RRSS DE LAS PROFESORAS UNIVERSITARIAS DEL CAMPO EDUCATIVO EN ESPAÑA

Dissemination of women university professors in the field of education in Spain on social media



Nelcy Yoly Valencia-Oliveros¹

& Ángela Martín-Gutiérrez^{1,2}

Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)¹

Universidad de Sevilla (US)²

E-mail: nelcyyoly.valencia@unir.net;

angela.martin@unir.net / amartin9@us.es

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9394-8252>

<https://orcid.org/0000-0001-9847-245X>

Resumen:

La divulgación de la ciencia producida por mujeres universitarias está condicionada por las mismas barreras que influyen en su acceso y sus trayectorias profesionales. Las redes sociales (RRSS) pueden considerarse una oportunidad para eliminar estas barreras, así como para la construcción de modelos de referencia que puedan orientar a las nuevas generaciones de mujeres científicas. El objetivo de esta investigación es conocer el perfil y los usos de las RRSS con fines científicos y educativos que realizan las investigadoras en España. Se aplica una encuesta ($e=+/-3,1$ y $1-\alpha=95\%$) a una muestra de 209 investigadoras y 186 investigadores que habían publicado en revistas académicas indexadas en Scopus y Web of Science (WOS) durante los años 2016 a 2020. Los resultados muestran que las mujeres que dan importancia al uso de las RRSS para articular su carrera científica de las RRSS para difundir sus resultados de investigación pueden apoyarse en ellas



como medio para desafiar algunos estereotipos de género que dificultan su trayectoria y promoción profesional. En cuanto al tipo de redes utilizadas, las encuestadas prefieren el uso de redes especializadas (académicas: ResearchGate, Academia.edu, Google Scholar) para conocer los resultados de sus investigaciones. Para que la ciencia en educación producida por mujeres sea visible y llegue a las nuevas generaciones que se inician en la carrera científica, es necesario trabajar en varios aspectos. Es necesario un mayor compromiso de las instituciones para erradicar la brecha de género y estrategias de difusión en RRSS y divulgación a través de canales informales.

Palabras clave: ciencia; educación; género; profesoras; redes sociales; universidad.

Abstract:

The dissemination of science produced by female academics is conditioned by the same barriers that influence their access and career paths. Social networks can be considered an opportunity to remove these barriers as well as for the construction of reference models that can guide new generations of women scientists. The aim of this study is to determine the profile and uses of social networks (SSN) for scientific and educational purposes by female researchers in Spain. A survey ($e=+/-3.1$ and $1-\alpha=95\%$) was conducted on a sample of 209 female researchers and 186 male researchers who had published in academic journals indexed in Scopus and the Web of Science (WOS) from 2016 to 2020. The results show that women who attach importance to the use of SSNs to articulate their scientific careers and SSNs to disseminate their research results can rely on them as a means to challenge some gender stereotypes that hinder their career and professional advancement. In terms of the type of network used, the respondents preferred to use specialized networks (academic: ResearchGate, Academia.edu, Google Scholar) to disseminate their research results. For science in education produced by women to be visible and to reach the new generations starting out in scientific careers, it is necessary to work on several aspects. Greater commitment from institutions is needed to eradicate the gender gap and disseminate strategies in social media and through informal channels.

Key Words: science; education; gender; teachers; social networks; university.

1. Introducción

La comunicación y difusión de la ciencia elaborada por mujeres se haya condicionada por las mismas barreras que influyen en su acceso a la carrera científica y a sus trayectorias profesionales (Morales & Morales, 2020; Van-Veelen & Derks, 2022). Las Redes Sociales (RRSS) pueden ser consideradas una oportunidad para dar un paso en la eliminación de dichas barreras (Sage et al., 2021), así como para la construcción de modelos de referencia que puedan guiar a las nuevas generaciones de científicas, superando la tradicional infrarrepresentación existente en algunos campos de estudio, así como en relación con el acceso a puestos de liderazgo y con la toma de decisiones (Arredondo, et al., 2019). La bibliografía generada al respecto puede ordenarse a partir de tres ejes o líneas temáticas. Una primera pone el acento en cómo las desigualdades de género en el acceso y en la promoción dentro de la carrera científica se trasladan también a los entornos virtuales (Allen et al., 2022). La segunda reúne aquellos estudios que ven en las RRSS una oportunidad para la eliminación de dichas barreras (Araújo et al., 2017). Finalmente, una tercera pone el énfasis en las estrategias adoptadas por las mujeres científicas, en el sentido de diversificar sus campos de investigación y las

metodologías empleadas al efecto, reconociendo que constituyen un modelo para generaciones futuras (Arredondo, et al., 2019; Romero et al., 2021; Segovia et al., 2021).

De manera más concreta, en relación con el primer eje temático, se identifican los distintos obstáculos para el acceso, la estabilidad, el liderazgo, y la visibilidad de la ciencia elaborada por mujeres (Lekve, 2022; World Economic Forum, 2021). También, se analizan los efectos asociados a situaciones de precariedad y de discriminación laboral (Valantine et al., 2022), la infrarrepresentación en algunos campos de estudio como son las denominadas carreras “Science, Technology, Engineering and Mathematics” (STEM) (Allen et al. 2022), la invisibilidad (Serrano-Ávila, 2018), las escasas oportunidades para acceder a puestos de dirección y liderazgo (Arredondo, et al., 2019), las dificultades para consolidar sus carreras científicas y la reproducción de un modelo de ciencia excluyente articulado sobre la base de roles y estereotipos de género (Repiso et al., 2020).

De entre los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres para promocionar en la carrera científica, existen algunos indicadores relacionados con las formas de medición de su productividad y con la visibilidad; en este contexto, el papel de las RRSS parece decisivo (Mandiá et al., 2019; Morales & Morales, 2020; Sartori et al., 2021). Así, la acreditación de la carrera científica (Díez, 2020) se lleva a cabo a través de un sistema de cuantificación de las publicaciones (Costa-Sánchez, 2017), de su difusión dentro de la comunidad científica y del número de citas obtenidas (García & García, 2021). Sin embargo, este modelo (ANECA, 2021) responde a patrones decididamente mercantilistas que priorizan unos determinados contenidos y áreas de conocimiento en detrimento de otros (Romero & Morales, 2018). Todo ello afecta de forma diferenciada a las mujeres que investigan, que son menos citadas que sus homólogos hombres (Díaz et al., 2020).

En el caso español, la Unidad de Mujeres y Ciencia (UMyC) (2023) señaló que, en el año 2021, el porcentaje de mujeres investigadoras superaba la media europea (34%), llegando a constituir el 42% del total de personas que investigan. Esta cifra representa el cierre de la brecha de género en el acceso a la carrera científica, si bien aún se observan algunas desigualdades en el acceso a las denominadas carreras STEM (Jiménez, 2018). Para aquellas áreas donde se ha alcanzado la paridad en relación con el acceso, las mismas estadísticas demuestran que esta desaparece al intentar acceder a puestos de dirección y/o de liderazgo. Igual tendencia se observa en los Organismos Públicos de Investigación, como es el caso del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) (UMyC, 2021).

La denominada transferencia de conocimiento constituye otro indicador que ayuda a identificar la infrarrepresentación de las mujeres dentro de la ciencia (ANECA, 2021; López et al., 2021). En la última convocatoria de los sexenios de transferencia, el 34,5% de las solicitudes las presentaron mujeres, de las cuales solo el 34% obtuvo una evaluación positiva (47% en el caso de los hombres). Esto guarda una estrecha relación con la ausencia de perspectiva de género en la convocatoria y con un marcado sesgo que llevó a otorgar mayor valor a ítems como la “Transferencia

generadora de valor económico”, donde los hombres aportan más méritos, frente a la variable “Transferencia generadora de valor social”, donde las mujeres se muestran más productivas (López et al., 2021).

Una segunda línea de estudios muestra cómo la tecnología ha contribuido a invisibilizar a las mujeres. Esta es una situación que empieza a modificarse con el surgimiento de Internet y de las RRSS, acompañada de movimientos que promueven la resignificación del papel de las mujeres como tejedoras de información y de cooperación con máquinas y tecnologías (Wajcman, 2010). Para algunos autores (Van den Besselaar & Sandström, 2017) la divulgación de la ciencia elaborada por mujeres en las RRSS se considera una oportunidad para su visibilidad y promoción (Segovia et al., 2021) y también para su participación activa en la transformación social. El espacio virtual es visto como un entorno idóneo para reapropiarse de la tecnología y para la colaboración científica, siendo este el predictor más fuerte del uso de las RRSS debido a su capacidad para potenciar el trabajo colaborativo disciplinar e interdisciplinar (Tom et al., 2021). Es decir, las RRSS, empleadas como vía para el reconocimiento y la visibilidad, deben estar presentes como parte de las estrategias que contribuyen al incremento del número de citas, al acceso a redes de apoyo (Centeno et al. 2020), a mejorar la posición en las publicaciones colectivas y a liderar grupos de trabajo como investigadoras principales (Nguyen, 2022).

La potencialidad que presentan las RRSS para otorgar visibilidad a la ciencia elaborada por mujeres puede servir para remover la presencia de ciertos estereotipos y sesgos identificados en su concepción y desarrollo. Así, las RRSS pueden coadyuvar a la consecución de fines específicos como la colaboración (Mandiá et al., 2019) o la difusión de sus resultados (Gertrudix & Rajas, 2020) tanto entre especialistas, como dentro de la sociedad en general. Vizcaíno et al. (2020) analizan la divulgación científica realizada a través de YouTube y su valoración por parte de docentes de Educación Superior, reconociendo su eficacia como “medio informal de alfabetización científica emergente”.

Numerosos estudiosos desvelan específicamente la existencia de barreras dentro de los entornos virtuales (Regueira et al., 2020). Por ello, las mujeres se hallan infrarrepresentadas en las denominadas redes profesionales, siendo por lo demás menos leídas que sus homólogos varones en aquellas estrictamente académicas pese a la similitud de perfiles (Boudry & Durand, 2020; Miguel et al., 2018; Raffaghelli & Manca, 2022). También se observa que, entre las mujeres científicas, muchas de ellas carecen de perfiles profesionales en ORCID, ResearchID, etc. (Boudry & Durand, 2020). Otro dato de interés es que, mientras las investigadoras tienden a compartir contenidos estrictamente científicos, los investigadores comparten más información sobre los eventos científicos a los que asisten o participan (Montesi et al., 2019), detectándose por lo demás patrones jerárquicos en función de la edad, la posición y el género (Mikki et al., 2015).

En el caso de las investigadoras que conocen y utilizan RRSS académicas, las principales dificultades se encuentran en la disponibilidad de tiempo y de condiciones para llevar a cabo un uso regular de estas, y en cumplir con los

requerimientos de publicación. En el campo de la Biomedicina, Díaz et al. (2020) han concluido que las mujeres forman redes más diversas que los hombres, además de que establecen vínculos con pares pertenecientes a un entorno más amplio, los que les permite trabajar de forma interdisciplinar.

En cuanto a las RRSS no académicas, la mayoría de las mujeres científicas no disponen de perfiles activos en estas, pese al reconocimiento de los buenos resultados obtenidos tras la comunicación de los resultados de sus investigaciones (Montesi et al., 2019). También se determina un patrón diferenciado en el hecho de que los hombres son más proclives a colaborar con sus homónimos mientras que las mujeres cultivan relaciones más igualitarias (Araújo et al., 2017).

YouTube se considera uno de los canales más utilizados para difundir ciencia. De 391 canales existentes en dicha Red dedicados a la difusión de información relacionada con titulaciones STEM, sólo 32 son de mujeres (Amarasekara & Grant, 2019), quienes, además, se enfrentan a un mayor número de comentarios hostiles y sexistas. A su vez, Cambronero et al. (2021), después de analizar una muestra de 458 vídeos, de los cuales sólo el 20,3% habían sido elaborados por mujeres, concluyen cómo los canales informales sirven para popularizar la ciencia, si bien resulta necesario corregir el sesgo de género y la perpetuación de algunos estereotipos profesionales existentes.

Algunos estudios analizan el interés por los descubrimientos científicos entre la población más joven, que hace uso con este fin de las RRSS. Para mostrar esto, se ha recurrido a la Encuesta de Percepción de Ciencia y Tecnología correspondiente al año 2022 (FECYT, 2023), aplicada en España a un público general. Los resultados demuestran que ha disminuido el interés que las mujeres tienen por la ciencia y la tecnología, pasando de un 13,7% en el año 2016 a un 9,9% en el año 2020 y a un 8,3% 2022. El mayor interés por los avances científicos se da por parte de las nuevas generaciones de mujeres, con una tendencia a incrementar su interés en las edades comprendidas entre los 15 a 24 años (7,8%) y entre los 25 a 34 años (9,3%). Esta encuesta demuestra que la disminución del interés es proporcional al incremento de edad tras el rango de entre los 35 y 40 años cuando disminuye a 7,5%, entre 45 y 54 a 6,2%, entre 55 a 64 a 4,3% y cuando se es mayor de 65 años disminuye al 2,3% (FECYT, 2023).

En cuanto a los medios de acceso a la información más utilizados para informarse sobre Ciencia y Tecnología, el 70,9% de las mujeres recurren a internet (el 71,6% de los hombres). El 68,7% usan preferentemente las RRSS (Facebook, Twitter, etc.)(60,8% de los hombres), el 63,9% usa los vídeos (YouTube o páginas similares)(los hombres el 72,6%), el 58,7% los medios digitales generalistas (El País, El Mundo, etc.) (los hombres el 57,8%), el 51,3 % usa Wikipedia (los hombres el 52,1%), el 44,7% usa los medios de comunicación digitales especializados en ciencia y tecnología (los hombres el 53%), el 34,9% usa los blogs u otros foros (los hombres el 40,8%) y el 29,1% usa podcasts o radio por internet (los hombres el 34,9%). Las mujeres menores de 44 años son las que más utilizan las RRSS, entre 15 y 24 años el 76,5% de 25 a 34 años el 76,5% y entre 35 y 44 años el 71,5%. El interés por usar RRSS

desciende a medida que aumenta la edad pasando de 61,6% para el rango de 45 a 54 años, a 52,6% de 55 a 64 años y a 43,1% para mujeres mayores de 65 años (FECYT, 2023).

En el uso de medios de comunicación digitales especializados en ciencia y tecnología, las mujeres son mayoría, aunque resulta más alto el porcentaje de mujeres que prefieren el recurso de las RRSS y en menor proporción los vídeos. El mismo comportamiento se observa en el caso de los podcasts. Esta es una información relevante al hacer predicciones sobre la incorporación de las nuevas generaciones al mundo profesional y cómo la carrera científica encuentra barreras en relación con la edad, lo que puede estar condicionado por fuerzas sociales, así como por roles y estereotipos de género (Repiso et al., 2020).

2. Metodología

El objetivo de esta investigación es conocer los usos científicos que hacen las investigadoras de la Educación en España. Concretamente, se formulan las siguientes hipótesis:

- H1. Las RRSS se presentan como un medio idóneo para que las investigadoras rompan con algunas barreras, en particular vinculadas a estereotipos de género, que dificultan su trayectoria y promoción profesionales.
- H2. Las investigadoras procedentes del ámbito de la educación le dan importancia al uso de las RRSS para la divulgación científica.
- H3. A la hora de difundir los resultados de investigación, las científicas del campo de la Educación le dan mayor importancia a la difusión en RRSS académicas que en redes no académicas.

2.1. Población y muestra

Esta investigación se enmarca dentro de los resultados obtenidos del proyecto “Comunicación y divulgación de la ciencia en la educación en España a través de las redes sociales - Comscienciaeduspain” (FCT-20-15761), realizado con la colaboración de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología - Ministerio de Ciencia e Innovación y varias universidades españolas, en el que participaron investigadores e investigadoras dedicados a la actividad científica en el campo de la Educación en España. La selección de las personas encuestadas se hizo siguiendo los siguientes criterios: disponer de publicaciones indexadas en dos bases de datos (Scopus y Web of Science -WOS) durante el período 2016-2020; estar afiliado a una institución de Educación Superior en España; y que los artículos contuvieran dentro del campo Keywords la palabra clave “Education”. A partir del resultado obtenido, se acotó la búsqueda a las áreas de conocimiento clasificadas dentro de las Ciencias Sociales, Psicología y Artes, y Humanidades. Después de un proceso de depuración de la

información duplicada en ambas bases de datos, se identificaron 5.314 correos asociados a sus autores.

La muestra final aleatoria simple estuvo conformada por 487 investigadores e investigadoras ($e=\pm 3,1$ y $1-\alpha=95\%$). En concreto, para este análisis se ha tenido en cuenta la variable dependiente que pregunta si las personas que investigan en el campo de la Educación en España hacen uso de las RRSS para dar a conocer los resultados parciales o totales de sus investigaciones. El resultado de esta pregunta es que el 81,9% de personas encuestadas sí las usa (52,6% son mujeres, el 46,6% hombres y el 1% fue identificado con la opción otro género). En la Tabla 1 se presentan las características de esta muestra desagregada por sexo.

Tabla 1

Características de la muestra

Características	Investigadoras	Investigadores
Vinculación con universidades (públicas y privadas)	86,1% públicas	87,1% públicas
Edad (menos de 30 - entre 51 y 60 años)	37,9% entre 41-50 años, el 26,2% entre los 51-60 años 25,6% entre 31-40 años	32,8% entre 41-50 años, el 26,3% entre los 51-60 años 25,8% entre 31-40 años
Intereses de investigación (infantil, primaria, secundaria, superior y Formación Profesional)	62,7% en Educación superior 16,7% Educación primaria 14,4% Educación secundaria	62,4% en Educación superior 22,6% Educación secundaria 12,9% Educación primaria
Título de doctorado	El 93,8% lo posee 53,6% lo obtuvo hace más de once años	El 92,5% lo posee 57% lo obtuvo hace más de once años
Acreditación (Catedrático/a de Universidad - CU, Titular de Universidad - TU, Contratado/a Doctor/a - CD, Ayudante Doctor - AD, Profesor/a Universidad Privada -PUP)	87,2% la posee 79,6% ANECA 42,7% TU 31% PCD 13,5% CU	92,5% la posee 79,7% ANECA 42,9% TU 27,2% PCD 16,3% CU
Sexenios (1-4)	60,6% con uno 15,8% con dos	56% con uno 17,2% con dos
Pertenencia a un grupo de investigación	91,4%	89,9%

2.2. Instrumento

Para la presente investigación se utilizaron instrumentos cuantitativos, de acuerdo con un diseño secuencial explicativo (Creswell & Plano, 2018). Se llevó a cabo una encuesta compuesta de 40 preguntas que abordaban aspectos relacionados con los a) rasgos socioeducativos y académicos-laborales de la población analizada (nacimiento, género, nombre y tipo de universidad, rama de conocimiento, nivel educativo en el que centra su investigación, grado, doctorado, acreditación, sexenios, grupo de investigación); b) los hábitos y el uso de los medios sociales; c) las percepciones asociadas a estas comunicaciones digitales informales y a los escenarios

de aprendizaje. La valoración utilizada para cada pregunta ha sido diversa: respuestas dicotómicas (1 = sí; 2 = no), de 1 a 5 (siendo 1 muy bajo y 5 muy alto), de 1 a 6 (siendo 1 ninguna y 6 cinco o más veces), de 1 a 5 (siendo 1 nada de acuerdo y 5 muy de acuerdo), entre otras. Si se desea consultar información más pormenorizada de las preguntas y opciones de respuesta puede consultarse la siguiente dirección: <https://comscienciaeduspain.es>

Tras el diseño de la encuesta, se realizó un pilotaje a 67 investigadores e investigadoras para el análisis de fiabilidad ($\alpha=0,885$) y se aplicó la encuesta definitiva a la muestra total.

2.3. Procedimiento y análisis de datos

El instrumento de recogida de datos se diseñó con Question Pro y se distribuyó online entre noviembre de 2021 y enero de 2022 a la población objeto de estudio tras la selección realizada y explicada en el apartado de población y muestra. El proyecto “Comscienciaeduspain” del que procede este artículo cumple con la evaluación de la idoneidad ética de la investigación (código PI:015/2021) por parte del Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

Se realizan diferentes análisis estadísticos en función del objetivo y de las hipótesis planteadas. En primer lugar, se realizan análisis descriptivos de medias y de dispersión (desviación típica, mínima y máxima) con respecto al nivel de importancia que tienen las RRSS en la comunicación y divulgación de resultados de investigación los investigadores y las investigadoras, el nivel de importancia que le dan a las RRSS los que la usan y el número de veces a la semana que suele hacer uso de ellas para conocer avances asociados a su área de conocimiento. Además, se presentan los porcentajes del uso habitual por RRSS académicas y no académicas. En segundo lugar, se lleva a cabo una regresión logística binaria con el fin de identificar con qué probabilidad se hace uso de RRSS tanto académicas (ResearchGate, Academia.edu, Blog especializado) como no académicas (Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram) con fines de divulgación científica. La variable dependiente, dicotómica, seleccionada ha sido si las mujeres que investigan difunden sus resultados a través de las RRSS. Como variables independientes se han tenido en cuenta aquellas relacionadas con el uso de las redes para conocer avances científicos de terceros y para divulgar resultados propios de investigación. Para el caso de las mujeres, la variable dependiente está explicada al menos por una variable con un chi-cuadrado de 51,594, con 5 grados de libertad y con un contraste significativo (0,000) R cuadrado de Nagelkerke de 0,285.

Los datos recogidos para abordar el tema propuesto en esta investigación fueron procesados y analizados estadísticamente mediante el programa estadístico SPSS V.26.

3. Resultados

El resultado de la encuesta nos permite afirmar que el 53,9% de las investigadoras de Educación le dan un valor alto al uso de las RRSS para la comunicación y divulgación científicas en general (media = 3.34; desviación estándar = 1.167). El otro 46,1% le atribuye una importancia menor (ni alto ni bajo, el 21,1%; bajo, el 16%; y muy bajo, el 9%) (Tabla 2).

Si se contrasta este dato con el de los hombres encuestados (46,6%), podemos observar que el 50,5% también le asigna una valoración alta, pero algo más baja que en el caso de las mujeres (media = 3.30; desviación estándar = 1.268). Mientras que el 100% de las personas identificadas como de otro género le dan un valor alto o muy alto (Tabla 3).

Tabla 2
Nivel de importancia que tienen las RRSS en la comunicación y divulgación de resultados de investigación

		Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	
Nivel de importancia por género	Mujeres	56	1	5	3,34	1,167
	Hombres	26	1	5	3,30	1,268
	Otro		1	5	4,20	0,447

Nota: 1=Muy bajo / 2=Bajo / 3= Ni alto ni bajo / 4=Alto / 5=Muy alto.

Retomando la variable dependiente (población que sí difunde resultados de investigación propios a través de las RRSS - 52,4% mujeres y 46,6%, hombres), se ha podido determinar que las mujeres le otorgan un valor medio de 3.53 a la difusión y comunicación de sus propios resultados de investigación a través de las RRSS y los hombres, una media de 3.58.

Cuando se trata de calificar el nivel de importancia que otorgan a la divulgación científica en el área específica de la Educación, las mujeres asignan una puntuación media de 3.76 (media hombres 3.58). Del total de personas encuestadas, a la hora de valorar qué estimación realizan terceros de este ítem, las mujeres asignan una puntuación de 2.96 (media hombres = 2.92). La calificación es mayor si se piensa en investigadores e investigadoras de la Educación (3.02) (media hombres = 2.98) (Tabla 3).

Tabla 3
Nivel de importancia que le dan a las RRSS los investigadores e investigadoras que sí las usan con fines de difusión científica

		N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
<i>Nivel de importancia que tienen las RRSS en la comunicación y divulgación de los resultados generados</i>	Mujeres	209	1	5	3,53	1,061
	Hombres	186	1	5	3,58	1,114
<i>Nivel de importancia que tienen las RRSS en la comunicación y divulgación científicas generados en el área de Educación</i>	Mujeres	209	1	5	3,76	0,971
	Hombres	186	1	5	3,58	1,114
<i>Opinión sobre el nivel de uso e importancia que le da el profesorado universitario a las RRSS para la difusión científica.</i>	Mujeres	209	1	5	2,96	0,921
	Hombres	186	1	5	2,92	9,18
<i>Opinión sobre el nivel de uso que hacen los profesores universitarios especializados en investigación educativa de las RRSS para la comunicación y difusión científica de resultados</i>	Mujeres	209	1	5	3,02	0,933
	Hombres	186	1	5	2,98	0,924

Nota: 1=Muy bajo / 2=Bajo / 3=<Ni alto ni bajo / 4=Alto / 5=Muy alto.

Pese a que tanto investigadores como investigadoras le dan una importancia similar al uso de las RRSS para la difusión científica, las mujeres encuestadas las usan menos veces a la semana que los hombres (media mujeres = 3.99; media hombres = 4.18) (Tabla 4).

Tabla 4
Número de veces a la semana (7 días) que suele hacer uso de las RRSS para conocer avances asociados a su área de conocimiento

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Mujeres	209	1	5	3,99	1,703
Hombres	186	1	5	4,18	1,723

Nota: 1=Ninguna / 2=Una vez / 3=Dos veces / 4=Tres veces / 5=Cuatro Veces / Cinco veces o más.

Las investigadoras del campo de la Educación, que utilizan habitualmente las RRSS para difundir sus resultados de investigación, lo hacen sin importarles que estos sean parciales o totales (24,2% de mujeres frente al 33,6% de hombres); dependiendo del tipo de resultados obtenidos (13,6% mujeres; 16,8% hombres); y sin ninguna estrategia preestablecida (62,1% mujeres; 49,5% hombres).

En cuanto al tipo de red, las investigadoras prefieren el uso de redes especializadas (académicas) como ResearchGate, tanto para conocer resultados de

terceros como para difundir los propios. El 80,9% utiliza esta red social para conocer resultados de investigación de terceros y el 81,7% (79,3% hombres), para difundir los propios. Aunque Google Scholar no era una opción de respuesta, aparecía dentro del apartado “otras”, pasando a ser la segunda red académica más utilizada para conocer resultados de investigación de terceros (76,1% mujeres; 77% hombres). En este mismo tipo de redes, se hallaría Academia.edu, que se posiciona en tercer lugar. El 31,6% de las encuestadas la usan para conocer los avances y resultados de terceros, y el 27,9% para difundir sus propios hallazgos (en los hombres encuestados, los porcentajes son respectivamente del 27,9% y del 28,3%). Los blogs especializados, a su vez, son también un recurso importante. El 11,5% de las mujeres los usa para conocer los avances y resultados de terceros, y el 16,8% para difundir los propios (en los hombres dichos porcentajes son del 6,6% y del 11,4%). Otras redes emergentes que son usadas por un menor número de investigadoras (por debajo del 1%) son The Conversation, Scielo, IEEEExplore, WOS, Publons, ORCID y Dialnet (Figura 1).

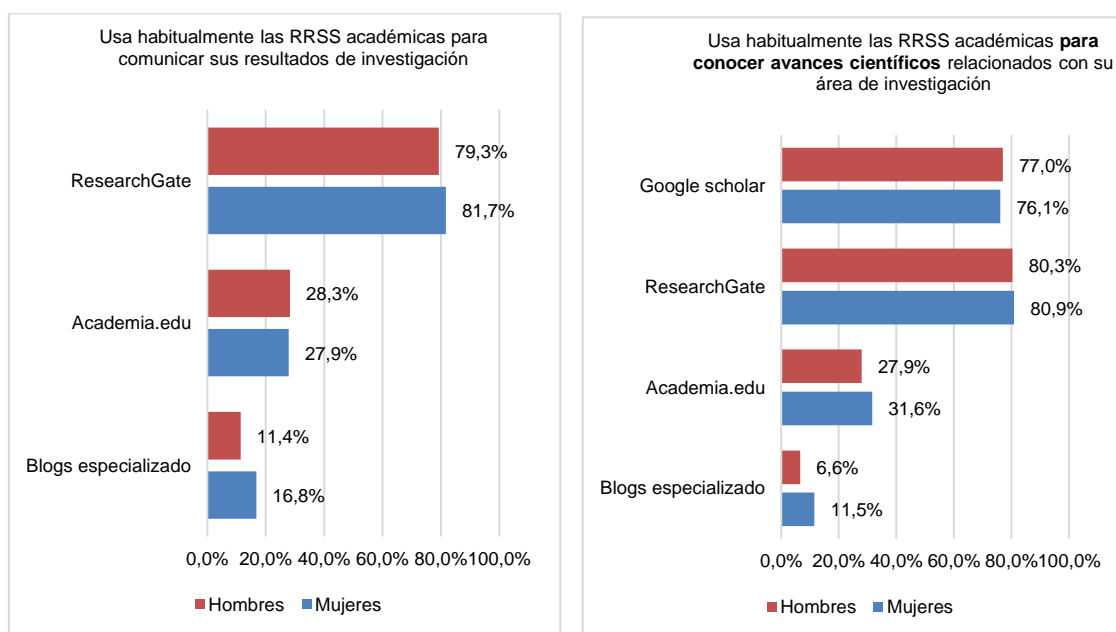


Figura 1. Uso habitual de RRSS especializadas.

En cuanto al uso de RRSS generalistas, no académicas, las mujeres hacen menor uso de estas para difundir resultados propios que los hombres. Twitter es usada por el 39,9% de las mujeres (40,8% hombres); seguida de LinkedIn, (22,6% mujeres; 27,7 % hombres) y Facebook (24% mujeres; 25,5% hombres). Instagram es más utilizado por las mujeres (11,5% frente al 8,2% de los hombres) (Figura 2).

Igualmente, las mujeres hacen un uso menor de las RRSS generalistas, no académicas, que los hombres para conocer resultados de terceros. Twitter es usada por el 41,6% de las mujeres (42,1% de hombres); seguida de LinkedIn (26,8% mujeres; 31,1% hombres); y Facebook (24,4% mujeres; 25,7% hombres). El uso de Instagram es mayor en las mujeres (13,9%) que en los hombres (8,2%).

Los datos muestran que los motivos por los cuales las investigadoras del campo de la Educación han hecho uso de las RRSS están relacionados con la mejora de sus condiciones laborales (2%), la construcción de redes (23,6%), obtener mayor visibilidad (47,3%) recibir un número mayor de citas (19,7%) y otros motivos (7,4%). En el caso de los hombres, dichos porcentajes representan el 2%, el 22,5%, el 51,6%, el 19,6%, y el 3,8%, respectivamente.

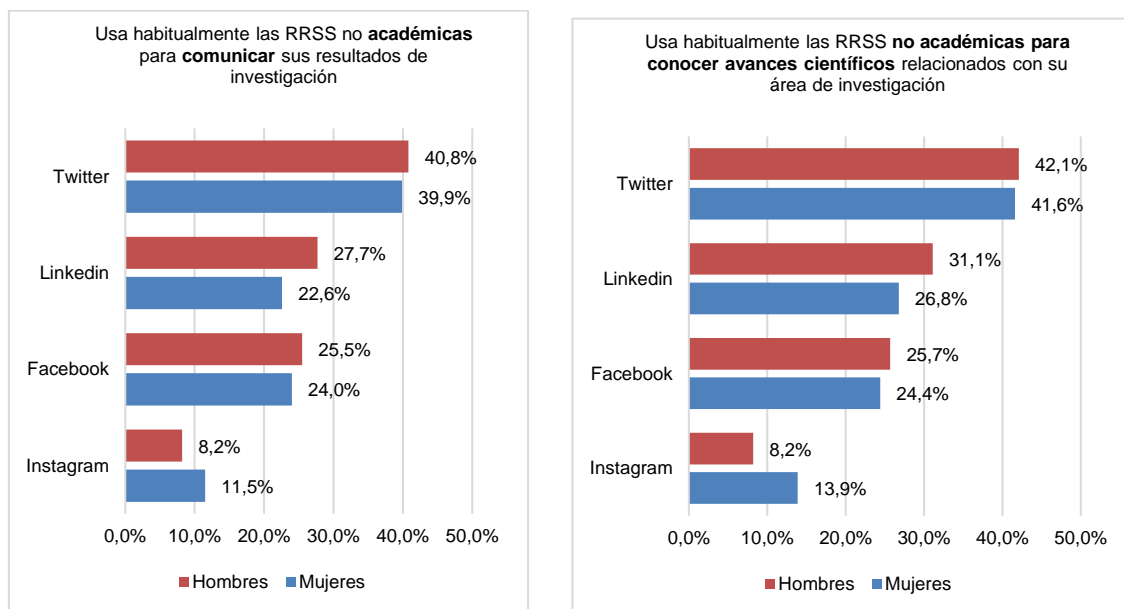


Figura 2. Uso habitual de RRSS no académicas.

Además, el 80,3% de las investigadoras considera que es indispensable mejorar el perfil académico en las RRSS, para lo cual las universidades deben poner en marcha programas formativos. El 75,3% de los hombres se manifiesta en el mismo sentido. En relación con esto, el 15,8% de las mujeres (14% hombres) opina que las universidades no promueven planes y estrategias para el uso de las RRSS dirigidos al personal docente investigador. El 77% de las investigadoras piensa que parte de esta formación debe ir encaminada a mostrar las fortalezas que el uso de las RRSS tiene para mejorar la promoción y la visibilidad profesionales (73,6% investigadores). Finalmente, el 81,8% de las mujeres cree que las personas que investigan temas educativos deberían diseñar una estrategia clara de comunicación en redes, algo que también opina el 69,3% de sus homólogos hombres.

Por otra parte, los resultados muestran que, las mujeres que investigan temas educativos y recurren a ResearchGate para conocer avances científicos, incrementan las posibilidades en un 38% de divulgar ciencia a través de las RRSS, respecto a las que no lo hacen. Si recurren a esta misma red social para difundir resultados, incrementan la posibilidad en un 24%, Twitter en un 5%, LinkedIn en un 11%, e Instagram en un 9% (Tabla 5).

Tabla 5

Perfil de uso de las RRSS para difundir y comunicar resultados de sus investigaciones (mujeres)

	B	E,T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C 95% para EXP(B)	
							inferior	Superior
Usa ResearchGate para conocer avances científicos (1)	-,965	,534	3,267	1	,071	,381	,134	1,085
Usa ResearchGate para difundir resultados propios de su investigación (1)	-1,395	,586	5,657	1	,017	,248	,079	,782
Usa Twitter para difundir resultados propios de su investigación (1)	-2,830	,703	16,209	1	,000	,059	,015	,234
Usa LinkedIn para difundir resultados propios de su investigación_K (1)	-2,201	,820	7,205	1	,007	,111	,022	,552
Usa Instagram para difundir resultados propios de su investigación_M (1)	-2,373	1,148	4,271	1	,039	,093	,010	,885
Constante	8,457	1,692	24,972	1	,000	4705,934		

Nota: (1) Sí las usan para difundir resultados de investigación como variable de referencia

Para el caso de los hombres, los que investigan temas educativos y recurren a ResearchGate para conocer avances científicos, incrementan las posibilidades de difundir resultados de investigación a través de las RRSS en un 27%, respecto a los que no lo hacen. Si recurren Facebook para difundir resultados, aumentan la posibilidad en un 47%, Twitter en un 14% y Academia.edu en un 19% (Tabla 6).

Tabla 6

Perfil de uso de las RRSS para difundir y comunicar resultados de sus investigaciones (hombres)

	B	E,T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C 95% para EXP(B)	
							inferior	Superior
Usa ResearchGate para conocer avances científicos (1)	-1,297	,506	6,566	1	,010	,273	,101	,737
Usa Facebook para difundir resultados propios de su investigación (1)	-3,067	1,058	8,407	1	,004	,047	,006	,370
Usa Twitter para difundir resultados propios de su investigación (1)	-1,909	,536	12,685	1	,000	,148	,052	,424
Usa Academia.edu para difundir resultados propios de su investigación (1)	-1,633	,546	8,936	1	,003	,195	,067	,570

Constante	7,274	1,334	29,712	1	,000	1442,307
-----------	-------	-------	--------	---	------	----------

Nota: (1) Sí las usan para difundir resultados de investigación como variable de referencia

4. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación brindan información acerca de los usos que hacen las investigadoras del campo de la Educación en España de las RRSS. Aunque el porcentaje de hombres que utiliza las RRSS con el mismo fin es menor (46,6%), el perfil es similar, con pequeñas diferencias (H1).

Las diferencias se pueden detectar fundamentalmente en el rango de edad y en la prioridad de los temas que investigan. En este sentido, entre los 31 y los 40 años, el porcentaje de hombres es mayor: el 25,8% frente al 24,9%. En el rango siguiente (de 41 a 50 años), los datos se invierten: un 38,8% frente a un 32,8%. El interés por temas de Educación en el nivel superior apenas muestra diferencias (62,7%, las mujeres y 62,45, los hombres). Las mujeres investigan más temas relacionados con la educación primaria (el 16,7% frente al 12,9%), y los hombres, con la educación secundaria (22,6% frente al 14,45).

Los datos anteriores permiten concluir que las mujeres que hacen uso de las RRSS para difundir los resultados de sus investigaciones pueden apoyarse en estas como un medio para desafiar algunos estereotipos de género que dificultan su trayectoria y promoción profesionales (H1).

Los resultados permiten aseverar que las investigadoras del campo de la educación en España le dan importancia al uso de las RRSS para articular su carrera científica (H2): del total, el 54% califica estas con una puntuación de 3.34 sobre 5, siendo su uso de 3.99 veces por semana (de 4.18 en el caso de los hombres). Entre quienes otorgan una menor puntuación, la mayoría demanda una mayor formación.

En cuanto al tipo de redes utilizadas, las encuestadas prefieren el uso de redes especializadas (académicas) para conocer resultados de investigación de terceros (ResearchGate, el 80,9%; Academia.edu, el 31,6%; Google Scholar, el 76,1%; Blogs especializados, el 11,5%). En relación con el uso de redes generalistas, optan por Twitter (41,6%), LinkedIn (26,8%), Facebook (4,4%) e Instagram (13,9%). Y para difundir sus propios resultados, se decantan por ResearchGate (81,7%), Academia.edu (27,9%) y Blogs especializados (16,8%). Y en relación con redes no académicas, prefieren Twitter (39,9%), LinkedIn (22,6%), Facebook (24%) e Instagram (11,5%) (H3).

Por otra parte, el modelo analizado permite concluir que, entre las mujeres que elaboran ciencia y usan las RRSS, las probabilidades de ver replicados sus hallazgos aumentan si recurren a ResearchGate, Twitter, LinkedIn e Instagram. En el caso de sus homólogos hombres, las posibilidades de difusión de sus trabajos aumentan si recurren a Facebook, Twitter, ResearchGate y Academia.edu.

Atendiendo a los planteamientos realizados hace dos décadas por diferentes autores en los que se advertía la importancia del uso de Internet y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramientas indispensables que potencian el papel de las mujeres como tejedoras de información (Wajcman, 2010; Wilding, 2004), hay que añadir ahora que las RRSS constituyen un elemento más que contribuye a dicho propósito. Ahondando en las contribuciones realizadas por otros autores (Centeno et al. 2020; Nguyen, 2022; Segovia et al., 2021; Tom et al., 2021; Wilding, 2004) se subraya cómo las RRSS aumentan su visibilidad y permiten el establecimiento de redes de colaboración, de donde se deduce la necesidad de forjar estrategias de reapropiación y resignificación de las TIC en general.

En relación con los resultados de esta investigación, podemos concluir que las investigadoras del área de la Educación en España que difunden sus resultados de investigación en las RRSS buscan nuevas oportunidades para su desarrollo profesional, bajo la convicción de que tienen un papel que cumplir en la transformación social, si bien consideran que todavía su uso, y por tanto los resultados esperados, resultan todavía claramente insuficientes. Específicamente, las redes que gozan de mayor credibilidad son las académicas.

De acuerdo con Cambroner et al. (2021), las investigadoras del área de la Educación en España requieren de estrategias de difusión en las RRSS y de popularización de la ciencia a través de canales informales. Siguiendo a Miguel et al. (2018) las personas que investigan en general desarrollan estrategias de difusión bajo uno de estos dos presupuestos: bien desde los propios recursos que ofrece la institución donde están adscritos o bien desde comunidades informales si no pertenecen a ninguna institución.

Para que la ciencia en materia educativa elaborada por mujeres sea visible y llegue a las nuevas generaciones de personas que se inician en la carrera científica, se requiere trabajar en ambos frentes. Se precisa, en este sentido, un mayor compromiso por parte de las instituciones para la erradicación de la brecha de género (Mikki et al., 2015). Algunas estrategias de divulgación científica de las mujeres en las RRSS son el resultado de políticas institucionales. En un sentido algo distinto, se viene trabajando en la creación de sistemas de información que permitan a las personas con responsabilidades de gestión implementar planes de actuación que ayuden a dar mayor visibilidad al trabajo de las mujeres dentro del ámbito académico y científico (De Nicola & D'Agostino, 2021; Savić et al., 2018). Simultáneamente, se aboga por impulsar políticas de igualdad y ciencia, así como propuestas de formación y guías prácticas que orienten y asesoren a la comunidad científica de mujeres (Cambroner et al., 2021).

Desde los ámbitos educativo y social, también se considera necesario llevar a cabo intervenciones que refuercen el papel de la mujer dentro del debate científico que está teniendo lugar tanto en las RRSS académicas como en las no académicas, visibilizando a aquellas en su función divulgadora. A mayor abundamiento, urge revisar cómo se gestiona la comunicación científica de las universidades y, en

consecuencia, los planes de formación a los que acceden las investigadoras para la difusión de sus investigaciones. Seleccionar las RRSS adecuadas contribuirá a mejorar el conocimiento y la divulgación de proyectos y trabajos científicos, así como a impulsar su reconocimiento en el mundo de la ciencia (Gertrudix & Rajas, 2020). Del mismo modo, resulta prioritario una formación relacionada con la creación y el diseño de perfiles académicos y de una identidad digital, así como para la comprensión de los indicadores bibliométricos individuales e institucionales (Boudry & Durand, 2020).

Junto a una serie de estrategias institucionales que resultan indispensables para lograr los fines expuestos, resulta también necesario indagar en cómo las RRSS transforman el concepto de lo privado, que se torna complejo y sin límites precisos. En esta línea resulta muy estimulante lo que algunos autores han denominado el cuarto propio conectado (Coello, 2021; Mékouar, 2020), que sugiere un mayor empoderamiento de las mujeres, la erradicación de la brecha de género con la consiguiente participación equitativa de hombres y mujeres en el debate científico y una alfabetización mediática crítica (Cambroner, 2021).

De acuerdo con lo anterior, se puede afirmar que las investigadoras del campo de la Educación en España comprenden la relevancia que tienen las RRSS para la comunicación y divulgación científica, si bien carecen de estrategias apropiadas con dicho fin. En este sentido, urge avanzar en un modelo que permita explicar con mayor profundidad las variables presentes en los perfiles profesionales que explicarían las debilidades y oportunidades existentes. Por otra parte, hay que prestar atención a quienes no usan o no valoran las RRSS como estrategia de visibilidad y promoción de su trayectoria científica. En este sentido, es necesario investigar en qué medida esta se ve ralentizada, incluso invisibilizada. Además, la divulgación de los hallazgos científicos entre la población en general también debe ser tenida en consideración, al objeto de determinar en qué medida esta variable resulta importante en la configuración de la carrera científica de las mujeres.

Finalmente, se resaltan algunas limitaciones y prospectiva del presente estudio que pueden servir para dar continuidad al tema. En primer lugar, no se ha explorado lo suficiente la relación entre la literatura que analiza las competencias TIC en el profesorado y las barreras encontradas en los procesos de difusión y acceso a la ciencia por parte de las mujeres investigadoras. Sería relevante considerar esta relación como una variable explicativa que permita conocer cómo las competencias digitales influyen en la participación de las mujeres en la difusión de sus resultados y por tanto en su trayectoria profesional.

En segundo lugar, dada la relevancia de los resultados obtenidos, sería valioso profundizar en el estudio mediante un análisis cualitativo que esta investigación ha considerado, pero que no ha sido suficientemente explotada. Esto ayudaría a comprender si el interés o resistencia para el uso de las RRSS, académicas y no académicas, está relacionado con experiencias personales, temores, situaciones de crisis de identidad digital, estereotipos de género, discursos de odios o estructuras de poder presentes en su contexto como investigadoras.

En tercer lugar, podría abordarse cómo la preferencia de uso de RRSS afecta a los procesos de acreditación nacional de las investigadoras desde la instauración de los nuevos criterios de ANECA en 2024. En los procesos de evaluación, se otorga un mayor peso a criterios como la difusión de resultados en estos medios y se hace necesario hacer estudios longitudinales que permitan conocer si este aspecto contribuye a la superación o profundización de barreras para el acceso, difusión y mejoramiento de la carrera científica de las mujeres.

Referencias bibliográficas

- Allen, D., Dancy, M., Stearns, E., Mickelson, R., & Bottia, M. (2022). Racism, sexism and disconnection: contrasting experiences of Black women in STEM before and after transfer from community college. *International Journal of STEM Education*, 9(1), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s40594-022-00334-2>
- Amarasekara, I., & Grant, W. J. (2019). Exploring the YouTube science communication gender gap: A sentiment analysis. *Public Understanding of Science*, 28(1), 68-84. <https://doi.org/10.1177/0963662518786654>
- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación - ANECA (2021). *Análisis de la convocatoria piloto del sexenio de transferencia e innovación 2018 desde una perspectiva de género*. Ministerio de Universidades. <http://bit.ly/3O68kw0>
- Arredondo, F. G., Vázquez, J. C., & Velázquez, L. M. (2019). STEM and Gender Gap in Latin America. *Revista de El Colegio de San Luis*, 9(18), 137-158. <https://doi.org/10.21696/rcsl9182019947>
- Boudry, C., & Durand, M. (2020). Use of author identifier services (ORCID, ResearcherID) and academic social networks (Academia. edu, ResearchGate) by the researchers of the University of Caen Normandy (France): A case study. *Plos one*, 15(9), e0238583-e0238583. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0238583>
- Cambronero Saiz, B., Segarra-Saavedra, J., & Cristófol-Rodríguez, C. (2021). Análisis desde la perspectiva de género del engagement de los principales youtubers de divulgación científica. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, (16), 511-525. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i16.6914>
- Centeno, D., Morales, L., Lopez, C. E., & Mejia, C. R. (2020). Mujeres científicas: características y factores asociados a la primera autoría y corresponsalía en revistas peruanas indizadas a SciELO, 2010-2015. *Educación Médica*, 21(1), 17-23. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.04.010>

- Coello, Y. R., & Matesanz, C. (2021). La construcción sensible del espacio privado en la modernidad líquida: el cuarto propio conectado. *Arte, individuo y sociedad*, 33(1), 217-235. <https://doi.org/10.5209/aris.67954>
- Costa-Sánchez, C. (2017). Análisis de la productividad y visibilidad en Scopus de los investigadores españoles en Comunicación. *Observatorio (OBS*)*, 11(3), 1-16. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs>
- Creswell, J.W., & Plano Clasc, V.L. (2018). *Designing and conducting mixed methods Research*. Sage publications.
- Díaz, A. A., Otero, P., Ozman, M., & D'este, P. (2020). Do women in science form more diverse research networks than men? An analysis of Spanish biomedical scientists. *PloS one*, 15(8), e0238229. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0238229>
- Díez, E. J. (2020). Hacia una Investigación Educativa abierta y social: más allá del modelo ANECA. *Márgenes, Revista de Educación de la Universidad de Málaga*, 1(2), 3-18. <https://doi.org/10.24310/mgnmar.v1i2.7185>
- FECYT 2023. Encuesta de percepción social de la ciencia y la tecnología en España (EPSC). Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), 2022. Informe completo. <https://doi.org/10.58121/msx6-zd63>
- García, C., & García, J. M. (2021). Indicadores bibliométricos para evaluar la actividad científica. *Radiología*, 63(3), 228-235. <https://doi.org/10.1016/j.rx.2021.01.002>
- Gertrudix, M., & Rajas, M. (2020). Gestión de la comunicación científica de los proyectos de investigación en H2020. Funciones, modelos y estrategias. *Profesional de la información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.24>
- Jiménez, A. M. (2018). La brecha de género en el ámbito de la ciencia: ¿qué factores han influido y cómo podemos intentar remediarla? *Panorama social*, (27), 33-45. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6501312>
- Lekve, K., & Gunnes, H. (2022). Gender Balance in Norwegian Academia: Present State and Future Scenarios. *Frontiers in Education*, (7), 1-45. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.809116>
- López, A. J., Cabrera, M., Díez, R., & Calduch, Á. (2021). Fórmula para medir el engagement del espectador en YouTube: investigación exploratoria sobre los principales youtubers españoles. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 143-156. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000013>

- Mandiá, S., López, M., & Túñez, J. M. (2019). La implantación de internet en la gestión de perfiles profesionales en investigación científica. *Texto Livre*, 12(3), 144-167. <https://doi.org/10.17851/1983-3652.12.3.144-167>
- Mékouar, N. (2020). Intimididades conectadas. Reflexiones sobre Un cuarto propio conectado, de Remedios Zafra. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (29), 147-164. <https://doi.org/10.5944/signa.vol29.2020.27168>
- Miguel, S., González, C. M., & Ortiz-Jaureguizar, E. (2018). Preferencias de investigadores y prácticas institucionales/disciplinares en la difusión y socialización de los resultados de investigación. *Información, cultura y sociedad*, (38), 53-76. <http://hdl.handle.net/11336/95585>
- Mikki, S., Zygmuntowska, M., Gjesdal, Y. L., & Ruwehy, H. A. A. (2015). Digital presence of norwegian scholars on academic network sites-where and who are they? *PLoS ONE*, 10(11), e0142709. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142709>
- Montesi, M., Villaseñor Rodríguez, I., & Bittencourt Dos Santos, F. (2019). Presencia, actividad, visibilidad e interdisciplinariedad del profesorado universitario de Documentación en los medios sociales: una perspectiva de género. *Revista Española De Documentación Científica*, 42(4), e246. <https://doi.org/10.3989/redc.2019.4.1640>
- Morales, S., & Morales, O. (2020). ¿Por qué hay pocas mujeres científicas? Una revisión de literatura sobre la brecha de género en carreras STEM. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (22), 118-133. <https://doi.org/10.7263/adresic-022-06>
- Raffaghelli, J. E., & Manca, S. (2022). Exploring the social activity of open research data on ResearchGate: implications for the data literacy of researchers. *Online Information Review*. Ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/OIR-05-2021-0255>
- Regueira, U., Alonso-Ferreiro, A., & Da-Vila, S. (2020). La mujer en YouTube: Representación y participación a través de la técnica Web Scraping. *Comunicar*, 28(63), 31-40. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-03>
- Repiso, R., Berlanga, I., Said-Hung, E., & Castillo-Esparcia, A. (2020). Titularidad y cátedras en Comunicación en España (2000-2019). Distribución, ritmos de promoción, transferencia entre universidades y endogamia. *Profesional de la información (EPI)*, 29(4), e290422. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.22>
- Romero, K., Möhring, A., O., De Melo, C., Ferreira de Souza, É., Vijaykumar, Nandamudi, & Yumi Nakagawa, Elisa (2021). Global and Latin American

- female participation in evidence-based software engineering: a systematic mapping study. *Journal of the Brazilian Computer Society*, 27(1), 1-22.
<https://doi.org/10.1186/s13173-021-00109-7>
- Romero, B. A., & Morales, V. A. (2018). Trabajo social y estudios de género. Vindicando un espacio científico propio. *Revista Estudios Feministas*, 26(2), 1-20. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n251263>
- Sage, M., Hitchcock, L. I., Bakk, L., Young, J., Michaeli, D., Jones, A. S., & Smyth, N. J. (2021). Professional Collaboration Networks as a Social Work Research Practice Innovation: Preparing DSW Students for Knowledge Dissemination Roles in a Digital Society. *Research on Social Work Practice*, 31(1), 42-52.
<https://doi.org/10.1177/1049731520961163>
- Sartori, L. R. M., Henzel, L. T., de Queiroz, A. B. L., Ramos, E. C., de Oliveira, L. J. C., Chisini, L. A., & Correa, M. B. (2021). Gender inequalities in the dental science: An analysis of high impact publications. *Journal of Dental Education*, 85(8), 1379-1387. <https://doi.org/10.1002/jdd.12603>
- Segovia, C., Briones, E., Pastells, R., González, E., & Gea, M. (2021). Techo de cristal y desigualdades de género en la carrera profesional de las mujeres académicas e investigadoras en ciencias biomédicas. *Gaceta Sanitaria*, 34, 403-410. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2018.10.008>
- Serrano-Ávila, A. M. S. (2018). En-Contexto: una ventana abierta a la divulgación científica de las mujeres. *Revista En-contexto*, 6(9), 43-45.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551857283004>
- Tom, J. W., Green, R. A., Cherney, E. C., Huang, M., & Lott, J. (2021). Empowering Women in Chemical Sciences and Engineering through Outreach: A Platform to Explore Careers in the Pharmaceutical Industry. *Journal of Chemical Education*, 99(1), 154-161. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.1c00335>
- Unidad de Mujeres y Ciencia del Ministerio de Ciencia e Innovación de España (UMyC) (2023). Científicas en cifras 2023. Secretaría General Técnica del Ministerio de Ciencia e Innovación. <https://www.fecyt.es/es/tematica/cientificas-en-cifras-2023>
- Valantine, H. A., Le Fauve, C. E., Morris, K. A., & Riley, W. T. (2022). Ending sexual harassment in science: designing and administering a survey that can lead to an improved organizational climate. *Academic medicine*, 97(3), 364-369.
<https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000004491>
- Van den Besselaar, P., & Sandström, U. (2017). Vicious circles of gender bias, lower positions, and lower performance: Gender differences in scholarly

productivity and impact. *PloS One*, 12(8), e0183301.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183301>

Van-Veelen, R., & Derks, B. (2022). Equal representation does not mean equal opportunity: Women academics perceive a thicker glass ceiling in social and behavioral fields than in the natural sciences and economics. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-19. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.790211>

Vizcaíno, A., De-Casas, P., & Contreras, P. (2020). Divulgación científica en YouTube y su credibilidad para docentes universitarios. *Educación XX1*, 23(2), 283-306. <https://doi.org/10.5944/educXX1.25750>

Wajcman, J. (2010). Feminist theories of technology. *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 143-152. <https://doi.org/10.1093/cje/ben057>

World Economic Forum (2021). Global Gender Gap Report 2021. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>

Contribuciones de las autoras: Ambas autoras han contribuido de forma igualitaria al desarrollo del artículo desde su inicio hasta su publicación. Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Metodología, Software, Supervisión, Redacción - borrador original, Redacción - revisión y edición: Nelcy Yoly Valencia-Oliveros y Ángela Martín-Gutiérrez.

Financiación: Este trabajo forma parte de un proyecto competitivo denominado "Comunicación y divulgación de la ciencia en la educación en España a través de las redes sociales - Comscienciaeduspain" (FCT-20-15761), realizado con la colaboración de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología - Ministerio de Ciencia e Innovación y varias universidades españolas. Puede obtener más información sobre el proyecto a través del siguiente enlace: <https://comscienciaeduspain.es>

Agradecimientos: La administración del proyecto y la financiación ha sido obtenida por el investigador principal del proyecto, Elias Said-Hung.

Conflicto de intereses: Las autoras declaran que no existe ningún conflicto de intereses.

Declaración ética: El Comité Ético de la Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja, España, aprobó esta investigación con el siguiente código: PI:015/2021. Fecha de aprobación 1 de diciembre de 2021.

Cómo citar este artículo:

Valencia-Oliveiro, N. Y. Y Martín-Gutiérrez, A. (2024). Divulgación en RRSS de las profesoras universitarias del campo educativo en España. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 28(3), 311-331. DOI: <https://doi.org/10.30827/profesorado.v28i3.29601>