

# Síntesis del debate

# Síntesis del debate

**Pol Morales**

Hizo falta un escándalo por acoso y agresiones sexuales para que estallara por fin la revolución feminista del siglo XXI. Las acusaciones contra el productor cinematográfico Harvey Weinstein que destapó *The New York Times* en octubre de 2017 sirvieron no solo para visibilizar un secreto a voces, sino también para marcar un antes y un después en la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres. A la sucesión de nuevas denuncias por abusos sexuales en la industria del cine siguieron movimientos globales, como *#MeToo* y *#TimesUP*, que se extendieron como la pólvora a través de las redes sociales para derivar en movilizaciones planetarias que prácticamente no se veían desde los tiempos del sufragismo. Más de un siglo después, conquistados los derechos más elementales, la desventaja de las mujeres frente a los hombres seguía siendo palpable.

Las campañas virales que sucedieron al caso Weinstein contaron con un enorme altavoz, el que encarnaron los rostros de actrices y actores de una industria tan poderosa y mediática como la de Hollywood. Sin embargo, mujeres pertenecientes a

sectores menos populares quisieron también aprovechar la oportunidad para luchar contra su doble invisibilidad: la que conlleva ser mujer en un mundo todavía dominado por hombres y la que implica pertenecer a un ámbito prácticamente marginado de la agenda social, política y mediática. Tal es el caso de las mujeres científicas.

Si en 2009 un estudio elaborado por el Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) de la Universidad Rey Juan Carlos ya revelaba que la ciencia ocupaba únicamente el 1% de las informaciones difundidas en los telediaros españoles, esta vez el equipo liderado por Pablo Francescutti ha querido poner la diana en otro importante problema de la comunidad científica: la escasa visibilidad de las mujeres científicas en la prensa de nuestro país.

Tras realizar un seguimiento a lo largo de todo el año 2016 de dos de los principales periódicos españoles, *El País* y *La Vanguardia*, el estudio ha podido confirmar que solo en una de cada cuatro ocasiones se cita a una mujer como fuente informativa de

una noticia científica. Dicho de otra manera: de las 2080 personas expertas referenciadas en las informaciones sobre ciencia de estos dos diarios, 1590 fueron hombres.

La investigación del GEAC también constata que la información científica en estos dos periódicos españoles está representada por una mayoría masculina. De los 1912 textos analizados, 1088 los firmaban hombres, frente a los 416 que tenían autoría femenina. Estos datos también muestran una discrepancia de género en cuanto a la cita de mujeres científicas, ya que las redactoras citaron fuentes femeninas en el 34% de sus textos, mientras que la cifra se reduce al 20% en el caso de los autores masculinos.

La Fundación Dr. Antoni Esteve volvió a invitar a cuatro representantes del ámbito científico y a cuatro representantes del ámbito del periodismo en un nuevo debate sobre periodismo científico centrado en analizar estos datos y en reflexionar sobre la visibilidad de las mujeres científicas en los medios de comunicación. La jornada tuvo lugar el 20 de noviembre de 2017 en Madrid y estuvo moderada por Pablo Francescutti.

## **Poco y mal**

«En esta investigación hemos querido hablar de la visibilidad, o de la invisibilidad, de las científicas

españolas, que es otra manera de hablar del techo de cristal» –introducía el profesor de comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos–. «Partíamos de la base de que hay un gran número de mujeres investigadoras y nos daba la impresión de que se las ve poco en los medios de comunicación.»

Para Marta Macho, del Departamento de Matemáticas de la Universidad del País Vasco, no se trata únicamente del poco peso que tienen las mujeres en la información científica, sino también de la imagen que los medios suelen transmitir de ellas. Comenta al respecto la reciente investigación elaborada por la revista *Mètode* de la Universitat de València, en la que se analizaba la percepción social de las mujeres científicas a partir del estudio de 1134 fotografías publicadas en los diarios *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*<sup>1</sup>. Los resultados revelan que una de cada cuatro fotografías con presencia femenina son imágenes de recurso en las que aparecen mujeres científicas anónimas realizando alguna tarea habitual en el laboratorio. En el caso de los hombres, el uso de este recurso visual se reduce a una de cada 20 imágenes.

«Las mujeres son decoración en un porcentaje muy alto de las informaciones científicas», afirma Macho a tenor de los resultados de este otro estudio impulsado por la

revista *Mètode*. «Cuando el hombre es protagonista, suele aparecer con traje y corbata o vestido de *sport*. En cambio, en las pocas ocasiones en las que una mujer es la protagonista no suele serlo en primer plano y tiende a aparecer con bata de laboratorio realizando alguna labor. Esta situación no solo es culpa de la prensa, sino también del día a día de cualquier universidad o centro de investigación. Y es que se está produciendo un fenómeno que puede llegar a ser perverso. Dado que la Unión Europea exige una línea transversal de género para obtener muchas de las ayudas para la investigación, muchas instituciones lo están teniendo en cuenta más como trámite que como voluntad real de cambiar las cosas», concluye.

Reafirma su postura María Casado, directora del Observatorio de Bioética y Derecho de la Universitat de Barcelona. «Las mujeres no son visibles, no solo en las noticias, sino en todas partes, principalmente en aquellos terrenos en los que el conocimiento se supone más abstracto y más duro. En mi caso, soy la única mujer desde 1989 en mi departamento de filosofía y derecho en la Universitat de Barcelona. En muchas ocasiones se ponen parches para arreglar problemas, como cuando se trata de solicitar ayudas para la innovación y la investigación y los equipos rellenan el apartado

“Género” de la convocatoria por puro trámite.»

Casado también entona un *mea culpa* en lo que respecta a la actitud de muchas mujeres cuando llega el momento de tomar el protagonismo: «Tengo que reconocer que para las mujeres es difícil tomar una actitud de primer plano. No lo hacemos por tradición cultural. Muchas veces nos quitamos de la foto o preferimos hacerla en grupo. Y muchas de las que decidimos no quitarnos de la foto no somos las mejores. Si lo hacemos es porque lo consideramos una cuestión política. Por último, si existe la tendencia a colocar la bata en las mujeres, es porque se considera que de entrada las mujeres necesitan esa indumentaria para acreditar que son científicas», concluye.

### De lo profesional a lo personal

Jocelyn Bell, la astrofísica que descubrió la primera radioseñal de un púlsar y que engrosa la larga lista de mujeres que injustamente no obtuvieron el premio Nobel, suele responder que de haberlo recibido hubiera supuesto el fin de su matrimonio. «Mi marido no hubiera aceptado que su mujer le superara profesionalmente. Él era el cabeza de familia. Me hubiera divorciado muy joven.» José María Martín Senovilla, del Departamento de Física Teórica e Historia de la Ciencia de la Universidad de País Vasco y

otro de los invitados al debate sobre periodismo científico de la Fundación Dr. Antoni Esteve, menciona estas declaraciones de Bell. «¿Por qué los medios solo se refieren a la conciliación de la vida familiar con la carrera científica cuando citan a mujeres? Es una pregunta recurrente que debería plantearse también a los hombres o simplemente no formularse», considera Martín Senovilla.

Antonio Villarreal, periodista científico en *El Confidencial*, reconoce que los medios no tratan de forma similar a hombres y mujeres. «Es más probable que uno termine preguntándole a María Blasco cómo se siente una mujer dirigiendo el CNIO que plantearle esa misma pregunta a Valentí Fuster como director del CNIC. Los periodistas no tendríamos que hacer distinción y deberíamos preguntar sobre la vida personal sin distinción de género.» Admite también que la falta de tiempo no permite a los profesionales de la información interiorizar la perspectiva de género en las noticias. «Habría que involucrar a las oficinas de prensa, a los departamentos de comunicación, para que ellos también realicen ese cribado y ofrezcan a los medios más contenidos protagonizados por mujeres», propone.

Y es que, como comentó Michele Catanzaro, periodista científico en *El Periódico de Catalunya*, la

presencia de las mujeres científicas en la prensa es el último eslabón de una cadena de producción de la información científica donde en los eslabones anteriores hay una serie de sesgos de género que son los que acaban condicionando resultados como los que presenta este estudio dirigido por Pablo Francescutti.

«El primer eslabón se encuentra en la propia comunidad científica, en cuyos puestos de poder siguen predominando los hombres» explica Catanzaro. «El problema empieza mucho antes de llegar a la prensa, cuando desde los propios centros de investigación llegan estudios como uno reciente que destacaba el ángulo perfecto que debe tener la espalda de una mujer para resultar atractiva. El problema también reside en el planteamiento de los propios estudios, que suelen utilizar más células y animales masculinos que femeninos. De esta manera, nos encontramos con que la depresión, que tiene más incidencia en las mujeres, se estudia con ratones machos. Esto puede influir en que haya más efectos adversos de fármacos en mujeres que en hombres.»

«El siguiente eslabón –prosigue Catanzaro– se encuentra en quién escribe la información periodística, tal como demuestra el estudio que hoy nos trae aquí. No solo citamos menos a las mujeres, sino que lo

hacemos de manera sesgada. Pero es que el último eslabón lo hallamos también en la propia audiencia. El 65% de los lectores de noticias científicas en la página web de *El Periódico de Catalunya* son hombres. Este desequilibrio encaja con los datos de la Encuesta de Percepción de la Ciencia, que muestra que el interés declarado por la ciencia y la tecnología es mayor en los hombres (18,5%) que en las mujeres (13,7%).»

Teresa Ruiz Cantero, catedrática de Medicina Preventiva y Salud Pública en la Universidad de Alicante, coincide en que esta invisibilidad de las mujeres científicas en la prensa es la culminación del contexto sexista en el que se mueve la ciencia en particular y la sociedad en general. «Hay grandes sesgos en la producción y el conocimiento que luego se difunden en la universidad y en los medios de comunicación», sostiene. «En un estudio sobre financiación que elaboramos desde mi departamento, pudimos comprobar que las mujeres pedimos menos becas y menos dinero al Fondo de Investigación en Salud, y por tanto obtenemos todavía menos recursos que los hombres.»

A raíz de este estudio, Cantero cita a la filósofa Victoria Camps: «Las mujeres hemos salido al ámbito productivo remunerado sin las mismas herramientas que los hombres. Pero no conviene que

salgamos del todo del ámbito reproductivo, porque es donde realmente tenemos las herramientas para manejar uno de nuestros entornos. Por ello, considero que los medios deberían mostrar lo que hacemos tanto hombres como mujeres en el ámbito productivo y reproductivo, ya que la crianza de los hijos, por ejemplo, es una realidad que requiere mucho tiempo y energía».

A Mónica G. Salomone, periodista *freelance* especializada en ciencia, actualmente trabajando en varios gabinetes de comunicación, los resultados del estudio dirigido por Francescutti no le resultan sorprendentes: «Coinciden plenamente con los prejuicios que tenía y con mi experiencia como generadora de contenidos», asegura. «Hace 10 años no me planteaba la perspectiva de género en mi búsqueda de fuentes informativas. Con el tiempo he ido abriendo los ojos y hasta ahora no me había dado cuenta tampoco de lo difícil que es encontrar mujeres científicas que quieran hablar, sobre todo cuando se trata de temas polémicos y hay que manifestar una postura. Si para alguien que tiene en cuenta la perspectiva de género ya es complicado, ¿qué no ocurrirá cuando el periodista no se preocupa por la paridad en las fuentes?»

También considera que ni la ciencia ni el periodismo existen al margen de la

sociedad. «Mi grupo de Whatsapp del colegio sigue siendo de madres. Estamos asistiendo a un estancamiento o a un retroceso en cuanto a los roles sociales de la mujer. Se mantienen los prejuicios en las nuevas generaciones y la ciencia no es más que un reflejo de ello. En ese sentido, si seguimos separando la vida laboral de la cotidiana, no vamos a progresar jamás», añade Salomone.

### Una visión sexista

La publicidad, como parte integrante y fuente de financiación de los medios, tampoco queda al margen de este debate. «Una campaña reciente del Ministerio de Sanidad para prevenir el consumo de alcohol entre los jóvenes asociaba el consumo en chicas con las agresiones sexuales y se dirigía explícitamente a las madres»<sup>2</sup>, comenta Salomone. Por su parte, Cantero también cita un estudio sobre publicidad de fármacos<sup>3</sup> en el que se constata que las mujeres suelen protagonizar más anuncios sobre medicamentos para la salud mental, y los hombres, aquellos relacionados con enfermedades cardiovasculares, «cuando la primera causa de muerte en mujeres europeas es la cardiopatía», concluye.

Juan José Moreno Balcázar, catedrático de matemática aplicada de la Universidad de Almería, también denuncia el uso de la imagen de las mujeres que practican algunas empresas e instituciones

simplemente para cubrir el expediente. «La página web de los premios Nobel, sin ir más lejos, realiza un equilibrio en las imágenes de hombres y mujeres que no se corresponde en absoluto con la disparidad de género que existe en la historia de estos galardones», denuncia el científico. «A esto se le llama hoy en día *postureo*.» Para Catanzaro, sin embargo, esto obedece a un criterio que puede ser tan legítimo como cualquier otro. «Raramente las representaciones mediáticas son representativas, es inevitable realizar una selección.»

De representaciones mediáticas sabe muy bien Mónica G. Salomone, entre cuyas obras se encuentra la biografía de la científica por excelencia, María Blasco. «Mediante esta experiencia, pude situarme en el otro lado y observar cómo mis colegas la entrevistaban. Observé cierta idolatría hacia su figura, la búsqueda por parte de los periodistas de un modelo de identificación, prácticamente como si se tratara de una *celebrity*. Y, por otro lado, también pude comprobar cómo se tendía a comentar mucho su vestimenta, siguiendo esa tendencia de los medios a valorar el aspecto externo de las mujeres», explica la periodista.

### Propuestas de mejora

Para ampliar el espectro de mujeres científicas más allá de las más recurrentes, Catanzaro sugiere

implementar en el ámbito nacional el buscador de expertas del Institut Català de la Dona<sup>4</sup>, de manera que sea mucho más fácil para los medios de comunicación localizar fuentes de información y tener en cuenta la paridad. Y es que, además de denunciar la precaria visibilidad de las mujeres científicas en la prensa española, el debate también sirvió para proponer mejoras.

Francescutti, por un lado, planteó sacarle el máximo rédito a la historia de la ciencia, un extenso campo del que se puede extraer una gran cantidad de información al margen de las notas de prensa, aprovechando las efemérides. Presenta como ejemplo el blog *Mujeres con ciencia* (<https://mujeresconciencia.com/>), de la Cátedra de Cultura Científica de la Universidad del País Vasco, que también sirve para ofrecer modelos femeninos a los hombres.

«¿Necesitamos más hagiografías de científicas?», se pregunta el investigador. «Ya es hora de cambiar la forma de redactar las biografías, de representar a las mujeres científicas de una forma más realista», plantea.

Catanzaro también es de la opinión de que hay que plantear nuevas maneras de representar a las mujeres científicas en los medios de comunicación. «Hay muchas formas de acercarnos a ellas más allá del típico titular “*Las diez mujeres que...*”, una narración que ya muestra síntomas de cansancio. Tenemos que

introducir el género de forma natural y una de las maneras de hacerlo es diversificando las fuentes, no centrándonos exclusivamente en científicas de éxito sino también en pacientes, activistas, técnicas, etcétera», plantea el periodista.

Para María Casado, el problema también radica en la comunicación de la ciencia. En su opinión, hay pocas mujeres que estén haciendo *lobby* para dar a conocer los resultados de sus investigaciones. «Por ello, aconsejo a los gabinetes de prensa que hagan más *lobby* de género y que reduzcan la presión de la propaganda.» Y es que, tal como matiza Catanzaro, la ciencia es hoy en día uno de los ámbitos que cuenta con una maquinaria de propaganda más exitosa en los medios de comunicación, mayor incluso que la de otros sectores. «Prácticamente el 90% de lo que publicamos los medios de comunicación procede de esa maquinaria, y eso no está exento de riesgos», advierte.

Sostiene su advertencia Salomone, para quien la comunicación de la ciencia se está poniendo a la altura de sectores como la política. «Una situación triste —opina la periodista— que no es más que la consecuencia de la falta de recursos en los medios y de la descapitalización de la prensa en España. Los gabinetes de prensa son lo más parecido a tener al enemigo en casa. Saben perfectamente cómo vender una

información para que resulte atractiva para los medios. Por eso, también está en sus manos potenciar la visibilidad de las mujeres.»

Pero para aumentar la visibilidad de las científicas en los medios también se requiere una mayor implicación de las mujeres, y a muchas les incomoda la idea. A Cantero, por ejemplo, no le gusta del todo aparecer en los medios.

«No me suele gustar lo que se resalta. El reduccionismo con el que se tratan muchas veces las informaciones contribuye a que quede todo estereotipado. Determinados titulares ayudan a maleducar a la población», considera la catedrática de salud pública.

Sin embargo, para Catanzaro este es un peaje que conviene pagar para lograr una mayor cuota en la cada vez más abultada agenda mediática. «A corto plazo puede suponer un sacrificio, pero a medio plazo se trata de supervivencia. Si por algo la genética ha ganado terreno a la salud pública en los medios es por el enorme esfuerzo de comunicación que se ha hecho desde ese ámbito en los últimos años.»

«Divulgar es un compromiso democrático —considera Casado—, y por ello debemos superar que nuestros colegas científicos lo sigan considerando un descrédito.» De la misma forma opina Senovilla: «Los científicos tenemos que superar el

miedo a los compañeros y confiar más en la labor del periodista».

Para Antonio Villarreal resulta mucho más sencillo acceder a una científica extranjera que a una española. «Los científicos aquí se plantean la comunicación de sus resultados como algo opcional, mientras que los científicos estadounidenses, por ejemplo, tienen mucho más asumida su obligación de divulgar. No se plantean si alguna vez tuvieron una mala experiencia con periodistas. Supongo que a fuerza de esas malas experiencias han ido aprendiendo a emitir los mensajes adecuados, para que no terminen convertidos en un titular trivial.»

Salomone, sin embargo, discrepa sobre la obligación de divulgar. «Se

agradece la participación activa de científicos y científicas, que sugieran temas a los periodistas, pero yo conozco a muy buenos científicos que son un absoluto desastre divulgando. Por tanto, que divulgue quien quiera divulgar. Por otro lado, es importante que las mujeres pierdan el miedo a equivocarse. Faltan tertulianas que den su opinión, ya que actualmente nos estamos encontrando que en los debates sobre asuntos femeninos participan más hombres que mujeres», opina.

«Hay otro espacio en el que las mujeres científicas tienen mucho que decir y que es la opinión». Catanzaro salió de este debate sobre la visibilidad de las mujeres científicas

con una primera medida tangible. Y es que tras las diferentes reflexiones de la jornada y ante la necesidad de ampliar las fuentes femeninas en los medios de comunicación, la Fundación Dr. Antoni Esteve y *El Periódico* firmaron un acuerdo para crear la Red de Científicas Comunicadoras<sup>5</sup>. Pocas semanas después del debate, el diario incorporó a 15 científicas españolas y latinoamericanas en su panel de opinadoras, de tal forma que el punto de vista feminista se ha potenciado en sus diferentes secciones. El primero de una serie de granitos de arena que esperamos vaya llenando ese hueco con el que los medios siguen invisibilizando a las mujeres científicas.

## Bibliografía

- 1 González D, Mateu A, Pons E, Domínguez M. Women scientists as decor: the image of scientists in Spanish press pictures. *Science Communication*. 2017;39: 535-47.  
Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1075547017719074>
- 2 Sanidad retira un cartel de la campaña 'Menores Sin Alcohol' tras ser tildada de "machista". *La Vanguardia*, 17/11/2017.  
Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20171117/432948457375/ministerio-de-salud-polemica-campana-menores-alcohol-machismo.html>
- 3 Cambroneró-Saiz B, Ruiz-Cantero MT, Papí-Gálvez N. Los estereotipos de género en la publicidad de fármacos. *Actes de Congènere: la representació de gènere a la publicitat del segle XXI*.  
Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/22667/1/2010\\_Actes\\_de\\_Congenere\\_2.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/22667/1/2010_Actes_de_Congenere_2.pdf)
- 4 Cercador d'Expertes. Institut Català de les Dones. Generalitat de Catalunya.  
Disponible en: <https://www.cercadordexpertes.cat/>
- 5 Red de Científicas Comunicadoras. Fundación Dr. Antoni Esteve.  
Disponible en: <https://www.esteve.org/publicaciones/red-cientificas-comunicadoras/>