

El género es el mensaje.

Claves para estudiar las asimetrías de hombres y mujeres en la comunicación de la ciencia¹

Carolina Moreno Castro. Universitat de València

1. Introducción

Igual que en las fotografías realizadas bajo el pseudónimo de Robert Capa (nombre de ficción con el que firmaban André Friedmann y Gerda Taro sus trabajos), durante la Guerra Civil española, los investigadores han vislumbrado una mirada femenina en las imágenes retratadas por Gerda Taro y una mirada masculina en las de André Friedmann, en un intento de clasificar qué foto hizo cada uno de ellos; en los mensajes de los medios de comunicación social siempre hay una mirada informativa en la que subyace el género.²

En este capítulo partimos de la hipótesis de que existen varios niveles de asimetrías que se producen en la difusión de la información científica desde el punto de vista de los estudios de género. La presencia de contenidos científicos, bien informativos o de carácter divulgativo, en los medios audiovisuales es minoritaria³ y, por tanto, es complejo valorar las diferencias intergénero. Así que cuando en algún momento citemos o hagamos referencia a los medios, nos referiremos a la prensa en todos los casos, ya que será nuestro objeto de estudio. Elegimos la prensa por las características del medio, podemos archivarla y analizarla con herramientas metodológicas más viables. También partimos de que existe un periodismo científico de mayor cantidad y calidad, pero esto no es óbice para que se detecten asimetrías de género en el tratamiento de las noticias científicas, por eso vamos a centrarnos exclusivamente en los diarios de información general, como modelos para evaluar estas diferencias.

¹ Este trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto *Análisis de las campañas institucionales en el caso de la vacunación contra el virus del papiloma humano* (CSO2011-25810) del Ministerio de Ciencia e Innovación.

² Vid. Moreno Sardá: 1998.

³ La media de noticias científicas en un informativo es de 1. El porcentaje que se dedica a los espacios de divulgación científica depende de los canales. En las privadas, hay cadenas que dedican un 1% o 2%, como Tele 5 o Antena 3, en las públicas estatales y autonómicas, se dedica algo más.

En los diarios de información general, en España, se aprecian problemas en el enfoque de la noticia con un sesgo de género en varios niveles: a) el primero de ellos es de tipo temático. En este primer nivel, destacan la selección de las noticias, el tratamiento que se hace de ellas, la titulación de las noticias y la relevancia informativa que el periódico desea otorgarle a esa pieza informativa; b) el segundo nivel está relacionado con el uso de las fuentes de información. Uno de los procesos realmente inherentes a la calidad del producto informativo es la selección de las fuentes de información. Para que el texto sea concebido como un texto de valor periodístico sin lugar a dudas es necesario utilizar fuentes de información que sean de prestigio, que sean contrastables y que sean expertas en la materia tratada; c) el tercero es de tipo profesional. Este apartado está relacionado con la profesión periodística y con sus rutinas profesionales.

La propuesta de este trabajo es determinar y reconocer los sesgos en los tres niveles expuestos anteriormente y ofrecer dos tipos de propuestas: a) una de tipo profesional, a modo de repertorio de buenas prácticas, para quienes ejerzan el periodismo científico. Las deficiencias expuestas en esta área de especialización periodística deberían ser abordadas por los profesionales para no continuar, en un futuro inminente, con los mismos destinos informativos hasta ahora imperantes; y b) otra propuesta que es de tipo investigador. Se trata de una sugerencia para evaluar la situación de los trabajos periodísticos publicados. La idea general es que en los trabajos de investigación, en las tesis doctorales, en los *papers* académicos de carácter empírico, se introduzca una pregunta sobre el género de las fuentes de información, cuando se realicen análisis de contenido o bien estudios de *framing*. Es decir entre distintas unidades de registro diseñadas para una investigación en comunicación científica, se debería plantear de forma sistemática un campo que recogiera si la fuente de información (el sujeto actante) es un hombre o una mujer y la tipología de la fuente. Si además es una fuente experta, institucional, privada, coloquial, etc. Con los datos obtenidos en los diferentes estudios (distintos universos, muestras y demás elementos que configuren la investigación), obtendríamos una radiografía de las desigualdades de género en el uso de las fuentes de información. Estos datos nos permitirían abordar estudios comparativos y con el tiempo revisiones cronológicas. Es un primer paso para valorar cuál es la situación y poder abordar medidas correctoras.

Durante este mismo año 2011, el día 9 de marzo, el diario *El País* titulaba en la portada del rotativo la información siguiente: “Bruselas *amenaza* con fijar cuotas de

mujeres directivas en empresas”.⁴ Las tres acepciones que definen al verbo *amenazar* parecen inadecuadas para expresar la implantación de una norma que insta a las empresas europeas a incorporar en sus consejos directivos a un mayor número de mujeres. Lo más peculiar de esa noticia es que la autoría estaba firmada por una periodista. El discurso androcéntrico ha calado tanto en la sociedad que una periodista interpreta y valora un acontecimiento como “alarmante”, en lugar de “emocionante” y más dada su condición de género y se deja arrastrar por el estado de opinión unívoco. La noticia recoge una normativa *progresista* que simboliza un paso hacia delante en favor de las mujeres y de la igualdad en los puestos de dirección. El titular debería haber sido positivo pero seguramente la noticia estaba generando bastante tensión entre los europarlamentarios y los grupos de presión, así que se vio influida por el contexto, o ella o el periódico. Por ejemplo, se debería haber optado por un titular como: “Bruselas regula la presencia de cuotas de mujeres directivas en las empresas” o “Bruselas insta con una norma a las empresas para que se incorporen mujeres directivas”. “La UE estudia una norma que garantice la presencia de mujeres directivas en empresas”. De repente, se me ocurren decenas de titulares positivos para difundir esa noticia.

En relación con las temáticas que aparecen en las agendas de los medios de comunicación, no se ha producido una reflexión crítica por parte de los profesionales sobre cuestiones de género, sí ha habido trabajos de otra naturaleza sobre estilística y ética. La mirada de género también se advierte en temas de violencia doméstica ya que el tratamiento de las noticias no sigue unas normas precisas, a pesar de que ya se han publicado algunos documentos de estilo como protocolo. Lo que he expuesto en la introducción es solo un preludio de otros ejemplos específicos que vamos a exponer. Como el tema que abordamos aquí es el de la comunicación científica, vamos a centrarnos en ese punto.

2. Las asimetrías temáticas: de sesgos y otros desniveles

Un primer nivel de revisión en el que surgen diferencias de género es en la selección de temas publicados y cómo se presenta la imagen de la mujer en esos temas. A través de ejemplos publicados recientemente, veremos los sesgos de género. En el caso de la

⁴ *Vid.* Definición de *Amenazar*, según la Real Academia Española (RAE): 1. Dar a entender con actos o palabras que se quiere hacer algún mal a alguien; 2. Dar indicios de estar inminente algo malo o desagradable; 3. Conducir, guiar el ganado.

información científica, no existe un decálogo de cómo abordar una noticia de este tipo. Así pues, expongo a través de un tema concreto, relacionado con la biomedicina, que está siendo objeto de debate en numerosas universidades internacionales (Heath, 1999; Illich, 1990; Moynihan, 1998; Payer, 1992; Tiefer, 2004), el tratamiento de una historia científica, desde la perspectiva de género. Se trata de la presencia de reportajes y noticias difundidas por los medios de comunicación relacionados con la medicalización de la mujer. ¿En ningún medio de comunicación se han planteado, por curiosidad, pensar que detrás de todas estas noticias, existe un intento comercial espurio? El paradigma de estas noticias es el intento perpetuo de publicitar (*disease mongering*) los resultados de estudios que evidencian que el uso de sustancias hormonales es beneficioso para la “disfunción sexual”, en procesos biológicos como la menopausia. Existe una tendencia generalizada a clasificar como enfermedades los problemas biológicos que tiene el ser humano con el paso del tiempo. El concepto de *disease mongering* (promoción o patrocinio de enfermedades) fue acuñado por Lynn Payer como el proceso que “trata de convencer a gente sana de que está enferma, y a gente levemente enferma, de que está muy enferma”. Especialmente en el caso de la mujer se “publicitan” noticias sobre los beneficios del consumo de sustancias químicas que le ayuden a mejorar la disfunción sexual, la osteoporosis, el síndrome premenstrual, etc. Hay estudios académicos en los que se ha analizado el tratamiento de los medios de comunicación en relación con los beneficios y con los riesgos de la medicalización (Moynihan *et. al.*, 2000), en los que se han concluido que en las noticias publicadas se incluían informaciones inadecuadas o incompletas acerca de los riesgos, beneficios y costes de los medicamentos, así como las relaciones financieras entre los grupos de estudio o de expertos y los fabricantes de productos farmacéuticos. Desde hace veinte años, en los medios impresos se ha ido construyendo la imagen de una mujer madura que necesita tomar sustancias químicas porque le benefician sobre los posibles efectos de la menopausia, que son múltiples. No hay ningún trabajo equivalente para los hombres.

Corolario 1: La mujer madura es una mujer enferma.

Otro aspecto de la tematización es el hecho de dar más valor o representación a las figuras de los científicos que a las de las científicas (biografías, conmemoraciones, aniversarios, etc.). Cada vez que hay un aniversario de un científico reconocido, los

medios impresos publican numerosos especiales. Este año en el que la Asamblea General de la ONU proclamó el año 2011 como Año Internacional de la Química, hace un siglo que a Marie Curie le concedieron el premio Nobel de Química, en 1911, en reconocimiento por sus servicios en el avance de la Química. Esta investigadora había descubierto, aislado y estudiado la naturaleza del radio y del polonio, en 1910. Veamos en cuántos medios impresos homenajean con un reportaje a Marie Curie por coincidir con el aniversario de la entrega del premio Nobel de Química, igual que se ha hecho con otros científicos por la publicación de una obra determinada, o por el aniversario de su nacimiento. En política, también hay estudios que evidencian que las mujeres son tratadas periodísticamente peor que a los hombres y, en cualquier ámbito de la vida social, la mujer se presenta con un estereotipo peor valorado que el de los hombres.

Hace ya una década (2000) la Associació de Dones Periodistes de Catalunya, mediante un grupo de trabajo compuesto por cinco investigadoras: Marta Bach Arús, Elvira Altés Rufias, Joana Gallego Ayala, Marta Plujà Calderón y Montserrat Puig Mollet estudió las ausencias y las presencias de las mujeres en los medios de comunicación, y lo que anunciaron como más significativo, fue el desconcierto que existía en la profesión periodística en cuestiones relativas a género. Esta es la razón por la que publicaron un trabajo que ha tenido durante esta década gran repercusión *El sexo de la noticia* (Bach *et. al.*, 2000), una obra que se presenta como una herramienta de trabajo indispensable y que ayuda a incorporar la perspectiva de género en la información, con el fin de romper la secular inercia de tratar con desigualdad a las mujeres, cuando son objetos o sujetos de la propia información periodística.

Corolario 2: Las científicas no son relevantes.

Siguiendo con esta tendencia, los medios tratan de resaltar la figura del hombre por encima de la de la mujer. En la noticia que aparece publicada en el *pantallazo* del diario *El País digital*, que se presenta a continuación, se afirma en la entradilla que “Un hombre joven, con estudios universitarios y que vive en una ciudad con más de un millón de habitantes. Este es el perfil de las personas que muestran un mayor interés por la ciencia y la tecnología, según la IV Encuesta Nacional de Percepción Social de la Ciencia 2009”. Al leer la entradilla deduces por los datos que te aporta el texto que los hombres están muy interesados en la ciencia y las mujeres no, pero, al profundizar en

los resultados de la encuesta, descubres que hay un sesgo favorable hacia la imagen del hombre, pues las diferencias entre hombres y mujeres no son acuciantes.

Pantalla de *El País Digital* del día 18 de febrero de 2009



Comprobemos los datos reales y veamos el sesgo de género en la noticia. A continuación, se exponen los datos recogidos por FECYT de la pregunta sobre el interés por la ciencia. Una vez examinados los datos, pasemos a valorar los sesgos de la noticia publicada.

Tabla 1. Interés por la ciencia y la tecnología de hombres y mujeres

Temas de interés de la Encuesta FECYT 2009	Total	Hombre	Mujer
Alimentación y consumo	19,00%	12,90%	25,00%
Astrología / ocultismo	1,60%	1,60%	1,60%
Ciencia y tecnología	9,60%	13,10%	6,10%
Cine y espectáculos	12,60%	12,30%	12,90%

Arte y cultura	14,90%	13,00%	16,70%
Deportes	26,10%	42,50%	10,30%
Economía y empresas	16,60%	19,30%	14,00%
Educación	16,00%	12,50%	19,30%
Medicina y salud	28,00%	20,50%	35,20%
Medio ambiente y ecología	15,70%	16,20%	15,20%
Política	14,90%	18,50%	11,40%
Sucesos	9,00%	7,60%	10,40%
Terrorismo	10,70%	10,90%	10,50%
Viajes / turismo	8,10%	6,50%	9,60%
Temas de famosos	3,20%	0,80%	5,50%
Trabajo y empleo	22,90%	23,70%	22,10%
Temas sociales	12,90%	10,50%	15,20%
Vivienda	0,70%	0,60%	0,80%
Inmigración	0,60%	0,50%	0,80%
Seguridad ciudadana	0,40%	0,40%	0,40%
Transportes / infraestructuras	0,10%	0,10%	0,10%
Situación internacional / guerras	0,10%	0,10%	0,20%
Noticias en general	0,30%	0,20%	0,40%
Ocio	0,10%	0,10%	0,10%
Otros	0,60%	0,70%	0,60%
No sabe	1,90%	1,70%	2,00%
Total	8602	4235	4367

Fuente: FECYT 2009

Elaboración propia.

Examinando los datos que arrojó la encuesta, a los hombres les interesa el deporte y a las mujeres, la medicina, la salud y el consumo. Esta era la primera pregunta del cuestionario de la IV Encuesta Nacional de Percepción Social de la Ciencia y la tecnología 2009. Era una pregunta abierta y se podía responder hasta con tres opciones.⁵ La suma total de las tres respuestas ofrecía los siguientes datos: el primer tema informativo de interés de todo los encuestados (hombres y mujeres) era la medicina y la salud, con un 28%; el segundo, deportes, con un 26,1%; el tercero, trabajo y empleo, 22,9%; y el cuarto, alimentación y consumo, 19%. La suma de todos los entrevistados que en primera, segunda o tercera opción eligieron ciencia y tecnología, como tema de interés, representaba un 9,6% (Moreno Castro: 2009).

La elección de la ciencia y la tecnología, como tema que despierta interés a través de las noticias e informaciones que recibimos a diario de los medios de comunicación, fue del 9,6% de los encuestados, en general. El dato aislado indica que el interés de los españoles (hombres y mujeres) por la ciencia y la tecnología es bajo. Si el análisis de este porcentaje se coteja con las noticias de actualidad que se difunden a través de los medios de comunicación y que se transforman en debate en la esfera pública, parece que adquiere un valor moderado, porque la información científica es exigua en los medios audiovisuales. En cualquier caso, hay seis puntos de diferencia intergénero por el interés hacia la ciencia y la tecnología, mientras que por el interés en la medicina y en la salud hay quince puntos, a favor de la mujer, y en alimentación y en el consumo, también hay trece puntos a favor de la mujer. Entonces, ¿por qué no titulamos así?: “Las mujeres se interesan por la medicina y la salud, los hombres, por los deportes, según un estudio de FECYT”. Esto sería políticamente correcto, pero nadie se cuestiona cuando se publica al revés.

Corolario 3: Las mujeres no están interesadas en la ciencia.

3. Las asimetrías en las fuentes de información científica: ¿dónde están las mujeres?

⁵ Formulación de la Pregunta1: A diario recibimos noticias e informaciones sobre temas muy diversos. Dígame por favor tres temas sobre los que se sienta especialmente interesado. Pregunta abierta (máximo de 3 respuestas).

Las mujeres están infrarrepresentadas en los medios de comunicación como fuentes de información. Según aparece en el libro *El sexo de la noticia*, una de las causas por la que las mujeres no aparecen en los medios podría ser que los movimientos sociales en los que participan no suelen organizarse con criterios jerárquicos, de manera que los medios no encuentran siempre a la misma interlocutora (lo que le garantizaría la legitimidad como fuente), ni aporta la información en un formato adecuado para ser material en la construcción de una noticia.

En el caso de la información científica, a modo de ejemplo, me remito a los datos recogidos en mi tesis doctoral⁶ titulada *La biotecnología en la prensa diaria (1988-1998). Análisis y tendencias*, en la que introduje un campo de análisis sobre el género en las fuentes de información. En el conjunto de los textos estudiados (398, en total) se localizaron declaraciones de los actores sociales que participaban en las noticias, clasificados de la siguiente manera: a) textos en los que se recogían declaraciones realizadas exclusivamente por hombres: 242, esto supuso el 60,8% del total analizado; b) la mujer como sujeto protagonista exclusivamente del tema objeto de análisis se encontró en sólo 15 textos, esto es el 3,7% de los documentos analizados; c) la presencia de declaraciones manifiestas en los documentos por ambos sexos se detectó en 30 documentos, esto es un 7,5%; y d) finalmente, textos en los que no se vertió ninguna declaración o no se citó el sexo de los autores de un trabajo, se cuantificaron 111 documentos, esto supuso un 27,8%. Los datos que arrojó la investigación son contundentes: la presencia de hombres fue arrolladora en un tema concreto sobre la presentación de la biotecnología en aplicaciones extrahumanas en la vida cotidiana (plantas, alimentos, fármacos, animales, etc.). En el 60,8% de los documentos los sujetos actantes eran exclusivamente hombres y en el 3,7%, eran solo mujeres. Los resultados cuantitativos obtenidos en la investigación me permitieron cruzar los datos con otras unidades de registro y así valorar que no solamente eran hombres si no que, en todos los colectivos relacionados con el tema de la investigación, desde investigadores, técnicos de la administración, políticos hasta en los grupos ecologistas, las fuentes de información eran masculinas (Moreno Castro: 2001).

Las desigualdades aumentan, si cabe, cuando se analizan a los personajes protagonistas de la información: más del 80% son hombres. Por ello, como recomendación para las investigaciones llevadas a cabo en el ámbito de las ciencias de

⁶ Vid. Moreno Castro (2001).

la comunicación, sería aconsejable introducir una pregunta sobre las fuentes de información. Como por ejemplo, si la fuente de información es hombre o mujer. También sobre la naturaleza de la fuente de información porque puede ser “mujer”, pero también es importante conocer cuando aparecen las mujeres, en condición de qué aparecen, qué cargos ocupan o en calidad de qué tienen representación en los medios.

Corolario. Las fuentes de información son hombres.

4. Las asimetrías de la profesión: de las aulas a las redacciones

Las aulas universitarias están ocupadas por mujeres en un 60% en los grados de comunicación y en un 40% por hombres.⁷ Esto se traslada a las redacciones de los medios de comunicación, pero no a los cargos directivos. Es singular tener una jefe de sección, una directora jefe, o una editora, y, sobre todo, es extraño encontrarse con una directora de un periódico. Estos elementos que configuran la profesión periodística hay que tenerlos en cuenta porque la selección de noticias obedece a una jerarquía en la toma de decisión de los contenidos: redactor jefe, jefe de sección, subdirector, director, ya que casi siempre es un hombre quien selecciona los contenidos con una mirada masculina de los acontecimientos.

Por estas asimetrías que desencadenan desequilibrios en la profesión y en las rutinas profesionales, nos encontramos con algunos temas como los anteriormente expuestos sobre la infrarrepresentación de las mujeres científicas, o sobre la tergiversación de temas relacionados con los problemas de la mujer, con enfermedades de las mujeres que no configuran el *establishment* de la ciencia mediática. Para mejorar habría que buscar un equilibrio entre los temas y también en su tratamiento periodístico. En las empresas periodísticas las mujeres tendrían que estar también en puestos que implicaran tomas de decisiones.

5. Conclusiones

En definitiva, tras los ejemplos expuestos en este capítulo, podríamos confirmar o validar las hipótesis de partida en este trabajo. Existe un tratamiento sexista de la información científica. Hay asimetrías notables entre los hombres y las mujeres en la

⁷ Datos recogidos de los perfiles estadísticos de la matriculación de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Audiovisual del curso 2010-2011 de la Universitat de València.

comunicación de la ciencia y la tecnología. En la información científica hay un marcado sesgo de género en las temáticas publicadas, como por ejemplo la promoción de enfermedades, en el caso de la mujer, o sesgando los datos de una encuesta en detrimento de la imagen de la mujer, como hemos podido constatar.

Aunque en este capítulo nos hemos centrado en la prensa escrita, como objeto de análisis, para la exposición de las asimetrías detectadas. Existe también un tratamiento sexista de las franjas horarias de programación, tanto en radio como en la televisión. Por ejemplo, en la radio se programan los contenidos en función de los horarios de emisión; esto es, en función de la audiencia, entendiendo que por la mañana a primera hora quienes escuchan la radio antes de marcharse a trabajar son los hombres y, por tanto, se insertan los contenidos más complejos sobre política, economía y ciencia. Conforme avanza la mañana, los contenidos se van tornando en amarillo o rosa y se concluyen los programas con noticias frívolas, muchas veces del corazón, con anécdotas, a una hora en la que el perfil de quienes están escuchando la radio son las mujeres, mayoritariamente.

Existe un tratamiento desigual en relación con las fuentes de información en los medios de comunicación, tal y como hemos visto anteriormente: se cita a más científicos que científicas, a más investigadores que investigadoras, pero también aparecen menos mujeres como portavoces de movimientos sociales. Por tanto, existe una escasa participación de la mujer como agente social, o una infrarrepresentación en la esfera de los medios como sujetos actantes.

Las redacciones de los medios de comunicación están ocupadas por mujeres, incluso a veces las responsables de las noticias de ciencia son mujeres, pero los cargos de responsabilidad en los medios de comunicación están prácticamente siempre ocupados por hombres. Esto inclina la balanza en la toma de decisiones sobre la selección de temas hacia una mirada masculina de los acontecimientos.

Por todo ello, concluimos que habría que plantearse el incremento paritario en los puestos de toma de decisiones de los medios de comunicación, aumentar progresivamente la presencia de mujeres como personajes referenciales, y trabajar en la modificación de los contenidos y en el discurso, como ya apuntaba en los años 90 la socióloga Van Zoonen (1994).

6. Bibliografía

- Bach Arús, Marta (2000). *El sexo de la noticia*. Barcelona, Akad-emeia.
- Gilbert, D., Walley, T. y New, B. (2000). “Lifestyle medicines”, en *BMJ*, 321:1341-1344.
- Heath, I. (1999). “There must be limits to the medicalisation of human distress”, en *BMJ*, 318:439-440.
- Illich, I. (1990). *Limits to medicine*. Londres, Penguin.
- Leonore, T. (2004). *Sex is not a natural act & other essays*. Nueva York, Westview Press.
- Loscertales Abril, F. y Núñez Domínguez, T. (2008). *Los medios de comunicación con mirada de género*. Sevilla, Instituto Andaluz de la Mujer.
- Moreno Castro, C. (2001). *La biotecnología en la prensa diaria (1988-1998). Análisis y tendencias*. Universidad de Salamanca, plataforma Novatores. Disponible en: <http://www.novatores.org/html/es/eprint/show.html?ePrintId=146>
- Moreno Castro, C. (2009). “Los medios, el público y la ciencia. Una relación que no progresa adecuadamente”, en *Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología 2009*. Madrid, FECYT.
- Moreno Sardá, A. (1998). *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch.
- Moynihan, R. (1998). *Too much medicine?* Sydney, ABC Books, 137-168.
- Moynihan, R. et. al. (2000). “Coverage by the news media of the benefits and risks of medications”, en *New England Journal of Medicine* 2; 342:1645-1650.
- Moynihan, R., Heath, I. y Henry, D. (2002). “Selling sickness: the pharmaceutical industry and disease mongering”, en *BMJ*. 324: 886-891.
- Payer, L. (1992). *Disease-mongers*. Nueva York, John Wiley.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. Londres, SAGE Publications.
- Williams, S. y Calnan, M. (1996). The “Limits” of medicalization? Modern medicine and the lay populace in “late” modernity, en *Soc Sci Med*, 42:1609-1620.