

La prensa española solo cita a científicas en una de cada cuatro ocasiones

Según un estudio de la Universidad Rey Juan Carlos, los 2.077 expertos referenciados en los textos sobre ciencia publicados por *El País* y *La Vanguardia* en 2016, el 76,51% eran hombres y el 23,49% mujeres. El dato aporta una base objetiva a las quejas de las investigadoras con motivo de su reducida proyección pública.

SINC

10/9/2018 10:37 CEST



Un estudio destaca que la visibilidad de las científicas en España es manifiestamente mejorable.

/ Fotolia

Un estudio, llevado a cabo por el Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) de la Universidad Rey Juan Carlos, destaca que la visibilidad de las investigadoras en España es manifiestamente mejorable. “Las científicas españolas no son invisibles, pero sí están infrarrepresentadas”, expone Pablo Francescutti, director del trabajo, que ha sido publicado recientemente por la Fundación Dr. Antoni Esteve.

Las fuentes científicas masculinas citadas por la prensa española de referencia triplican en número

a las femeninas

Según datos del propio [informe](#), las fuentes científicas masculinas citadas por la prensa española de referencia triplican en número a las femeninas: de los 2.077 expertos referenciados en los textos sobre ciencia publicados por *El País* y *La Vanguardia* en 2016, 1.589 eran hombres (76,51%) y 488 mujeres (23,49%).

La investigación también advierte de la escasa autoría femenina en las informaciones científicas, (sobre un total de 1.912 artículos, 1.088 los firmaban hombres, frente a 416 de mujeres). Además, el trabajo destaca que las redactoras tendieron a citar a las científicas con más frecuencia (el 34% de las fuentes científicas en sus textos eran femeninas) que los redactores (apenas el 20% de sus fuentes expertas eran investigadoras).

Otro parámetro de visibilidad lo aportan las fotografías que ilustran los textos. En los retratos de científicos y en las fotos de los equipos de investigación, la presencia masculina también triplica a la femenina. Con este trabajo “pretendemos analizar cómo son representadas las científicas, tanto en fotografías como en el discurso. No solo es importante que las científicas salgan en los medios, también importa cómo salen en los medios”, explica Francescutti.

Esta línea de investigación sobre comunicación de la ciencia se viene desarrollando desde hace años en el seno del GEAC y pretende ser continuada dotándole de una perspectiva cualitativa. Una de las motivaciones principales para la realización de este artículo ha sido, en palabras de Francescutti, “aportar, desde el ámbito académico, datos objetivos que enriquezcan el importante debate iniciado en los últimos años acerca de la desigualdad de género en el campo de la ciencia y, más concretamente, en la escasa visibilidad que tienen las investigadoras en los medios de comunicación”.

Presencia de científicas en la agenda de fuentes expertas

Aunque la representación femenina no es marginal, “hay mucho por hacer para mejorar su proyección pública”, añade el investigador. Además, sugiere

que es necesario tomar medidas como aumentar el número de mujeres periodistas que cubren información científica, incrementar la presencia de científicas en la agenda de fuentes expertas que manejan los periodistas e incentivar la colaboración de las investigadoras de las instituciones científico-académicos en los medios de comunicación.

Las redactoras tendieron a citar a las científicas con más frecuencia que los redactores

El estudio se extiende a las revistas de moda y belleza porque, a diferencia de la prensa —consumida por un público eminentemente masculino—, apelan a una audiencia femenina.

El análisis de las ediciones de *Telva* y *Elle* de 2016 pone de relieve la escasez de contenidos científicos en sus páginas, la mayoría relativos al bienestar y la belleza, y el resto a patologías ginecológicas, avances en nutrición y distinciones a investigadoras. Al contrario que en los periódicos, en este caso priman las fuentes femeninas (62% del total). Pero esta feminización se ve empañada por el hecho de que, en el 72,7% de los casos, las expertas no fueron interpeladas como autoras de hallazgos o innovaciones sino para comentar conceptos o el estado del saber en su área.

Si los anteriores apartados se refieren a la visibilidad pasiva, es decir, la presencia que otorgan los medios a las científicas, la estudio de la blogosfera ha permitido cuantificar la visibilidad activa: la búsqueda de proyección pública por parte de las propias investigadoras. Naukas, plataforma digital que aglutina a gran número de comunicadores españoles de la ciencia, contaba con 124 colaboradores, de los cuales 25 eran científicas. El portal Scilogos acogía a 39 blogueros, de los cuales solo cuatro eran mujeres. Y en los blogs alojados en la plataforma madri+d de la Comunidad de Madrid, de 108 registrados solo 11 eran gestionados por investigadoras.

Referencia bibliográfica:

Pablo Francescutti. "[La visibilidad de las científicas españolas](#)".
Fundación Dr. Antoni Esteve (2018)

Copyright: **Creative Commons**

TAGS CIENTÍFICAS | PRENSA | VISIBILIDAD |

Creative Commons 4.0

You can copy, distribute and transform the contents of SINC. [Read the conditions of our license](#)