

Una investigación señala que las mujeres subestiman su trabajo

Un estudio de la Universidad de Yale encuentra que las mujeres usan menos palabras positivas para describir sus hallazgos ▶ Influye en su carrera y reconocimiento

M. VICTORIA S. NADAL
MADRID

La brecha de género todavía existe: las mujeres siguen ganando menos y reciben menos financiación o fondos de investigación que los hombres. También acceden a menos puestos altos y de responsabilidad. Hay muchos factores que contribuyen a estas disparidades, pero la investigación ya ha dejado claro en otras ocasiones que no es una cuestión de productividad. Aun así, las mujeres reciben menos reconocimiento que los hombres por logros equivalentes. ¿Por qué? Es una pregunta que varios investigadores están intentando resolver.

Una de las hipótesis tiene que ver con la promoción que se hace del trabajo, concretamente en los descubrimientos científicos. Un equipo de investigadores de la Universidad de Yale ha examinado si las mujeres y los hombres difieren en el grado en que promueven sus logros mediante el uso de términos positivos al describir su investigación. El estudio, publicado en el *British Medical Journal*, documenta que las mujeres usan menos de estos adjetivos positivos en sus artículos y que estas diferencias parecen influir en la cantidad de atención que reciben sus investigaciones.

"Los aproximadamente 20 millones de artículos publicados desde 1980 representan alrededor del 75% de todos los artículos de ciencias de la vida y la salud publicados", señalan

los investigadores en *HBR*. Esta cantidad de publicaciones hace que los científicos tengan que ser cada vez más selectivos al decidir qué leer y a qué dedicar su tiempo. "La autopromoción casi se ha vuelto más importante que nunca para captar la atención del resto de investigadores y colegas de profesión". Hay distintas formas de hacerlo: desde compartir los trabajos a través de las redes sociales hasta resaltar los resultados en artículos y presentaciones. Y esto puede influir, por ejemplo, a la hora de recibir subvenciones para continuar los proyectos.

Los investigadores de la Universidad de Yale examinaron las diferencias de género en la autopromoción analizando los títulos y resúmenes de 6,2 millones de artículos publicados durante 15 años (entre 2002 y 2017): consideraron que esos fragmentos son claves para transmitir los hallazgos principales. Obtuvieron los datos sobre artículos de la base de datos PubMed y los datos de género del autor, probabilísticamente: "Utilizando la base de datos Genderize, si al menos el 90% de las personas con un nombre en particular eran mujeres, codificamos al autor como una mujer". Con esto, contaron el número de veces que los autores emplearon un conjunto de 25 palabras positivas y utilizaron algoritmos de procesamiento del lenguaje natural para caracterizar el texto que rodea a estas palabras.

Descubrieron que los artículos escritos por mu-



Las autoras que se autopromocionan reciben más atención

Analizaron 6,2 millones de artículos publicados durante 15 años

jes tenían hasta un 21% menos de probabilidades de usar términos positivos para enmarcar los resultados de su investigación que los artículos comparables publicados por hombres. "Tanto hombres como mujeres usaron combinaciones de palabras como "enfoque novedoso", "mecanismo único" o "resultado prometedor" para describir sus hallazgos, pero las mujeres las usaron con menos frecuencia".

Pero ¿realmente repercute en algo la autopromoción? Los investigadores examinaron si estas diferencias de género influyeron en el número de referencias al trabajo hechas por otros expertos. "Descubrieron que los artículos con palabras positivas recibieron hasta un 13% más de citas en comparación con

investigaciones de novedades similares publicadas en las mismas revistas pero sin el encuadre positivo". Los autores que no se autopromocionaron recibieron menos atención.

Este estudio está centrado en las mujeres científicas y sus investigaciones. "Aun así, sospechamos que ocurre lo mismo en una amplia variedad de entornos, lo que probablemente contribuye a que aumente la brecha social y salarial de género", explican los investigadores. "Parece justo decir que las mujeres harían bien en promover más sus logros. Pero la responsabilidad no recae solo sobre ellas. Los colegas masculinos también deben alentarlas y asegurarse de que no sean penalizadas por hablar bien de sí mismas y del trabajo que hacen".

¿Aumenta la confianza con la experiencia?

► **Diferente en cada etapa.** Una de las conclusiones más llamativas del estudio llevado a cabo por la Universidad de Yale es que lo que las mujeres dicen de su propio trabajo depende de la etapa profesional en la que se encuentren.

► **Menos confianza al principio, más al final.** Los investigadores encontraron que las diferencias de género en la autopromoción fueron más pronunciadas en las etapas iniciales y medias de la carrera. A medida que ellas suben de rango, su uso de palabras positivas sobre su trabajo aumenta. En los niveles más altos, la disparidad desaparece. "Parte de este efecto puede provenir de que las mujeres presentan su investigación con más confianza a medida que ganan experiencia".

► **También en los premios.** La investigación *Las mujeres que ganan premios consiguen menos dinero y prestigio*, publicada en la revista *Nature*, estudia la asociación entre el género y la calidad de los reconocimientos otorgados. Encontró una gran disparidad: en promedio, las científicas ganan premios asociados con menos dinero y prestigio que los hombres. Ellas ganan 0,57 céntimos por cada 1,11 euros que ganan ellos. "Es importante destacar que, como sugiere nuestra investigación, no hay evidencia de que la calidad o el valor de la investigación dirigida por mujeres sea inferior a la de los hombres", asegura Brian Uzzi, responsable de la investigación.

Artículo completo en retina.elpais.com