

RESOLUCIÓN 2016/127

Sobre vulneración del Código Deontológico de la FAPE en la que pudiera haber incurrido la revista de divulgación científica *Muy Interesante* por la publicación de la noticia titulada "Un estudio demuestra el machismo en el mundo de los negocios", publicada en su página web y difundida a través de redes sociales.

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo considera que dicha noticia no ha incumplido el Código Deontológico del Periodismo.

I.- SOLICITUD

Doña Milagros Bretones Ortiz, mediante escrito de fecha 24 de octubre de 2016, formula ante esta Comisión una petición de apertura de expediente deontológico a la página web de la revista *Muy interesante* por la publicación, el 17 de septiembre de 2016, de la noticia titulada "Un estudio demuestra el machismo en el mundo de los negocios."

II.- HECHOS DENUNCIADOS

La denunciante alerta del posible incumplimiento de los artículos 2 y 13 del Código Deontológico de la FAPE como consecuencia de la publicación en Internet y difusión a través de redes sociales de la noticia titulada "Un estudio demuestra el machismo en el mundo de los negocios", con subtítulo "El mundo de los altos ejecutivos no permite que una mujer atractiva acceda a él". La noticia resume muy someramente un estudio, realizado por dos economistas de las Universidades Ariel y Ben Gurion de Israel, titulado: "¿Son más empleables¹ las personas atractivas?" En él se afirma que las mujeres muy atractivas y los hombres poco atractivos están discriminados por su aspecto físico en la consecución de empleo.

La denunciante reprocha a la revista *Muy Interesante* que califique los resultados del estudio como "machismo", en el titular, y omita que la inmensa mayoría de las personas encargadas de seleccionar los *curricula vitae* (93 % según el estudio) eran mujeres.

La noticia de *Muy Interesante* también olvida exponer la conclusión de los autores del estudio: "Nuestro resultado más inesperado es la penalización de las mujeres atractivas en relación a las poco atractivas y a las que no adjuntan foto (...) Exploramos varias explicaciones, y ofrecemos pruebas de que los celos y la envidia femeninos pueden ser

¹ La traducción corresponde al documento que ha hecho llegar la denunciante.

el motivo.”

Además la noticia omite otra conclusión: a los hombres les cuesta más ser llamados para una entrevista de trabajo, especialmente si son poco atractivos.

Por otra parte, la difusión rápida en redes sociales modifica el titular alejándolo aún más del texto que resume.

III.- DOCUMENTOS QUE ACOMPAÑAN A LA DENUNCIA

Se adjuntan el estudio original israelí y su traducción al español, una toma de pantalla de la página web de la revista, desde la que se puede acceder a varias réplicas y al debate generado entre los lectores, y enlaces al tratamiento de la noticia en otros medios de comunicación, más ajustados a la realidad en opinión de la denunciante.

IV.-NORMAS DEONTOLÓGICAS QUE SE CONSIDERAN VULNERADAS:

Las normas del Código Deontológico que la denunciante considera vulneradas son:

- 1) Artículo 2 (Principios Generales): *El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad.*
- 2) Artículo 13 (Principios de actuación): *El compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

V.- ALEGACIONES DEL DENUNCIADO

El medio denunciado no ha presentado alegaciones.

VI.- PRUEBAS PRACTICADAS

Seguimiento de la noticia que da origen a los hechos tanto en el medio denunciado como en otros medios. Estudio de los documentos aportados por la denunciante y el periodista. Análisis del estudio al que alude la noticia y búsqueda de información sobre sus autores.

VII.- RAZONAMIENTOS DE LA PONENCIA

La revista Muy Interesante se dedica a lo que denominamos habitualmente “divulgación científica”, cuyo objetivo es adaptar los hallazgos científicos a un formato y vocabulario accesibles al público en general, lo cual significa, indefectiblemente, reducción y simplificación. La noticia “Un estudio demuestra el machismo en el mundo de los negocios” resume en veinticinco líneas un trabajo de 44 páginas, realizado por dos especialistas en Economía. Muy Interesante ha sido denunciado tanto por el contenido de la noticia como por el titular y el subtítulo, a causa de la falta de correspondencia entre el texto publicado y el estudio al que alude, y del uso indiscriminado de la expresión “machismo”.

El machismo es, en definición de la Real Academia Española: “La actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres.” La *Encyclopaedia Britannica* lo define como: “Orgullo exagerado de la masculinidad, percibido como poder. En el machismo hay una suprema valoración de las características asociadas culturalmente con la masculinidad y una denigración de las características asociadas culturalmente con la feminidad.”

A la luz de estas definiciones, el estudio de los dos economistas israelíes merece una atención detenida. Bajo un interrogante como título, presenta una muestra estadística del éxito o fracaso de 5.312 *curricula vitae* falsos, presentados en distintas versiones, para optar a 2.616 ofertas de trabajo publicadas en Israel. Los investigadores sostienen que la inclusión o no de fotografías en los CV, y el atractivo de las personas representadas en ellas, son determinantes para ser llamados a una entrevista de empleo. Los hombres muy atractivos y las mujeres poco atractivas son quienes obtienen mejores resultados; por el contrario, las mujeres muy atractivas y los hombres poco agraciados tienen dificultades. El estudio llega a la conclusión de que al ser mujeres, en su mayoría, quienes realizan la selección de candidatos, se dejan influir por su interés afectivo-sexual cuando se encuentran con el CV de un hombre atractivo, mientras rechazan, “a causa de la envidia y los celos femeninos”, el CV de una mujer atractiva, a la que ven como “una competidora”. Se aventura incluso que esto sucede así porque las responsables de RRHH “son, en su mayoría, mujeres jóvenes y solteras”.

La conclusión de este estudio adolece de un fuerte componente de subjetividad por parte de los investigadores. A las seleccionadoras de personal de las empresas se les atribuye,

bajo la aparente seriedad de las gráficas, falta de ética profesional y una incontenible visceralidad *femenina*. Sin embargo, sus motivaciones personales y psicológicas no se pueden deducir por la buena o mala acogida de los CV, y por tanto la suposición negativa – que, por extrapolación, desacredita a miles de mujeres- carece de base científica. Los propios investigadores lo reconocen cuando afirman literalmente que ellos “no tienen posibilidad de entrar en la mente de las empleadoras”. A pesar de ello, sostienen que son defectos *femeninos* los que producen tal discriminación. De la lectura del estudio podría inferirse, pues, que si el empleador fuera un hombre, la elección de personal sería más equitativa.

La propia denunciante ha hecho llegar a la Comisión la cobertura de la noticia en medios distintos a Muy Interesante. Considera que el tratamiento que otorgan es más ajustado y veraz. Todos, sin excepción, coinciden en el titular: “Si eres guapa no pongas tu foto en el CV”. Y en los cuerpos de las noticias se alerta a las solicitantes de empleo sobre el manido tópico de la enemistad entre mujeres. Además, todos los medios hablan de dificultades para ser contratado, cuando el estudio solo puede referirse a “ser llamado para una entrevista”, puesto que las solicitudes enviadas a las empresas eran falsas.

En la noticia que nos ocupa, y tal como afirma la denunciante, no se menciona la conclusión del estudio. El redactor, de hecho, no parece ni siquiera haberlo leído entero, puesto que circunscribe su resumen a los primeros párrafos de un texto que hubiera podido proporcionarle titulares más llamativos.

La denunciante subraya el mal uso del término “machismo” empleado en el titular. Y es que, aunque el estudio en cuestión parece haber demostrado que las responsables de Recursos Humanos juzgan por su físico a las candidatas, rechazan a las más atractivas por celos femeninos y quieren hombres guapos a su alrededor, su comportamiento no puede calificarse como machista, según la definición de la RAE, puesto que no son varones. Sin embargo, ese comportamiento, de darse, sí se ajustaría perfectamente a la definición de “machismo” de la *Britannica*, porque denigraría las cualidades asociadas a la feminidad. Tal actitud no es exclusiva de los hombres, al igual que la valoración de esas mismas cualidades no es patrimonio exclusivo de las mujeres. Sobre este punto, la crítica de la denunciante afirma: “Todo es machismo. Si las mujeres guapas son seleccionadas, es machismo. Si son rechazadas, es machismo. Si los seleccionadores son hombres, es machismo. Si son mujeres, es machismo.” El argumento es otro: sean los seleccionadores hombres o mujeres, acepten o rechacen a la candidata, si el objetivo

de su comportamiento es denigrar las cualidades asociadas a la feminidad, es machismo. Por tanto, el redactor de *Muy Interesante* no emplea mal el término. De hecho, el estudio habla muy explícitamente sobre el machismo puesto que concluye con una afirmación denigrante: las directoras de RRHH se dejan llevar por la envidia y los celos *femeninos*- importa subrayar el adjetivo-, ya que son solteras y jóvenes. Hay que recordar que los propios investigadores son quienes afirman esto, a pesar de reconocer su inconsistencia.

En cuanto al subtítulo de la noticia – “El mundo de los altos ejecutivos no permite que una mujer atractiva acceda a él”-, es cierto que el informe no se circunscribe a quienes buscan empleo como altos ejecutivos sino que incluye una variedad de puestos, aunque siempre de nivel alto y con cualificación profesional. Los ejecutivos no son, por tanto, los únicos protagonistas del estudio pero están incluidos también. En cuanto a la fotografía que ilustra el reportaje, vista por la denunciante como alegórica de las mujeres en puestos de alta dirección, representa a una mujer sin identificar, en un despacho, y puede representar cualquier puesto del escalafón de una empresa.

Muy Interesante ha publicado una noticia redactada de manera muy superficial pero no falsea la parte del estudio que menciona. Al omitir la conclusión fundamental, el periodista da la sensación, tanto a la denunciante como a cualquier lector, de que no ha leído la totalidad del informe sobre el cual escribe. Ha comprometido por tanto el prestigio de su medio como revista de divulgación científica. También ha empleado un titular “prefabricado”, que no corresponde a la letra del estudio científico aunque sí, paradójicamente, a su espíritu. Y a pesar de todo ello, no ha incumplido el Código Deontológico del Periodismo en sus artículos 2 y 13. No ha faltado a la verdad ni ha publicado material informativo engañoso, puesto que realiza afirmaciones sobre el estudio que están incompletas pero no son erróneas ni falsas.

Una revista de divulgación científica, que cumple un papel importante en la transmisión de conocimiento, debe aquilatar mejor las noticias que publica. El redactor debe estar informado de la totalidad del texto que resume. La difusión de la noticia a través de las redes sociales obliga a las redacciones de prensa a extremar también el cuidado y la atención de los titulares, a evitar el trazo grueso y la superficialidad.

VIII.- RESOLUCIÓN

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo considera que la noticia titulada “Un estudio demuestra el machismo en el mundo de los negocios”, publicada en la página web de la revista Muy Interesante, presenta solo parte del estudio científico al que hace referencia, omite su conclusión final, y emplea un titular que no se ajusta con total exactitud al contenido de la noticia, pero no ha faltado a la verdad de la misma puesto que las afirmaciones que realiza están incluidas en el estudio aludido y por tanto no son falsas. Así pues, no ha incumplido los artículos 2 (Principios Generales) y 13 (Principios de actuación) del Código Deontológico del Periodismo.

Madrid, noviembre de 2016