



## Hacia la equidad académica: un estudio sobre la representación de las mujeres en el ámbito académico de las relaciones públicas en España

### Towards academic equity: a study on women's representation in the academic field of public relations in Spain

**Dra. Ileana Zeler**

Universidad Autónoma de Barcelona  
ileana.zeler@uab.cat  
<https://orcid.org/0000-0002-5550-1000>

**Dra. Isabel Ruiz Mora**

Universidad de Málaga  
isabelruiz@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0003-0723-9850>

**Dra. Andrea Oliveira**

Universidad de Málaga  
andrea.oliveira@uma.es  
<https://orcid.org/0000-0002-1370-6139>

*Recepción: 30/06/2023 Revisión: 20/07/2023  
Aceptación: 15/11/2023 Publicación: 31/12/2023*

#### **Resumen**

La investigación sobre las mujeres en las relaciones públicas ha sido objeto de estudio desde los años 80. Sin embargo, los estudios se han centrado fundamentalmente en el ámbito profesional, dejando un vacío de conocimiento en el ámbito académico. En particular, en el contexto español, la investigación sobre las mujeres en relaciones públicas en el ámbito académico es prácticamente inexistente. Este estudio pretende evaluar la representación de las mujeres en la actividad académica universitaria en España dentro del campo de las relaciones públicas. A través de un análisis de contenido, se examinó la presencia de las mujeres en cargos de docencia, cargos de gestión en centros y/o departamentos y dirección de proyectos de investigación. Los resultados revelaron ciertos avances positivos en la representación de las mujeres en las actividades académicas, aunque se evidencia que aún hay un largo camino por recorrer para alcanzar la estabilidad y la igualdad deseada. Este estudio contribuye al conocimiento de la mujer en el contexto académico del área de relaciones públicas. Los hallazgos pueden servir como punto de partida para futuras investigaciones y acciones destinadas a abordar las desigualdades y barreras que enfrentan las mujeres en el campo.

#### **Abstract**

Research on women in public relations has been the subject of study since the 1980s. However, studies have mainly focused on the professional sphere, leaving a knowledge gap in the academic sphere. In particular, in the Spanish context, research on women in public relations in academia is practically non-existent. This study aims to evaluate the representation of women in university academic activity in Spain in the field of public relations. Through a content analysis, it examined the presence of women in teaching positions, management positions in centres and/or departments and the direction of research projects. The results revealed some positive advances in the representation of women in academic activities, although it is evident that there is still a long way to go to achieve the desired stability and equality. This study contributes to the knowledge of women in the academic context of public relations. The findings can serve as a



starting point for future research and action to address the inequalities and barriers faced by women in the field.

**Palabras clave:** comunicación; relaciones públicas; género; academia; mujeres; España

**Keywords:** communication; public relations; gender; academia; women; Spain

## 1. Introducción

La investigación sobre las mujeres en las relaciones públicas ha sido objeto de estudio desde mediados de 1980 (Topić et al., 2019), lo que evidencia que no es un campo nuevo. La creciente presencia de mujeres en el sector de las relaciones públicas ha contribuido a su reconocimiento y desarrollo como tema de investigación (Aktas, 2020), a tal punto que en los últimos años ha habido un notable incremento en el interés por este tema (Topić et al., 2019). Sin embargo, los estudios se han centrado principalmente en el enfoque organizacional, especialmente en la capacidad profesional de las mujeres de relaciones públicas (Aktas, 2020). La mayoría de las investigaciones encontradas (Aktas, 2020; Erzikova & Berger, 2016; Khalil Tolosa et al., 2018; Molleda & Ferguson, 2004; Moreno, Fuentes-Lara, et al., 2021; Moreno, Khalil-Tolosa, et al., 2021; Polić & Holy, 2021; Tench & Topić, 2017; Triantafillidou & Yannas, 2021; Zeler et al., 2022) reflexionan sobre las barreras y los desafíos de las mujeres en el ámbito laboral de las relaciones públicas (brecha salarial, liderazgo, techo de cristal y mentoría).

Esto sugiere que aún hay espacio para explorar otros aspectos y dimensiones relacionadas con las mujeres en esta profesión, como es el estudio de las mujeres académicas en el ámbito de las relaciones públicas. Si bien existen algunas pocas investigaciones sobre el tema, las mismas son bastante antiguas y se centran específicamente en examinar la participación y el impacto de las mujeres en los puestos docentes para mejorar la experiencia entre el profesorado y estudiantado en el campo de las relaciones públicas. Por ejemplo, el estudio de Miller (1988) destacó la importancia de contar con un cuerpo docente femenino para lograr una experiencia de aprendizaje más enriquecedora. Las profesoras tienen mayor capacidad de desarrollar relaciones interpersonales fructíferas, las cuales son muy valoradas por los estudiantes. Grunig (1988), por su parte, manifestó la necesidad de incluir más mujeres a la docencia para lograr igualdad de género y mejorar la experiencia profesor-estudiante. Este enfoque sugiere que el equilibrio de género en la docencia puede influir en la formación de los estudiantes y promover una mayor diversidad y representación en la industria.

En España, el estudio de las mujeres académicas en las relaciones públicas prácticamente no ha sido desarrollado. Si bien la investigación sobre las mujeres en el ámbito de la comunicación en España ha sido de extenso interés científico en los últimos años (Cáceres Zapatero & Díaz Santiago, 2022; Caffarel Serra et al., 2018; García-Jiménez & Simonson, 2021; Izquierdo Irazo et al., 2020, 2021; Martín Algarra et al., 2018; Segado-Boj et al., 2021), en el área de las relaciones públicas la investigación hallada es residual.

El único estudio hallado (Xifra & Castillo, 2006), analiza la variable género en la producción de tesis doctorales sobre relaciones públicas realizadas en universidades españolas (1965-2004). Según los autores, la creciente presencia de mujeres en los programas de doctorado refleja una tendencia similar en el ámbito profesional, ya que el 66,8% del personal en empresas de relaciones públicas en España eran mujeres en 2004 (Xifra & Castillo, 2006, p. 305). En esta línea, un estudio reciente que examina en detalle las disparidades significativas entre hombres y mujeres en términos de acceso a cargos de liderazgo, brecha salarial y satisfacción laboral en la profesión de las



relaciones públicas en España (Gerdercom), muestra la perpetuidad de notables desigualdades en la industria (Moreno et al., 2018).

Según Aktas (2020), existe una necesidad imperante de aumentar la visibilidad y dar voz a las mujeres en relaciones públicas a través de estudios en diversas áreas y contextos geográficos. Sin embargo, en España existe una ausencia de estudios que analicen la presencia de mujeres del ámbito de las relaciones públicas en la academia en España. Así, el objetivo de esta investigación es evaluar la representación de las mujeres de relaciones públicas en la actividad académica universitaria en España. En base a una metodología cuantitativa, este estudio busca indagar sobre la representación de las mujeres académicas en tres ámbitos específicos: los cargos de docencia, los cargos de gestión en centros y/o departamentos y la dirección de proyectos de investigación.

Este estudio pretende llenar un vacío de investigación existente en el ámbito académico de las relaciones públicas en España. La investigación proporciona datos y evidencias actualizadas. Además, los resultados y las conclusiones de este estudio pueden servir como punto de partida para futuras investigaciones y acciones destinadas a abordar las desigualdades y barreras que enfrentan las mujeres en este campo específico.

### 1.1. El estudio de las mujeres y la actividad académica en el ámbito de la comunicación en España

La presencia de la mujer y su desarrollo profesional en la academia en España ha despertado un notable interés por parte de la comunidad científica (Cidrás & Camino Plaza, 2021; de Filippo et al., 2009; Duran-Bellonch & Ion, 2014; García-González et al., 2019; Lozano Cabezas & Iglesias Martínez, 2014; Massó Lago et al., 2021; Zamorano, 2006). Diversas iniciativas de instituciones como la UNESCO o la OCDE, posibilitaron avances en la investigación sobre las mujeres en la academia, superando la concepción del sexo como una variable estructural basada únicamente en la biología de la población analizada, otorgando una mayor importancia al género de los investigadores y a los patrones de conducta y condicionamientos sociales asociados a él (de Filippo et al., 2009, p. 535).

En el campo de las ciencias sociales, y más específicamente en el ámbito de la comunicación, ha surgido un notorio interés académico y científico en los últimos años por el estudio de las mujeres en la academia. Varios autores han dedicado una atención especial a los factores que influyen en el desarrollo profesional de las mujeres en el ámbito académico de la comunicación en España (Cáceres Zapatero & Díaz Santiago, 2022; Caffarel Serra et al., 2018; García-Jiménez & Simonson, 2021; Izquierdo Irazo et al., 2020, 2021; Martín Algarra et al., 2018; Segado-Boj et al., 2021; Simelio i Solà & Rovetto Gonem, 2008). Sin embargo, es importante destacar que este enfoque ha sido mucho más prevalente en la investigación general de la comunicación que en el campo específico de las relaciones públicas. De hecho, las investigaciones sobre las mujeres académicas en relaciones públicas son prácticamente inexistentes. El único estudio hallado aborda la variable de género en relación con la producción de tesis doctorales sobre relaciones públicas en las universidades españolas (Xifra & Castillo, 2006).

Los estudios en el ámbito de la comunicación han puesto su atención en tres aspectos fundamentales de la actividad académica en España: la gestión académica, la docencia y la investigación. Estos tres elementos desempeñan un papel crucial en la formación de los estudiantes, el fomento del conocimiento y la promoción de la excelencia en la educación superior.



La docencia universitaria implica la enseñanza y la transmisión de conocimientos a los estudiantes. Esta podría ser considerada el núcleo central de la actividad académica, ya que a través de la investigación se genera nuevo conocimiento que luego se transmite a los estudiantes, y mediante la gestión académica se toman decisiones sobre las políticas educativas y se participa en la planificación y organización universitaria.

Sin embargo, en el campo de la comunicación, son escasos los estudios que abordan el género en la investigación sobre el profesorado universitario. Un estudio reciente realizado por Álvarez-Nobell et al. (2022), destaca el creciente número de mujeres en los programas de posgrado y su liderazgo consecuente en los programas de doctorado de comunicación y relaciones públicas en España. Este aumento de académicas es resultado de sus esfuerzos para mantener una actividad investigadora activa y sostenida a lo largo del tiempo. Según los autores, “una mayor presencia de la mujer en las enseñanzas superiores contribuye a visibilizar su trabajo y rompe con los roles tradicionales de liderazgo y transmisión de conocimiento masculinos en el ecosistema social de la comunicación” (Álvarez-Nobell et al., 2022, p.10).

El liderazgo en el ámbito académico está intrínsecamente ligado a la gestión, ya que implica ocupar puestos de responsabilidad en la dirección educativa (Cuevas-López & Díaz-Rosas, 2015). A pesar de que el campo de la comunicación cuenta con una presencia significativa de mujeres (Martínez-Nicolás, 2020), no puede considerarse un terreno conquistado debido a la limitada accesibilidad a puestos de liderazgo y responsabilidad (Cáceres Zapatero & Díaz Santiago, 2022). Los estudios revelan una marcada disparidad entre la cantidad de mujeres y su representación en los espacios de académicos de poder (Lozano Cabezas & Iglesias Martínez, 2014). Según el informe del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) del año 2020, persiste la desigualdad entre hombres y mujeres, especialmente en la etapa de consolidación de la carrera científica (Comisión de Mujeres y Ciencia del CSIC, n.d.). Esta escasa presencia de mujeres en posiciones consolidadas en el ámbito académico español limita sus oportunidades de asumir roles de liderazgo en los órganos de gobierno dentro del sistema universitario. Como resultado, las mujeres se encuentran excluidas de los debates que dan forma a la ciencia y la profesión científica en España (Zamorano, 2006).

Entre los obstáculos que generalmente son invisibles (Cuevas-López & Díaz-Rosas, 2015), se han destacado barreras internas y externas que deben enfrentar las mujeres (Izquierdo Iranzo et al., 2021; Moncayo Orjuela & Zuluaga, 2015). Por ejemplo, se destacan barreras relacionadas con la percepción de desigualdad de género en la comunidad universitaria y de segregación en la distribución de roles y responsabilidades entre los hombres y mujeres, lo que crea un desequilibrio en el acceso a puestos de liderazgo (Izquierdo Iranzo et al., 2021). Además, existen barreras personales y sociales como el peso del rol social de la maternidad, la carga de una doble jornada laboral, la falta de modelos de liderazgo femenino y el eufemismo de la igualdad, que obstaculizan o retrasan el acceso a puestos de liderazgo académico.

El hecho de que los hombres ocupen la mayoría de los cargos directivos en las universidades y no perciban la misma desigualdad de género que experimentan las mujeres en la comunidad académica puede ser crucial para garantizar una promoción justa de las mujeres a cargos de liderazgo en un sistema académico. Por tanto, es fundamental implementar medidas que garanticen que tanto los hombres como las mujeres sean conscientes de los sesgos de género en la academia, con el objetivo de reducir la brecha existente (García-González et al., 2019).

Atendiendo a los factores que influyen en el desarrollo profesional de las mujeres académicas en España, varios autores han realizado investigaciones en el campo de la comunicación (Caffarel Serra et al., 2018; Duran-Bellonch & Ion, 2014; Martín Algarra et



al., 2018; Simelio i Solà & Rovetto Gonem, 2008), señalando que se otorga mayor importancia a la investigación para el progreso de la carrera académica (cuyos indicadores de producción científica suelen medirse principalmente por aspectos como el presupuesto de los proyectos logrados o el número de publicaciones obtenidas), en detrimento de las tareas de gestión y de la docencia. Esto se traduce en un criterio evaluativo que discrimina a las mujeres que dedican más tiempo a la docencia y/o a la gestión en comparación con la investigación (Duran-Bellonch & Ion, 2014).

En cuanto a la actividad investigadora, se ha observado un aumento considerable en la presencia de las mujeres (García-Jiménez & Simonson, 2021). Sin embargo, en el campo de la comunicación en España, aunque se ha equilibrado la distribución de la producción científica en términos de género, los hombres ocupan la mayoría de los puestos de investigadores principales (IP) en los proyectos de I+D más relevantes (Izquierdo Iranzo et al., 2020). Resultados similares se obtuvieron en un estudio longitudinal realizado por Martín Algarra et al. (2018), quienes examinaron la participación de las mujeres investigadoras en comparación con la investigación total de científicas en el ámbito de la comunicación en las universidades españolas entre 2007 y 2014. Los autores identificaron un desequilibrio significativo en términos de liderazgo en proyectos de I+D, ya que el 70% de los IPs eran hombres y el 30% eran mujeres. Estos resultados se mantienen consistentes al ampliar el análisis en un marco temporal más amplio, ya que entre 2007 y 2018, el 69,5% de los IPs en proyectos fueron hombres, mientras que solo el 30,5% fueron mujeres (Gaitán Moya et al., 2021; MapCom, 2021).

Según el análisis sociométrico realizado por Segado-Boj et al. (2021), en el cual se examinaron 2.343 artículos publicados en revistas incluidas en el ranking Journal Citations Report (JCR) entre 2015 y 2019, se llegó a la conclusión de que las mujeres ocupan posiciones más periféricas en la red de coautorías dentro la comunidad científica en comunicación. Por otro lado, los hombres tienden a ubicarse en los puntos centrales y formar las redes de colaboración estables y habituales dentro de la red general de coautorías. Este hallazgo indica que la visibilidad y proyección de las mujeres en su disciplina es menor, lo que resulta en la marginación de las investigadoras en el campo de estudio de la comunicación en general, y las relaciones públicas en particular. En consecuencia, las académicas continúan siendo infravaloradas en términos de producción científica, un factor crucial para el prestigio profesional de las académicas (Segado-Boj et al., 2021), y un aspecto importante en la lucha contra el techo de cristal que todavía obstaculiza la promoción de las mujeres en el ámbito universitario español (Guil Boza, 2007).

## 2. Metodología

Para evaluar la representación de las mujeres de relaciones públicas en la actividad académica universitaria en España, se plantean las siguientes preguntas de investigación (PI):

PI<sub>1</sub>: ¿Qué nivel de representación tienen las mujeres académicas del ámbito de las relaciones públicas en los cargos de docencia universitaria en España?

PI<sub>2</sub>: ¿Qué nivel de representación tienen las mujeres académicas del ámbito de las relaciones públicas en los cargos de gestión de centros y/o departamentos en España?

PI<sub>3</sub>: ¿Qué nivel de representación tienen las mujeres académicas del ámbito de las relaciones públicas en la dirección de proyectos de investigación universitaria en España?



Para responder las preguntas, se planteó una metodología cuantitativa basada en el análisis de contenido. Esta técnica permite evaluar el nivel de representación de las mujeres académicas en tres ámbitos específicos: los cargos de docencia, los cargos de gestión en centros y/o departamentos y la dirección de proyectos de investigación.

Para evaluar la representación de las mujeres en los cargos de docencia (PI<sub>1</sub>), se analizó la presencia de mujeres docentes en el área de comunicación de las universidades españolas. Cabe puntualizar que al incluirse los estudios de relaciones públicas en la misma área de conocimiento y departamento que los estudios de publicidad y de comunicación audiovisual -y en la misma facultad que los estudios de periodismo y otras áreas afines-, se ha optado por realizar el análisis considerando todos los estudios de comunicación; ya que segregar las enseñanzas de relaciones públicas de las demás áreas de conocimiento y/o disciplinas se considera inalcanzable con los recursos disponibles. Así, se tomaron como referencia los centros y/o departamentos donde se imparten los estudios de relaciones públicas a partir del trabajo de Álvarez-Nobell et al. (2022) y se analizaron 38 universidades públicas y 34 privadas donde se imparten estudios de relaciones públicas en España.

Para evaluar la representación de las mujeres en los cargos de gestión (PI<sub>1</sub>), se examinó la presencia de mujeres en el área de comunicación que ocupan cargos de gestión en los centros y/o departamentos de las universidades españolas donde se imparten los estudios sobre relaciones públicas. Para ello, se revisó la información pública en las páginas web de las universidades españolas (públicas y privadas) a partir del trabajo de Álvarez-Nobell et al., (2022). Cabe señalar que la reiterada falta de información pública en muchas de las páginas web de las universidades estudiadas ha dificultado la obtención de información sobre las categorías laborales y la composición real de los departamentos. Por tanto, el estudio se centró en la dirección de los centros y los equipos decanales.

Para evaluar la representación de las mujeres en la dirección de proyectos de investigación (PI<sub>3</sub>), se exploró la presencia de mujeres del ámbito académico de la comunicación en la dirección de proyecto de I+D en España. Los proyectos fueron identificados a partir de la información pública de la página web del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (convocatorias 2019 y 2020: que representan las dos convocatorias con proyectos vigentes en la actualidad). Cabe remarcar que existe un vacío de información en la web sobre convocatorias anteriores. Además, solo se analizó el volumen de mujeres que lideran proyectos de investigación (como investigadora principal -IP-), debido a la ausencia de información pública sobre los miembros de los equipos de investigación de I+D+i.

Para llevar a cabo este estudio, se desarrolló una ficha de análisis (tabla 1) sistemático basada en categorías predefinidas. El análisis se llevó a cabo durante los meses de febrero y marzo de 2022, y se accedió a los datos a través de fuentes de información pública disponibles en Internet. La recopilación de información siguió un proceso lineal que incluyó una triple revisión para garantizar la precisión y la consistencia de los datos obtenidos. Antes de aplicar el análisis, se realizó un pre-test para identificar posibles inferencias y realizar los ajustes necesarios.



**TABLA 1. FICHA DE ANÁLISIS**

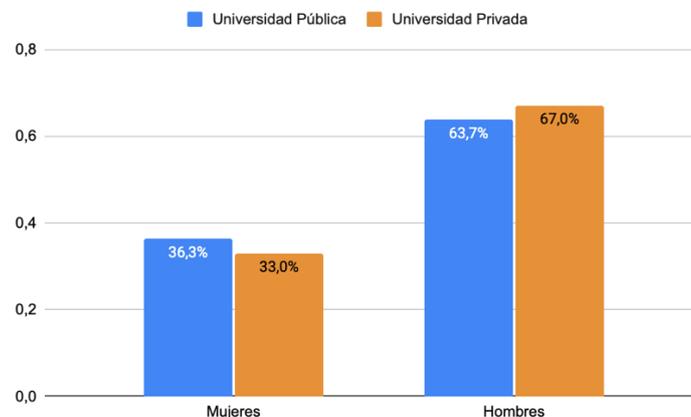
1. Docencia y Gestión	Universidad Pública		Universidad Privada	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Liderazgo (decanato)				
Equipos decanales				
Profesorado				
Total profesorado				
2. Proyectos I+D+i	Convocatoria 2019		Convocatoria 2020	
Proyectos de comunicación				
Proyectos de comunicación IP mujer				
Proyectos de relaciones públicas				
Proyectos de relaciones públicas IP mujer				
Total proyectos				

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Resultados

El análisis de los puestos docentes en el ámbito académico de la comunicación en España señala que el sistema educativo en este campo está mayoritariamente conformado por hombres. En el gráfico 1 se observa que las mujeres solo representan poco más de un tercio del total del profesorado (en activo). De un total de 4.149 docentes, el 65% son hombres en las universidades españolas. La situación se refleja de forma similar tanto en las instituciones públicas como en las privadas, en cuales no se detectaron diferencias significativas.

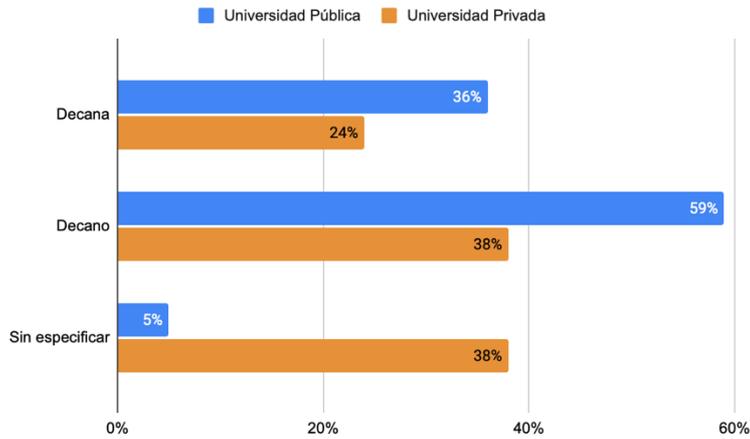
**GRÁFICO 1. PROFESORADO DE COMUNICACIÓN POR GÉNERO Y TIPO DE UNIVERSIDAD**



Fuente: Elaboración propia a partir de Álvarez-Nobell et al. (2022).

En relación con el análisis de los cargos de gestión, se observa una fuerte desigualdad de género en los equipos decanales. Los resultados indican que, tanto en universidades públicas como privadas, la representación masculina es mucho más fuerte (49,3%), que la representación femenina (30,2%). En el gráfico 2 se observa que la situación se torna mucho más grave en las universidades privadas respecto a las universidades públicas. Además, es sorprendente que haya un número destacado de universidades privadas (13), en relación con la universidad pública (2), que no ofrecen información sobre quién es la persona responsable del centro.

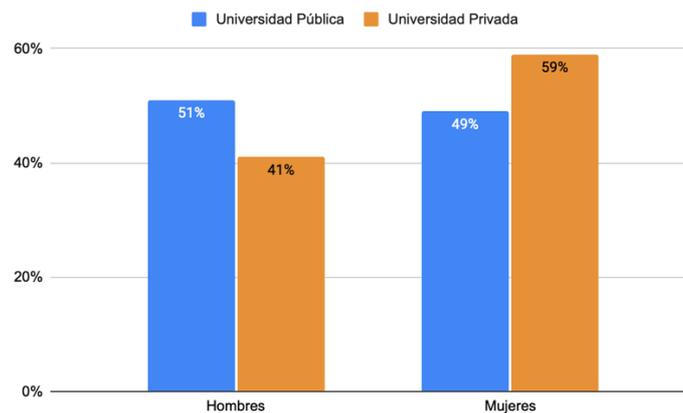
## GRÁFICO 2. LAS MUJERES EN LA DIRECCIÓN DE LAS FACULTADES



Fuente: Elaboración propia a partir de Álvarez-Nobell et al. (2022).

La situación en los equipos decanales (gráfico 3) es más equilibrada en las universidades públicas que en las privadas. La diferencia proporcional de mujeres y hombres en ambos casos es mínima en las universidades públicas, pero algo más significativa en las universidades privadas. Además, el volumen proporcional se invierte en ambos tipos de universidades. En el caso de las universidades públicas hay una mayor representación masculina (51%) y en las universidades privadas hay una mayor representación femenina (59%).

## GRÁFICO 3. LAS MUJERES EN LOS EQUIPOS DECANALES

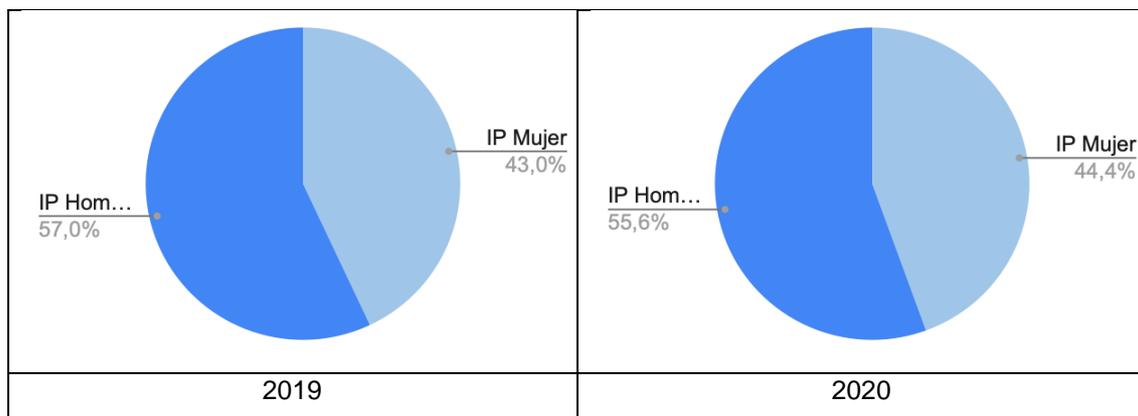


Fuente: Elaboración propia a partir de Alejandro Álvarez-Nobell et al. (2022).

Por otra parte, a nivel nacional hay más mujeres que hombres trabajando en los equipos de dirección de los centros, pero su representación en los cargos de responsabilidad (como decanas) no es proporcional (gráfico 2). Por tanto, aunque los equipos son mayoritariamente femeninos (52,1%), la dirección está ampliamente cubierta por hombres.

El análisis de la dirección de proyectos de investigación ha proporcionado la evaluación los proyectos de I+D+i del área de comunicación aprobados por la Agencia Estatal de Investigación en 2019 y 2020. Los resultados revelan una diferencia significativa entre el número de proyectos de investigación en comunicación y los de relaciones públicas durante estos dos años (28 en 2019 y 22 en 2020). Además, es importante destacar que los proyectos de relaciones públicas representan menos de la mitad de los proyectos aprobados en ambos periodos (25% en 2019 y 40% en 2020). Sin embargo, se observa un ligero aumento en el año 2020 en relación con el periodo anterior. Lo mismo sucede con la presencia de mujeres al mando de proyectos de I+D, que se estabiliza desde 2019 aunque sigue alejada del 50%.

**GRÁFICO 4. EVOLUCIÓN % PROYECTOS I+D+i EN RELACIONES PÚBLICAS**



Fuente: Elaboración propia.

#### 4. Discusión y conclusiones

Tras examinar la representación de las mujeres en el ámbito académico de las relaciones públicas en España, se han observado avances positivos en cuanto al incremento de su presencia. Sin embargo, es importante destacar que aún se necesita más tiempo para alcanzar la estabilidad y la igualdad deseada en este campo.

Los resultados revelan que la representación de las mujeres en los cargos de docencia del sistema universitario español es solo del 35%, lo que evidencia la lejanía de alcanzar la paridad. Esta situación se presenta de manera similar tanto en universidades públicas como privadas, como se muestra en el gráfico 1. Por lo tanto, se considera necesario que ambos sistemas, especialmente el sistema público debido a los compromisos asumidos por los gobiernos autonómicos y nacional, revisen y mejoren sus políticas de igualdad para garantizar un sistema equitativo y representativo de la composición de nuestro país. Según datos del INE (01/07/2021), las mujeres representan el 51% de la sociedad española (24.137.787 millones).

Además, se ha observado un aumento porcentual en la presencia de mujeres a medida que se incrementa el nivel de estudios superiores. Sin embargo, el informe “Mujer y Ciencia” elaborado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT, 2007) revela una infrarrepresentación de las mujeres en el ámbito académico en general. Aunque existe una preocupación (justificada) por la presencia de las mujeres en las áreas STEM, tanto en estudiantes como en académicas, los datos demuestran que esta preocupación debe abarcar todas las áreas de conocimiento, buscando un equilibrio que garantice la igualdad de oportunidades y liderazgo para mujeres y hombres. Esta situación plantea la necesidad de estudios específicos que profundicen

en las razones de esta disparidad, basándose en las experiencias y vivencias de las propias mujeres.

Si bien los datos presentados son representativos del área de la comunicación, no es aventurado afirmar que estos resultados serían similares, o incluso más graves, si se enfocara exclusivamente en el campo de relaciones públicas. Esto se debe a que las relaciones públicas suelen ser una disciplina marginada dentro del área de la comunicación. Como apunta Baladrón-Pazos et al., (2022) en su estudio sobre la formación universitaria sobre Publicidad y Relaciones Públicas en España tras 50 años de historia, “el peso de la formación en Publicidad duplica al de la formación en Relaciones Públicas: la Publicidad se aborda en el 43,7% de las asignaturas frente al 20,2% de asignaturas en las que se abordan las Relaciones Públicas” (p.12). Si se hace una equivalencia, se puede inferir que, a menor asignaturas de relaciones públicas en los programas de grado, menor será la necesidad de profesorado especializado en la disciplina, lo que resulta en una menor presencia e influencia de las relaciones públicas en los centros donde se imparten estos estudios y se toman decisiones relacionadas con ellos.

Por otra parte, los resultados revelan que existe un bajo porcentaje de decanas en las universidades españolas, tanto públicas como privadas (gráfico 2). Estos hallazgos sugieren que las mujeres se ven más involucradas en tareas de gestión, lo que indica que dedican parte de la jornada laboral a estas labores, afectando a otras áreas como la investigación y la docencia. Sin embargo, pocas veces ocupan puestos de toma de decisión y dirección en los equipos académicos. Esta situación tiene un impacto indirecto en la estabilidad y promoción de la carrera de las académicas, ya que afecta su capacidad para obtener complementos salariales y acreditaciones.

Las mujeres están lejos de alcanzar la paridad en la dirección de las facultades, lo que demuestra una vez más la persistencia del techo de cristal. Aunque son más las mujeres que ingresan en los estudios de doctorado, son menos las que llegan a ocupar puestos estables (como profesoras titulares y catedráticas), tal como lo refleja el estudio Científicas en cifras de la Unidad de Mujeres y Ciencia del Ministerio de Ciencia e Innovación (2021, pp.35-36). Esta misma situación se vislumbra en los centros donde se imparten los estudios de relaciones públicas y comunicación.

En cuanto a la dirección de proyectos de investigación, los resultados sugieren que la brecha comienza a reducirse, mostrando un leve aumento de las mujeres que lideran proyectos de investigación, especialmente en el campo de las relaciones públicas. Durante los últimos años (2019-2020), se observa a una evolución positiva (aunque no sea óptima) de proyectos I+D+i financiados en el campo de las relaciones públicas dentro del área de comunicación. Al mismo tiempo, se observa una estabilización de la presencia de mujeres frente a estos proyectos.

Estudios anteriores (Gaitán Moya et al., 2021; MapCom, 2021) han señalado que la brecha era mucho más amplia entre los proyectos de I+D sobre comunicación en España dirigidos por mujeres y hombres durante el periodo comprendido entre 2007 y 2018. Durante este periodo, el 30,5% (76) de los proyectos fueron liderados por mujeres, mientras que el 69,5% (176) fueron liderados por hombres. Estos datos demuestran una clara desigualdad en la distribución de liderazgo en los proyectos de investigación en comunicación

Ante estos resultados, varios autores (Cáceres Zapatero & Díaz Santiago, 2022; Gaitán Moya et al., 2021; Izquierdo Iranzo et al., 2020) han expresado su preocupación por la grave situación que se percibe en el ámbito de los proyectos de I+D+i del campo de la comunicación en España. En particular, Izquierdo Iranzo et al. (2020) señalan que esta situación pone de manifiesto el incumplimiento de las recomendaciones del Programa



Horizonte 2020, que aboga por la participación de las mujeres tanto como investigadoras como sujetos investigados en los proyectos de investigación competitivos en España. Estos incumplimientos distan mucho de las directrices establecidas por la Unión Europea y la hoja de ruta del Espacio Europeo de Investigación (p. 49).

Además, es necesario abordar el debate sobre el compromiso real de las universidades y los gobiernos autonómicos y central con los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- (Naciones Unidas, n.d.), especialmente el ODS 5 que se refiere a la igualdad de género. Asimismo, es importante considerar las políticas de responsabilidad social, ya que cada vez más universidades cuentan con unidades especializadas en este ámbito. Sin embargo, este compromiso debe ir más allá de meros panfletos y eslóganes vacíos, alejándose de la realidad de la academia, y debe implementar medidas efectivas que garanticen una igualdad real entre mujeres y hombres.

Esta desigualdad se manifiesta, entre otras cuestiones, en la brecha salarial. Según un informe realizado en la Universidad de la Coruña e impulsado conjuntamente por la ANECA, CRUE y el Ministerio de Universidades sobre brecha de género en las universidades públicas españolas (Massó Lago et al., 2021, pp. 67-69), se revela que la brecha salarial de género en promedio es del 10,9%, siendo los complementos salariales la principal fuente de esta brecha, con un 16,9% de diferencia. Es probable que esta situación sea similar en las universidades privadas. Además, en el caso de las empleadas públicas, es importante destacar que:

los complementos no sólo tienen un efecto retributivo, sino que son causa y consecuencia del progreso y continuidad de la carrera académica del PDI. De esta manera, altas diferencias salariales en los complementos de hombres y mujeres no sólo reflejan reconocimientos investigadores desiguales, sino también se proyectan hacia el futuro en tanto que representan probabilidades desiguales de continuidad y progresión en la carrera profesional de mujeres y hombres (Massó Lago et al., 2021, p.72).

En este contexto, una de las medidas destacadas por el Ministerio de Universidades es la implementación de un plan de igualdad de recursos humanos y un plan de política universitaria, los cuales son obligatorios para avanzar en la equidad de género. Además, la nueva ley del sistema universitario LOSU establece un artículo específico que obliga a la paridad en todos los órganos colegiados” (ANECA, 2021, párr. 21). Esta ley promueve proyectos científicos con perspectiva de género, la paridad en los equipos de investigación y el aumento de mujeres como investigadoras principales. Se espera que estas medidas contribuyan a reducción de esta discriminación en la academia española.

Este estudio busca abordar una brecha de investigación que existe en el ámbito académico de las relaciones públicas en España. Al proporcionar datos y evidencias actualizadas sobre la representación de las mujeres académicas en el área de comunicación y relaciones públicas, se pretende contribuir al conocimiento existente en esta área. Aunque el estudio presenta algunas limitaciones metodológicas, los resultados y conclusiones obtenidos pueden servir como punto de partida para futuras investigaciones que profundicen en el análisis de la representación de las mujeres académicas en el ámbito de las relaciones públicas en distintos aspectos clave, como la investigación (producción científica), la docencia (planificación docente) y el liderazgo académico (asociaciones académicas y equipos editoriales).

Además, sería interesante realizar comparaciones entre la situación universitaria de España y otros contextos académicos a nivel internacional. Estas comparaciones ayudarían a evaluar si las tendencias observadas en España se mantienen en otros entornos académicos, lo que contribuiría a una comprensión más amplia de los desafíos



y oportunidades para las mujeres académicas en el campo de las relaciones públicas. Además, permitirían identificar buenas prácticas y orientar la implementación de políticas y acciones destinadas a promover la igualdad de género y superar las barreras existentes en el campo.

## 5. Referencias

Aktas, M. (2020). Women in Public Relations: Reflections from Academic Research. In E. Ayme-Yahil & A. Adi (Eds.), *Women in PR Research and Opinions About the Status, Challenges and Future of Women Working in PR/Communications* (pp. 9–18). Quadriga University of Applied Sciences.

Álvarez-Nobell, A., Castillo-Esparcia, A., & Ruiz-Mora, I. (2022). Estudios de grado, master y doctorado en Comunicación en España tras los 50 años de su instauración. *El Profesional de La Información*, 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.09>

ANECA. (2021, December 3). Un 10,9% de brecha salarial entre hombres y mujeres en las universidades urge a la toma de medidas para su eliminación. ANECA. <http://www.aneca.es/Sala-de-prensa/Noticias/2021/Un-10-9-de-brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-en-las-universidades-urge-a-la-toma-de-medidas-para-su-eliminacion>

Baladrón-Pazos, A.-J., Correyero-Ruiz, B., & Manchado-Pérez, B. (2022). La formación universitaria sobre Publicidad y Relaciones Públicas en España tras 50 años de historia: qué y cómo enseñamos. *El Profesional de La Información*, 31(1), 1–20. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.13>

Cáceres Zapatero, M. D., & Díaz Santiago, M. J. (2022). El liderazgo de la mujer en la investigación en comunicación en España. *Revista Española de Documentación Científica*, 45(2), e324. <https://doi.org/10.3989/redc.2022.2.1859>

Caffarel Serra, C., Izquierdo Iranzo, P., & Núñez Puente, S. (2018). ¿Cómo investiga la mujer cuando investiga sobre la mujer en comunicación? In E. Martínez Rodrigo (Ed.), *Propuestas de investigación en áreas de vanguardia* (pp. 73–86). Tecnos.

Cidrás, A., & Camino Plaza, L. (2021). Cuestión de Género: La Discriminación de las Investigadoras en España. *Cadernos de Pesquisa*, 51, e07641. <https://doi.org/10.1590/198053147641>

Comisión de Mujeres y Ciencia del CSIC. (n.d.). *¿La igualdad es posible?* [https://www.csic.es/sites/www.csic.es/files/presentacion\\_csic-cmyc.pdf](https://www.csic.es/sites/www.csic.es/files/presentacion_csic-cmyc.pdf)

Cuevas-López, M., & Díaz-Rosas, F. (2015). Género y liderazgo en la universidad española. Un estudio sobre la brecha de género en la gestión universitaria. *Archivos Analíticos de Políticas Educativa*, 23(106), 2–6. <https://doi.org/10.14507/epaa.v23.2069>

de Filippo, D., Sanz Casado, E., & Gómez, L. (2009). Movilidad científica y género: Estudio del profesorado de una universidad española Scientific Mobility and Gender: Study of Professors at a Spanish University. *Revista Mexicana de Sociología*, 71(2), 351–386. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2009.002.17752>

Duran-Bellonch, M., & Ion, G. (2014). Investigadoras con éxito en la Universidad... ¿cómo lo han logrado? *Educacion XX1*, 17(1), 39–58. <https://doi.org/10.5944/educxx1.17.1.10704>

Erzikova, E., & Berger, B. K. (2016). Gender effect in Russian public relations: A perfect storm of obstacles for women. *Women's Studies International Forum*, 56, 28–36. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2016.02.011>



- FECYT. (2007). *Mujer y ciencia. La situación de las mujeres investigadoras en el Sistema Español de Ciencia y Tecnología*. <https://www.fecyt.es/es/publicacion/mujer-y-ciencia-la-situacion-de-las-mujeres-investigadoras-en-el-sistema-espanol-de>
- Gaitán Moya, J. A., Lozano Ascencio, C. H., Caffarel-Serra, C., & Piñuel Raigada, J. L. (2021). La investigación en comunicación en proyectos I+D en España de 2007 a 2018. *Revista Latina*, 79, 1–25. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2020-1486>
- García-González, J., Forcén, P., & Jimenez-Sanchez, M. (2019). Men and women differ in their perception of gender bias in research institutions. *PLoS ONE*, 14(12), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225763>
- García-Jiménez, L., & Simonson, P. (2021). Roles, aportaciones e invisibilidades femeninas en el campo de la investigación en comunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 13–15. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.20163>
- Grunig, L. A. (1988). A research agenda for women in public relations. *Public Relations Review*, 14(3), 48–57.
- Guil Boza, A. (2007). Docentes e investigadoras en las universidades españolas: visualizando los techos de cristal. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 111–13. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283321895008>
- Izquierdo Iranzo, P., Gaitán Moya, J. A., & Caffarel Serra, C. (2020). Mapa de la mujer como sujeto y objeto de la investigación en comunicación en España. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi [Societat Catalana de Comunicació]*, 37(1), 31–52. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.189>
- Izquierdo Iranzo, P., Gómez Escalonilla, G., & Núñez Puente, S. (2021). La mirada de las protagonistas en la investigación de género en comunicación y sus perfiles. *Revista de La Asociación Española de Investigación de La Comunicación*, 8(15), 220–241. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.10>
- Khalil Tolosa, N., Fuentes Lara, C., & Verhoeven, P. (2018). Las mujeres comunicadoras y relacionistas públicas en Costa Rica . Una aproximación a su perfil profesional. *ComHumanitas*, 9(2), 51–65. <https://doi.org/10.31207/rch.v9i2.165>
- Lozano Cabezas, I., & Iglesias Martínez, M. J. (2014). La presencia de las académicas a lo largo de la historia en la Educación Superior española. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 5(3), 204–216. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/42950?show=full>
- MapCom. (2021). *MapCom: 2007-2018 Mapas de la Investigación en Comunicación en las universidades españolas*. MapCom. <https://mapcom.es/>
- Martin Algarra, M., Serrano-Puche, J., & Rebolledo, M. (2018). Woman in communication research in Spain: an analysis of scientific production (2007-2013). *Adcomunica-Revista Científica De Estrategias Tendencias E Innovacion En Comunicacion*, 15, 65–87. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.5>
- Martínez-Nicolás, M. (2020). Communication research in Spain (1985-2015). Institutional context, academic community and scientific production. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2020(75), 383–414. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1432>
- Massó Lago, M., Golías Pérez, M., & Nogueira Domínguez, J. (2021). *Brecha Salarial de Género en las Universidades Públicas Españolas*. [https://www.crue.org/wp-content/uploads/2022/03/INFORME\\_BRECHA\\_SALARIAL.pdf](https://www.crue.org/wp-content/uploads/2022/03/INFORME_BRECHA_SALARIAL.pdf)
- Miller, D. A. (1988). Women in public relations graduate study. *Public Relations Review*, 14(3), 29–35.



Molleda, J. C., & Ferguson, M. A. (2004). Public relations roles in brazil: Hierarchy eclipses gender differences. *International Journal of Phytoremediation*, 21(1), 327–351. [https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1604\\_1](https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1604_1)

Moncayo Orjuela, B. C., & Zuluaga, D. (2015). Liderazgo y género: barreras de mujeres directivas en la academia. *Leadership and Gender: Female Barriers in Academic Administration*, 39, 142–177. <http://10.0.56.146/pege.38.7703%5Cnhttp://login.ezproxy.lib.umn.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=buh&AN=113773659&site=ehost-live>

Moreno, Á., Fuentes-Lara, C., & Tench, R. (2021). A theory of integrated gendered work evaluation (IGWE): A gender analysis of the unequal race for leadership through work evaluation of satisfaction and stress in Europe. *Journal of Public Relations Research*, 33(3), 185–203. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2021.2010557>

Moreno, Á., Fuentes, C., & Khalil, N. (2018). *Gendercom. Brechas y oportunidades de género en la profesión de Gestión de la Comunicación en España*. <https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/04/Informe-Gendercom.pdf>

Moreno, Á., Khalil-Tolosa, N., & Tench, R. (2021). Enemy at the (house) gates: permanence of gender discrimination in public relations career promotion in Latin America. *Communication & Society*, 34(3), 169–183. <https://doi.org/10.15581/003.34.3.169-183>

Naciones Unidas. (n.d.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas. Retrieved 27 April 2022, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Polić, M., & Holy, M. (2021). Gender-biased office culture in Croatian PR industry: why feminine sectors practice masculine patterns? *Corporate Communications*, 26(4), 716–727. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2021-0042>

Segado-Boj, F., Prieto-Gutiérrez, J.-J., & Quevedo-Redondo, R. (2021). *El Efecto Matilda en la red de coautorías Hispanoamericana en Comunicación Matilda Effect in the Hispanic American Communication co-authorship network*. 12, 77–95. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.18971>

Simelio i Solà, N., & Rovetto Gonem, F. (2008). La situación de las profesoras jóvenes en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 25, 287–307. <https://doi.org/10.1387/zer.3596>

Tench, R., & Topić, M. (2017). One Step Forward, Two Steps Back? An Analysis of European PR Practitioners' Views on the Position of Women in the PR Industry (2009-2015). *Current Politics and Economics of Europe*, 28(1). <http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/6761/>

Topić, M., Cunha, M. J., Reigstad, A., Jelen-Sanchez, A., Diers Lawson, A., Polic, M., Moreno, Á., Zurbano Berenguer, B., Damian-Gaillard, B., Sanz Marcos, P., Fuentes Lara, C., Cesarec Salopek, N., Saitta, E., Cruz, C., & Simeunovic Bajić, N. (2019). Women in Public Relations: A Literature Review (1982-2019). *Euprera Report. Creative Media and Communications Research Ltd. & EUPRERA*, 1(1). <https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/6138/>

Triantafillidou, A., & Yannas, P. (2021). Women in Public Relations in Greece. In *Euprera Report* (Vol. 3, Issue 2). <https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/7873/>

Unidad de Mujeres y Ciencia del Ministerio de Ciencia e Innovación. (2021). *Científicas en cifras 2021. Secretaría General Técnica del Ministerio de Ciencia e Innovación - FECYT*. Secretaría General Técnica Del Ministerio de Ciencia e Innovación - Fecyt.



[www.ciencia.gob.es/InfoGeneralPortal/documento/dc8689c4-2c47-4aaf-97ce-874bd0b5a081](http://www.ciencia.gob.es/InfoGeneralPortal/documento/dc8689c4-2c47-4aaf-97ce-874bd0b5a081)

Xifra, J., & Castillo, A. (2006). Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development. *Public Relations Review*, 32(3), 302–308. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.05.004>

Zamorano, E. (2006). Discriminación en un medio meritocrático: las profesoras en la universidad española. *Revista Mexicana de Sociología*, 2(68), 231–263. <https://www.redalyc.org/pdf/321/32112599002.pdf>

Zeler, I., Fuentes-Lara, C., & Moreno, Á. (2022). Female leadership in communication management in Spain: making a difference in a sexist culture. *Corporate Communications*, 27(5), 74–92. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2022-0047>

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los investigadores Alejandro Álvarez-Nobell y Antonio Castillo-Esparcia por su contribución a la recolección de datos de las universidades españolas.

