
ESTUDIOS / RESEARCH STUDIES

El liderazgo de la mujer en la investigación en comunicación en España

María Dolores Cáceres Zapatero*, María José Díaz Santiago**

* U.D. Sociología: Metodología y Teoría, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.
Correo-e: caceres@ucm.es | ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-9703-1756>

** U.D. Sociología Aplicada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid.
Correo-e: mjdiazsa@ucm.es | ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7172-1620>

Recibido: 15-01-21; 2ª versión: 15-04-21; Aceptado: 06-05-21; Publicado: 17-03-22

Cómo citar este artículo/Citation: 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>

Resumen: El objetivo de este artículo, basado en resultados del proyecto I+D+i "Mapas de la investigación en comunicación en las Universidades españolas de 2007 a 2018", es ofrecer el estado actual de la presencia, acceso y liderazgo de las mujeres en la investigación académica en el campo de la comunicación. Los resultados muestran que la brecha de género subsiste en ciencias sociales y, en menor medida, en el campo de la comunicación. Las mujeres consumen en mayor proporción que los hombres su doctorado y aventajan a éstos en la autoría de contribuciones a congresos y presencia en la Asociación Española de Investigación de la Comunicación como asociadas, sin que esto tenga un correlato en la progresión de su carrera académica respecto a ocupar posiciones de liderazgo en la dirección de proyectos de I+D+i, tesis doctorales, grupos de investigación, puestos de responsabilidad en la Asociación Española de Investigación de la Comunicación o en la publicación de artículos en las revistas de mayor impacto de la especialidad.

Palabras clave: investigación en comunicación; mujeres científicas; igualdad de género; meta-investigación; liderazgo; universidad; España.

The leadership of women in communication research in Spain

Abstract: The objective of this article, based on the results of the R+D+i project "Maps of communication research in Spanish Universities from 2007 to 2018", is to offer the current state of the presence, access and leadership of women on academic research in the field of communication. The results show that the gender gap persists in the social sciences and to a lesser extent in the field of communication. Women consume their doctorate in a higher proportion than men and outperform them in the authorship of contributions to congresses and presence in the Spanish Association for Communication Research as associates without leadership positions in the management of R+D+i projects, doctoral thesis, research groups, responsibility positions in the Spanish Association for Communication Research or in the publication of articles in the journals with the greatest impact of the specialty.

Keywords: communication research; women scientists; gender equality; meta-research; leadership; University; Spain.

Copyright: © 2022 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

1. INTRODUCCIÓN

El menor número de mujeres respecto a varones en categorías de liderazgo dentro del campo científico de la comunicación muestra los problemas sociales de desigualdades a los que están sujetas las mujeres, en cuanto al acceso a la vida académica. Todavía faltan datos, investigaciones y publicaciones que muestren la participación real de las mujeres científicas (She Figures 2018, 2019; Científicas en Cifras 2017, 2018; SUPERA 2018-2022), por lo que analizar la presencia de éstas a través de la perspectiva de género, visibiliza los sesgos que existen respecto a su participación y sus consecuencias en la investigación. Muestra la desigualdad entre mujeres y hombres socialmente construida (Scott 1989), como problema estructural (Verloo, 2005), transversal (Walby, 1990) e interseccional (Kimmel, 2005), al permitir reflexionar sobre las dinámicas de privilegios y exclusiones que emergen entre las diferentes desigualdades y los efectos que tienen en las personas (Crenshaw, 1989), permitiendo visibilizar y documentar la brecha en las publicaciones, cualificación, dirección y liderazgo en la investigación que, aun reduciéndose, no se producen al ritmo ni a la consolidación esperados.

La investigación universitaria produce sesgos inconscientes infiltrados en los procedimientos, las prácticas y las relaciones de las instituciones que se inculcan al mismo tiempo en la sociedad (Castillo y Moré, 2018, 2016; Díaz, 2016; García Calavia, 2015; Marugán y Cruces, 2013; Agulló, 2013). La ceguera de género no permite profundizar sobre el porqué de la segregación vertical y horizontal, el techo de cristal o la pérdida de masa crítica (Díaz y otros, 2019), por lo que se hace necesario realizar trabajos que, al igual que en otras disciplinas, muestren la posición de las mujeres en la investigación y publicaciones en comunicación, como acto de transferencia y acción política para el empoderamiento de las mujeres.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general de este trabajo es ofrecer el estado actual de la presencia, acceso y liderazgo de las mujeres en la investigación académica en el campo de la comunicación. Se trata de problematizar el acceso de las mujeres a los puestos de liderazgo en la investigación mostrando su evolución, carencias, dificultades y retos pendientes a través del procesamiento de la información.

Este objetivo general se concreta en otros dos objetivos particulares: 1) contextualizar el estado actual y la evolución del acceso de la mujer a puestos de liderazgo en la investigación en España, en general, y en las ciencias sociales en particu-

lar; y 2) abordar un caso concreto dentro de las ciencias sociales: la investigación en comunicación. El campo de la comunicación considerado en este trabajo se refiere a cualquier dimensión socialmente relevante de las prácticas de comunicación que se corresponde académicamente, en general, con las áreas de conocimiento de periodismo, comunicación audiovisual y publicidad, y, más precisamente, con las 11 líneas temáticas de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (en adelante AE-IC). Se trata de ver si se experimenta un incremento o no, a lo largo del tiempo, en el liderazgo de las mujeres en la investigación en comunicación y contrastar estos datos con los que provienen de las ciencias sociales y de la investigación en general. Se anticipa que existe desigualdad de género en el liderazgo de la investigación en comunicación y que esta desigualdad discurre en paralelo con la misma en el ámbito de la investigación en general, y en particular en las ciencias sociales.

Metodológicamente, esta colaboración se basa, por una parte, en fuentes primarias a partir de los datos obtenidos en el proyecto: Mapas de la investigación en comunicación en las Universidades españolas de 2007 a 2018 (Referencia: PGC2018-093358-B-100), perteneciente al Programa Estatal de Generación de Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+i, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento 2018 que, a su vez, es continuación de otro proyecto en esta misma línea (ref. CSO2013-47933-C4-1P).

El actual proyecto MapCom en curso en su primera etapa, consiste en elaborar un repositorio de los documentos que caracterizan la labor investigadora: tesis doctorales, proyectos de investigación I+D+i españoles, publicaciones en revistas científicas en el área de comunicación, libros publicados en las editoriales de mayor prestigio y comunicaciones a congresos, además de un repositorio de los grupos de investigación en comunicación consolidados en las universidades que ofrecen grados o postgrados en comunicación (Lozano y otros, 2020).

Dentro del marco del proyecto se ha llevado a cabo un mapeo que ha permitido elaborar, con una acotación temporal del 2007 a 2018, los siguientes censos que han servido de base para identificar el género de la investigación en comunicación (<https://mapcom.es/>):

- Censo de grupos de investigación en comunicación vinculados con universidades españolas, según su adscripción (universidad, departamento, instituto, etc.), comunidad autónoma, miembros y género: 213 grupos (https://mapcom.es/incluides/mapas/grupos_investigacion/).

- Censo de comunicaciones presentadas en todos los congresos de la AE-IC extraídas a partir de las actas de dichos congresos (Lozano y otros, 2020): 850 comunicaciones (<https://mapcom.es/incluides/mapas/comunicaciones/>). La AE-IC es la única asociación a nivel estatal que reúne a todos los investigadores en comunicación representados en sus 11 secciones temáticas que cubren todas las líneas de investigación.
- Censo de artículos provenientes de proyectos I+D+i publicados en las revistas de referencia en comunicación: 407 artículos (<https://mapcom.es/incluides/mapas/articulos/>). Se seleccionaron las revistas españolas especializadas en Comunicación¹ mejor posicionadas según el índice h elaborado por Google Scholar. De las nueve revistas seleccionadas, se han tomado solo los artículos que derivan de proyectos de investigación I+D+i.
- Censo de tesis doctorales en comunicación defendidas en universidades españolas entre 2007 y 2018: 2.784 tesis (https://mapcom.es/incluides/mapas/tesis_doctorales/). Para las tesis doctorales se registraron las leídas en las Facultades de Ciencias de la Comunicación o de la Información en el periodo establecido, obteniendo la información de la base de datos Teseo.
- Censo de proyectos de I+D+i en comunicación financiados entre 2007 y 2018: 249 proyectos (<https://mapcom.es/incluides/mapas/proyectos/>). Para la obtención de la información de los proyectos competitivos, se acudió al Ministerio de Ciencia e Innovación, ampliando dicha información con las universidades, investigadores principales y memorias de proyectos concedidos (Lozano y otros, 2020).

De estos censos, en el presente trabajo se explotan solo aquellos datos que hacen referencia al género en las actividades de investigación. Además, se incluyen los datos de membresía de las mujeres en la AE-IC como sociedad científica, y de cargos de responsabilidad de todas las secciones que la conforman.

Por otra parte, esta colaboración se basa en fuentes secundarias a partir de una revisión de los trabajos que presentan los datos y circunstancias que condicionan el desarrollo profesional de las mujeres en la investigación, el acceso a las categorías de liderazgo, el techo de cristal, la discriminación en el mundo laboral para acceder a las posiciones de liderazgo en la dirección de la investigación (dirección de tesis doctorales, proyectos I+D+i) y las dificultades relacionadas con la autoría de publicaciones en revistas científicas de primer nivel.

Se han consultado las siguientes fuentes:

- Científicas en cifras 2017, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, Madrid, 2018.
- She Figures 2018, de la European Commission de la European Union, 2019.
- Informe Mujeres Investigadoras de la Comisión de Mujeres y Ciencia, del CSIC, 2020.
- Encuesta sobre percepción del tiempo del profesorado docente e investigador y datos estadísticos de la UCM del SUPERA (2018-2022) – Supporting the Promotion of Equality in Research and Academia. Grant Agreement number: 787829 — SUPERA — H2020-SwafS-2016-17/H2020-SwafS-2017-1.

3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Los informes actuales en el contexto nacional y europeo a propósito de la presencia y evolución de las mujeres en la carrera investigadora evidencian la persistencia del techo de cristal (She Figures 2018, 2019; Científicas en Cifras 2017, 2018; CSIC, 2020; Mujeres e Innovación 2020). Los informes She Figures, 2018, 2019 y Científicas en Cifras, 2017, 2018, muestran las dificultades que tienen las mujeres científicas en el acceso, estabilización y promoción en la investigación en todos los campos científicos. Los datos revelan que las mujeres representan el 39% del personal investigador en España, donde se engloba a todos los sectores (enseñanza superior, administración pública y empresas) y que dentro de las universidades supone el 43%: dato que permanece bastante estable en los últimos años y que solo muestra un ligero repunte a partir de 2015 (Científicas en cifras 2017, 2018).

En España, el número de personas graduadas de doctorado aumentó entre 2007 y 2016, crecimiento que se produjo más rápidamente en las mujeres (2,3%) que en los hombres (1,4%). En ciencias sociales en concreto, la proporción de mujeres entre las personas graduadas en España, en el año 2016 era del 50%, cuatro puntos por debajo de la UE-28 (54%). El mismo informe indica que la proporción de graduados sobre estudiantes de doctorado era de 0,41 para mujeres y de 0,44 los hombres (She Figures 2018, 2019).

La inflexión en la carrera académica comienza en el periodo de doctorado y se evidencia en las primeras figuras contractuales. En las universidades públicas españolas el tradicional gráfico tijera tiene su punto de inflexión en el Grado C (profesorado Ayudante Doctor, Juan de la Cierva, Investigador/a visitante y otro personal post doctoral), mientras que en el campo I+D de comunicación, se encuen-

tra en el grado B (profesor titular de universidad, catedrático de escuela universitaria y contratado doctor) (Científicas en Cifras 2017, 2018). La categoría académica más alta (grado A: catedrático/a de universidad) cuenta con más hombres que mujeres en España, igual que en el resto de la UE-28, lo que evidencia el techo de cristal y las dificultades que tienen las mujeres para su promoción. En la UE-28, como se muestra en la tabla I, este índice se reduce del 1,68 al 1,64 con el paso del tiempo, mientras que en España se amplía del 1,76 al 1,85.

Tabla I. Índice del techo de cristal, 2013-2016

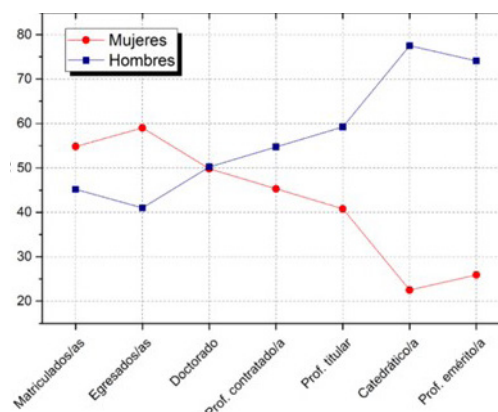
	2013	2016
España	1,76	1,85
UE-28	1,68	1,64

Fuente: datos tomados del informe She Figures 2018 (2019: 124)

La distribución y tasa de éxito de las solicitudes de acreditación evaluadas en ciencias sociales y jurídicas en 2016 y 2017, según Científicas en cifras 2017 (2018) en los programas ACADEMIA y PEP de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), da cuenta de esas dificultades. Muestra que las mujeres se presentan más que los hombres (a excepción de la acreditación a CU) y, en general, tienen más éxito en las categorías de profesorado no funcionario. Sin embargo, son los hombres los que tienen más éxito en general en las categorías de CU y TU (figura 1).

Comparando el año 2016 con 2017, se observa una ligera tendencia descendente en la proporción de mujeres que se presenta a fin de obtener una acreditación por la ANECA y también esta misma

Figura 1. Acceso a la carrera académica según sexo



Fuente: Campos, N. (2020)

tendencia en la proporción de evaluaciones positivas obtenidas, a excepción de la categoría de profesorado CD. En resumen, estos datos no son esperanzadores toda vez que los resultados entre hombres y mujeres no se igualan y tienden a distanciarse en las categorías superiores de profesorado (ver tabla II).

Esta brecha se constata también con relación a las solicitudes de sexenios de investigación² evaluadas por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI). En la convocatoria ordinaria (2016), las mujeres tuvieron una tasa de éxito del 74% y un 80% los hombres, en la rama de ciencias sociales. No obstante, estos porcentajes son más elevados considerados globalmente todos los campos científicos I+D+i: las mujeres tienen un 91% de éxito y los hombres el 93%. Con relación a estos datos, las mujeres evaluadas en ciencias sociales fueron el 44%, siendo evaluaciones positivas el 42%; mientras

Tabla II. Porcentaje de mujeres con solicitudes de acreditación evaluadas por el programa ACADEMIA y PEP según categoría profesional solicitada, para la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas

AÑOS / CATEGORÍA		Sobre el total de evaluaciones		Sobre el total de evaluaciones positivas	
		2016	2017	2016	2017
ACADEMIA	CU	40%	33%	39%	20%
	TU	57%	57%	54%	48%
PEP	AD	55%	53%	55%	53%
	CD	55%	54%	44%	54%
	UP	55%	53%	55%	54%

Fuente: Científicas en cifras 2017 (2018)

Figura 2. Distribución de mujeres y hombres en los órganos unipersonales de gobierno de las universidades (públicas y privadas)

Fuente: Científicas en cifras 2017 (2018)

que para el total de los campos científicos suben esos porcentajes levemente al 47% y 46%, respectivamente (Científicas en cifras 2017, 2018).

Respecto a la producción científica que se plasma en la autoría de artículos en revistas en el área de ciencias sociales, la media está en uno o dos artículos por año (2013-2017) aunque este número aumenta desde el año 2008 (She Figures 2018, 2019). Con relación a todos los campos de I+D sólo el 32% de todas las publicaciones tienen como autora a una mujer, con una tasa de crecimiento anual del 3,9% entre 2008 y 2017. Las autoras se centran en la colaboración nacional antes que en la internacional con un impacto de sus publicaciones similar al de los hombres. Dicho en otros términos, solo uno de cada tres autores que firman artículos son mujeres, proporción muy similar a la que se encuentra en las ciencias sociales.

El éxito en evaluaciones, autoría de artículos y liderazgo en los equipos de investigación no siempre van de la mano y menos aun cuando se trata de la posición que ocupan las mujeres. Según el informe She Figures 2018 (2019), la brecha de género también es visible en los equipos de investigación. En el periodo del 2013 al 2016, los datos muestran una preferencia por trabajar en equipos segregados, grupos formados sólo por hombres (47%) o sólo por mujeres, a pesar de la tendencia a la formación de grupos mixtos. Los equipos liderados por hombres obtienen mayor financiación en la mayoría de los países (3,0 puntos) y en España (4,9), y también tienen más éxito respecto a las mujeres al solicitar y recibir financiación para investigación nacional con gestión pública, tanto en la EU-28 como en España. En todos los campos de investigación es más difícil que las mujeres se beneficien de la financiación. En el área de ciencias sociales la diferencia en la tasa de éxito entre hombres y mujeres en

2017 es para la UE-28 y España de 4,3 puntos porcentuales.

Respecto al liderazgo de las mujeres en puestos de gestión universitaria los datos visibilizan la situación actual de desigualdad. Comparando España con los países europeos, la proporción de mujeres en la dirección de instituciones del sector de educación superior, en España, es más baja (8%) que en el resto de la UE (21,7%) (año 2017) (She Figures 2018, 2019). En el contexto español, el informe Científicas en cifras 2017 (2018) muestra que la distribución de mujeres y hombres en los órganos unipersonales de gobierno de las universidades (públicas y privadas) se salda a favor de los hombres (ver figura 2).

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los datos que se presentan a continuación se han extraído de la primera fase del proyecto de investigación "MapCom 2018. Mapas de la investigación en comunicación en las Universidades españolas de 2007 a 2018" (<https://mapcom.es/>) (Ref. PGC2018-093358-B-100). El objetivo de este proyecto en curso es proporcionar datos que sirvan de actualización y den continuidad a los ya aportados por otro proyecto anterior en esta misma línea (MapCom. Ref. CSO2013-47933-C4-1P) que permitió elaborar una cartografía de la producción investigadora en Comunicación de 2007 a 2013 (<https://mapcom.es/>). En aquella ocasión se abordó el estudio de los proyectos de investigación en comunicación, grupos de investigación, tesis doctorales, líneas, objetos de estudio y métodos de investigación en comunicación en España, que se completan con esta nueva investigación que incluye también artículos científicos publicados en revistas de referencia en comunicación, libros monográficos y comunicaciones a congresos, y amplía el horizonte temporal hasta 2018.

4.1 La producción investigadora en comunicación

La investigación en comunicación en España goza en estos momentos de una amplia producción avalada, por una parte, por los años de implantación de las Facultades que imparten grados y postgrados (y antes licenciaturas) relacionadas con la comunicación (periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas) que han permitido, por ejemplo, que se haya defendido un volumen importante de tesis doctorales. Los estudios de comunicación están plenamente asentados en España y han transcurrido cinco decenios desde la creación de las primeras Facultades de Ciencias de la Información en el curso 1971-72, en la Universidad Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona y de Navarra, que tomaron el relevo de las antiguas Escuelas Oficiales de Periodismo, Publicidad, Cinematografía y Televisión, que hasta entonces habían tenido a su cargo la formación de los profesionales del sector de la comunicación. En España, hoy son más de cuarenta las facultades encargadas de impartir enseñanza en las titulaciones relacionados con el campo de la comunicación en sus tres niveles de Grado, Máster y Doctorado, y a más de 45 mil (Piñuel, 2010) se eleva el número de estudiantes que siguen anualmente alguno de los cursos de estas especialidades en los distintos centros universitarios.

Por otra parte, y vinculado con lo anterior y con la amplia demanda social de estudios de comunicación, hay un elevado número de investigadores e investigadoras en activo, generalmente vinculados/as con el ámbito universitario. De las 83 universidades españolas, en 63 hay departamentos que cuentan con profesorado asignado al campo de la comunicación (Martín Algarra y otros, 2018).

En paralelo, se ha ido incrementando el volumen de profesorado que se ha formado en el campo de la comunicación, al margen de otras disciplinas que, en un principio, tuvieron mayor protagonismo (Sociología, Semiótica, Lingüística, Psicología). Todo ello explica el volumen de la actual producción investigadora en comunicación y que hoy se cuente ya con una cierta tradición de meta-investigación que se ha plasmado en un amplio y valioso conjunto de contribuciones que han venido abordando desde finales de los años 80 (Caffarel y otros, 1989; Cáceres y Caffarel, 1993; Urabayen, 1994; Jones 1998) hasta la actualidad (Saperas, 2016; Martínez-Nicolás y Saperas, 2016; Caffarel y otros, 2017b, 2018), el estado de la investigación desde distintas perspectivas: teóricas, metodológicas -o teóri-

co-metodológicas-, bibliométricas, tópicos de investigación más frecuentados y su evolución a lo largo del tiempo, ámbitos de especialización dentro de la comunicación, universidades más productivas, etc., cuya enumeración exhaustiva aquí resultaría excesivamente prolija. Sin embargo, a excepción de algunos trabajos recientes (Izquierdo y otros, 2020; Martín Algarra y otros, 2018; Caffarel y otros, 2017a) se ha estudiado mucho menos la contribución de la mujer a la investigación en comunicación.

En este trabajo se aportan datos sobre la presencia de las mujeres en el ámbito de la investigación en comunicación a nivel nacional, en concreto, el liderazgo de las mujeres en tesis doctorales, tanto como autoras como directoras, autoría de artículos científicos, autoría de comunicaciones presentadas en congresos, investigadoras principales de proyectos competitivos I+D+i y grupos de investigación y puestos de dirección en las distintas secciones de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC).

4.2 Autoría y liderazgo de las mujeres en la dirección de tesis doctorales

En primer lugar, se considera la posición de liderazgo de las mujeres en la investigación en comunicación con relación a la dirección de tesis doctorales (en adelante TD).

En la década 2007-2018 se defendieron 2784 TD en las Facultades españolas en las que se imparten grados y postgrados en comunicación (<https://mapcom.es/>), de las cuales ha sido posible determinar el género del director o directora en 1809 de ellas. Como se puede observar en la tabla III, el porcentaje de hombres (66 %) casi duplica al de mujeres (34 %) en cuanto a la dirección de trabajos doctorales. De todas las TD defendidas durante el decenio considerado, el 70% ha tenido un único director o directora; de ellas el 28,6% también ha tenido un/a co-director/a y apenas el 1,8% dos co-directores/as. Tanto en el número de directores y directoras como de co-directores/as o terceros/as directores/as, es mucho más elevado el número de hombres que de mujeres (ver tabla III). Otro tanto cabe decir cuando se considera el género del co-director/a en función del género del director/a: cuando el director es masculino en el 66,3% de los casos el co-director también es un hombre frente al 33,7% de mujeres; y cuando se trata de mujeres directoras de TD, en el 63,7% de los casos el co-director es un hombre frente al 36,3% de mujeres (ver tabla IV). Dicho en otros términos, el liderazgo en la dirección de TD es claramente masculino.

Tabla III. Género de directores/as y co-directores/as de Tesis Doctorales

	Dirección	1 Co-dirección	2 Co-direcciones
Hombres	66 %	63,9 %	62,5 %
Mujeres	34 %	36,1 %	37,5 %
N(1809)	100	100 (518)	100 (32)

Tabla IV. Género de la codirección de Tesis Doctorales en función del género del director/a

Director/a	Co-director	Co-directora
Hombres	66,3 %	33,7 %
Mujeres	63,7 %	36,3 %

Estos datos, sin embargo, contrastan con el género de los autores y autoras de las TD defendidas en el decenio 2007-2018, en el que más de la mitad (53,1%) han sido mujeres (ver tabla V). En resumen, las mujeres consuman en mayor proporción que los hombres su doctorado, pero sin que esto luego les permita en la carrera académica acceder, al menos en la misma proporción, a la dirección de TD.

Tabla V. Género de autores y autoras de Tesis Doctorales

Autoría	Porcentaje
Hombres	46,9
Mujeres	53,1

La evolución temporal en la autoría de TD de mujeres y hombres muestra la tendencia opuesta: mientras la progresión en el tiempo es positiva en el caso de las mujeres, en los hombres es negativa (ver Figura 3).

Figura 3. Evolución del género en la autoría de Tesis Doctorales

4.3 Liderazgo de las mujeres en la dirección de proyectos de I+D+i

Los proyectos suponen el reconocimiento por parte de las instituciones de la relevancia social de abordar determinadas problemáticas, retos, carencias y oportunidades relacionados con la comunicación y, en consecuencia, su aquiescencia para ser financiados con recursos públicos. Durante la década estudiada 2007-2018 han sido identificados 249 proyectos competitivos que resultaron financiados por instancias nacionales en convocatorias estatales en Ciencias Sociales y Humanidades cuyo objeto de estudio ha sido cualquier ámbito relacionado con las prácticas sociales de comunicación. En la dirección de estos proyectos (IP), los hombres duplican ampliamente a las mujeres (ver tabla VI).

Tabla VI. Género de las/os IP de proyectos de investigación I+D+i

IP	Porcentaje
Hombres	69,5
Mujeres	30,5
Total	100 (249)

Considerando pormenorizadamente el género de los investigadores principales (IP) de proyectos I+D+i en comunicación a lo largo de la década 2007-2018, aunque hay una ligera tendencia al alza de mujeres que son IP, la preponderancia de los varones se mantiene bastante estable a lo largo del tiempo, coincidiendo con los datos generales de participación y liderazgo en los proyectos competitivos de investigación a nivel nacional (Izquierdo y otros, 2020). A partir de los datos recabados en esta investigación, la desigualdad de género en la dirección de proyectos alcanza casi 40% (39,62%) a favor de los hombres (ver figura 4).

Figura 4. IP de proyectos de I+D+i por género



4.4 Liderazgo en la dirección de grupos de investigación

Además de la producción investigadora en comunicación, es relevante considerar los colectivos de autores y autoras y su organización institucional. No son numerosos los estudios actualizados sobre grupos de investigación en Ciencias Sociales y menos aún en el campo científico de la comunicación. Como señalan Tur y Núñez (2018), el problema puede radicar en la difícil delimitación del propio concepto de grupo de investigación que Tur y Núñez (2018) abordan en su trabajo, además de la citada escasez de estudios al respecto y la dispersión de datos relacionados con su estructura y productividad. Sobre la base de los datos proporcionados por el proyecto MapCom1, estas autoras realizan un estudio descriptivo de catalogación de los grupos de investigación en comunicación a partir de las áreas de conocimiento relacionadas con el campo: principalmente Comunicación Audiovisual y Publicidad y Periodismo. Tur y Núñez (2018) establecen dicha catalogación sobre la base de los tópicos más recurrentes a la hora de identificar las líneas de los grupos de investigación, incluyendo también el área de Biblioteconomía y Documentación, toda vez que entre los términos que identifican los intereses investigadores se encuentran en ocasiones otros (v.g. patrimonio documental) que exceden dichas áreas (Tur y Núñez, 2018), aunque estos tópicos sin embargo no están contemplados dentro de las distintas secciones de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. En este artículo se actualizan, amplían, profundizan y completan los datos existentes a partir de los resultados obtenidos en el proyecto MapCom2 (<https://mapcom.es/mapas/>).

A nivel nacional se han identificado 213 grupos de investigación relacionados con el campo de la comunicación, que se reparten de la siguiente forma: 46 relacionados con el área de Periodismo;

146 pertenecientes al área de Comunicación Audiovisual y Publicidad; 21 pertenecientes al área de Biblioteconomía y Documentación (mapcom.es/incluides/mapas/grupos_investigacion/).

El tamaño de los grupos en cuanto al número de miembros es mediano: más de la mitad de los grupos están compuestos por un número entre 7 y 15 miembros; repartiéndose en una proporción similar los grupos que cuentan con menos de 6 miembros y los que cuentan con más de 15 miembros (tabla VII).

Tabla VII. Tamaño de los grupos de investigación

Hasta 6 miembros	21,6%
7-15 miembros	55,4%
Más de 15 miembros	22,5%
NC	0,5%
Total	100 (213)

Considerados globalmente todos los grupos de investigación, el liderazgo masculino (59,2%) supera abrumadoramente al femenino (33,8%). Solo en un 7% de los casos el liderazgo del grupo es compartido por hombres y mujeres (ver tabla VIII).

Tabla VIII. Género del IP del grupo de investigación

Género IP	Porcentaje
Hombres	59,2
Mujeres	33,8
Ambos	7

Respecto al género de los miembros de los grupos de investigación, en más de un tercio de ellos existe paridad, siendo escasos los grupos compuestos principalmente por mujeres o por hombres (tabla IX).

Tabla IX. Género de los miembros de los grupos de investigación

Género miembros	Porcentaje
Aproximadamente paridad	36,6
Un tercio mujeres	24,4
Un tercio hombres	19,2
Todos/casi todos hombres	11,3
Todas/casi todas mujeres	7
NC	0,5
Total	100 (213)

4.5 Género de la producción investigadora publicada en revistas de referencia

Para estudiar el género en la autoría de la investigación publicada se ha elaborado, dentro del marco del proyecto, un censo de artículos aparecidos en las revistas mejor posicionadas dentro del campo de la comunicación a lo largo del decenio 2007-2018 en cuanto al índice h elaborado por *Google Scholar* y al número de artículos publicados (Lozano y otros, 2020). Estas revistas han sido: 1) *El Profesional de la Información*; 2) *Estudios sobre el mensaje periodístico*; 3) *Telos*; 4) *Comunicar*; 5) *Revista Latina de Comunicación Social*; 6) *Zer*; 7) *Trípodos*; 8) *Historia y Comunicación Social*; 9) *Comunicación y Sociedad* (Lozano y otros, 2020).

A partir de este primer censo, se han considerado exclusivamente los artículos que han sido publicados en estas revistas que resultan derivados de una investigación previa, es decir aquellos que tienen su base en proyectos I+D+i, cuyo número total asciende a 407 para la década 2007-18.

En el censo así elaborado hay 303 artículos firmados por más de un autor, de los cuáles 154 son hombres (50,8%) y 149 son mujeres (49,2%). El mayor porcentaje de esta producción investigadora publicada corresponde a aquellos trabajos firmados por

tres autores (37,6%), seguido de la firmada por dos autores (26,5%) y de trabajos firmados por un solo autor (25,6%). Un porcentaje pequeño (10,3%) de artículos aparece firmado por cuatro o más autores. En casi todos los casos, se observa que el primer firmante es un hombre. Dicho en otros términos, al margen del número de autores que firman las publicaciones, los hombres son más numerosos (tabla X).

Considerada globalmente esta producción científica publicada, los varones superan a las mujeres en cuanto a autoría: 54,3% de autores frente a 45,7% de autoras (ver tabla: XI). La desigualdad de género a favor de los varones se mantiene en todas las revistas a excepción de *Comunicar* (52,9% vs. 47,1%), *Comunicación y Sociedad* (56,2% vs. 43,8%) y *Trípodos* (58,8% vs. 41,2%) (Lozano y otros, 2020). Estas diferencias se hacen más notables cuando se compara la autoría masculina con la femenina en el caso de los trabajos firmados por un solo autor: en este caso, en el 64,4% de los casos son hombres frente al 35,6% de mujeres que firman en solitario sus publicaciones (ver tabla XI). Cuando los trabajos aparecen firmados por dos, tres, cuatro o más autores, se iguala el género del/la primer/a firmante, con una ligerísima diferencia a favor de los hombres. Es decir, es más frecuente que los hombres firmen en solitario sus trabajos y también cuando la autoría es compartida (ver tabla XI). Cuando la mujer es la primera firmante de un artículo, en el 40,3% de los casos se trata de un trabajo firmado por tres autores. Dicho en otros términos el liderazgo en la investigación publicada es masculino.

Tabla XI. Autoría de artículos por género (primer firmante)

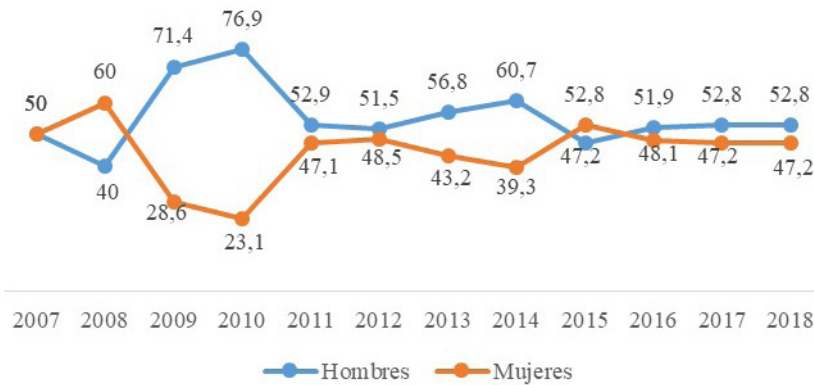
	Autoría en general	1 autor/a	2 o más autores/as
Hombres	54,3%	64,4%	50,8%
Mujeres	45,7%	35,6%	49,2%
N	100 (407)	100 (104)	100 (303)

Cuando se estudia la evolución del género en la autoría de artículos a lo largo de la década 2007-2018, se observa un ligero incremento a favor de las mujeres en los últimos años (Figura 5) coinci-

Tabla X. Número de autores en artículos y género del primer firmante

	1 autor	2 autores	3 autores	4/más autores
Hombres	64,4%	44,4%	51%	66,7%
Mujeres	35,6%	55,6%	49%	33,3%
Total (407)	25,6 (104)	26,5 (108)	37,6 (153)	10,3 (42)

Figura 5. Evolución del género en la autoría de artículos



diendo con el hecho de que a partir de 2014 aumenta el número de artículos que se publican en las revistas de impacto de la especialidad.

4.6 Comunicaciones presentadas en congresos

Otro aspecto de la investigación que permite conocer la desigualdad de género en la producción investigadora y su evolución está constituido por las comunicaciones presentadas en congresos. No es aquí el caso de entrar en cuestiones de fondo sobre la proliferación de congresos dentro del campo científico de la comunicación, su calidad o papel que pueden estar jugando estos encuentros científicos en la adquisición de los requisitos formales que permiten la promoción académica de los profesores y profesoras que han sido abordados en otros trabajos (Gómez e Izquierdo, 2020), sino de hacer una radiografía a partir de datos actualiza-

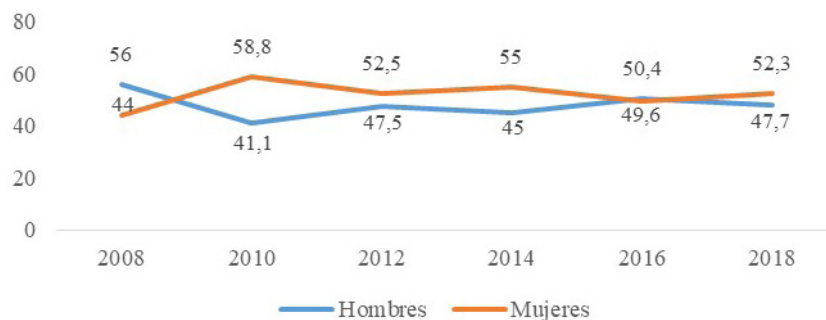
dos, de la autoría de las mujeres en este tipo de documentos científicos y su posición con relación al número de firmantes de dichos trabajos.

Para hacer esta selección de comunicaciones se elaboró un censo a partir de aquellas que fueron aceptadas y presentadas en los seis congresos organizados por la AE-IC desde su creación (Santiago de Compostela 2008, Málaga 2010, Tarragona 2012, Bilbao, 2014, Madrid 2016 y Salamanca 2018). Toda vez que este trabajo trata de la investigación en comunicación en España, resulta pertinente acudir a los congresos celebrados por la AE-IC que es la asociación nacional que reúne en sus secciones temáticas y grupos de trabajo a todos los investigadores de cualquier línea de investigación en comunicación por lo que resulta significativa de la investigación del campo que se presenta y se debate en estos encuentros bianuales.

Tabla XII. Autoría en contribuciones a congresos por género

	Autoría	1 autor/a	2 autores/as	3 autores/as	4 autores/as
Hombres	48,7 %	49,5%	50 %	45%	47,2%
Mujeres	51,3 %	50,5%	50%	55%	52,8%
N (850)	100	100	100	100	100

Figura 6. Evolución de la autoría de comunicaciones en congresos por género



El número de comunicaciones asciende a un total de 850. Consideradas globalmente, algo más de la mitad (51,3%) tienen a una mujer como primera firmante de la comunicación. Esto es así tanto cuando se trata de autoría en solitario como compartida con más autores (ver tabla XII).

Esta proporción a favor de las mujeres en la autoría de comunicaciones se mantiene bastante estable a lo largo del tiempo (figura 6). Sin duda, estos datos se relacionan con el aumento progresivo de centros en los que se imparten titulaciones de comunicación y la presencia cada vez numerosa de mujeres que se incorporan a la carrera académica y que tienen que aportar contribuciones científicas para hacer progresar su currículum y consolidar su carrera académica.

4.7 Liderazgo en los cargos de gestión de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación

En noviembre de 2006, se celebró en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sevilla, la Asamblea Fundacional de Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) que daría lugar a su constitución formal en 2008. Recogiendo el testigo de la Asociación para la Investigación de la Comunicación (A.I.C.) creada en 1982 y su continuadora Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (AICE) desde mediados de los años 80, con la participación de 114 autores y autoras de toda España inscritas e inscritos previamente como socios/as promotores, se establecieron las bases para la creación de la AE-IC (<https://ae-ic.org/la-asociacion/>).

La AE-IC, cuya misión es potenciar la investigación de la comunicación, facilitar la cooperación y crear redes de intercambio de información entre investi-

gadores e investigadoras, y establecer una política de cooperación con asociaciones internacionales de investigación (<https://ae-ic.org/la-asociacion/>), ha jugado un papel innegable en la consolidación de la comunicación como campo científico. Su organización se estructura en once secciones (cuatro recientemente incorporadas) y cuatro grupos de trabajo, cuya actividad sirve para fomentar la reflexión académica a partir de la convocatoria bianual de sus congresos y la celebración periódica de encuentros y reuniones científicas. Respecto al género de los cargos en su Junta Directiva, la presidencia recae sobre un hombre, así como dos vocalías y la tesorería; los otros cargos (dos vicepresidencias y secretaría académica) son ocupados por mujeres. Es decir, aunque sin grandes desequilibrios, los varones ocupan más posiciones (57,1% frente al 42,9% de las mujeres) y de mayor liderazgo.

En las once secciones temáticas de la AE-IC, de los 22 puestos de responsabilidad, las mujeres ocupan el 45,5% y los varones el 54,5%, siendo las mujeres las directoras en cuatro de las once secciones. La coordinación en seis de las secciones es ocupada por una mujer. Es decir, la posición de máxima responsabilidad en las secciones de la asociación es ocupada en el 63,7% de los casos por hombres. Cabe destacar que en dos de las secciones, todos los cargos son ocupados por mujeres y solo en una, todos los cargos son hombres (ver tabla XIII).

Según los datos publicados en su web (<https://ae-ic.org/secciones-y-grupos-de-trabajo/>), la AE-IC cuenta en el momento actual con 561 socias y socios, de los que el 53,1% son mujeres y el 46,9% son hombres. El tamaño de las distintas secciones oscila entre los 16 miembros de la más pequeña (sección 9) hasta los 109 de la más nu-

Tabla XIII. Género en el liderazgo de las secciones de la AE-IC

Sección	Hombres	Mujeres
1 Teorías y métodos de investigación en comunicación	Director Coordinador	
2 Estudios de audiencia y recepción		Directora Coordinadora
3 Estructura y políticas de la comunicación	Director Coordinador	
4 Estudios sobre el discurso		Directora Coordinadora
5 Comunicación y cultura digital	Director	Coordinadora
6 Producción y circulación de contenidos	Director	Coordinadora
7 Comunicación estratégica y organizacional	Director Coordinador	
8 Periodismo y nuevos medios	Director	Coordinadora
9 Historia de la comunicación social	Director	Coordinadora
10 Comunicación publicitaria	Coordinador	Directora
11 Género y comunicación	Coordinador	Directora

Figura 7. Distribución por género de socios y socias en AE-IC



merosa (sección 5). Los datos son esperanzadores y la tendencia ligeramente al alza a favor de las mujeres toda vez que en las secciones recientemente incorporadas (octubre 2020) se observa que en tres de las cuatro nuevas incorporaciones, las mujeres son claramente mayoritarias en sus puestos de responsabilidad. La distribución por género de los socios y socias se muestra en la figura 7.

Cabe destacar que las secciones en las que hay mayor desproporción entre hombres y mujeres a favor de las últimas, es en dos de las menos numerosas en cuanto al número de miembros (19 y 28 miembros). La otra cara de la mayoría femenina en estas dos secciones, es el menor peso en cuanto a volumen de miembros.

5. CONCLUSIONES

Esta colaboración aporta datos relevantes y actualizados a propósito de la producción y actividad investigadoras en el campo de la comunicación. La investigación sobre las prácticas sociales de comunicación como objeto de estudio –meta-investigación- viene incrementándose notablemente en los últimos años y, con toda probabilidad, seguirá aumentando en una sociedad cada vez más comunicacional. Conocer el sistema de investigación en comunicación en España permite planificar políticas públicas de investigación y mostrar a las personas investigadoras del área el estado de la cuestión que en esta ocasión se presenta respecto a la variable género.

Este artículo muestra las diferencias de género en la investigación en el campo de la comunicación. Los datos aportados evidencian que subsiste la brecha de género en las posiciones de liderazgo, en paralelo con la investigación, en general, y en ciencias sociales en particular, tanto a nivel

nacional como a nivel europeo. Normalmente, la carrera investigadora y académica comienza con el doctorado. En este sentido, los datos en cuanto a la autoría de TD en el campo de la comunicación muestran que las mujeres consuman en mayor proporción que los hombres su doctorado sin que esto tenga un correlato en la dirección de las mismas, a diferencia de las ciencias sociales, en general, en donde hay un ligero desequilibrio a favor de los varones, si bien hay que anotar una evolución más positiva en las mujeres en cuanto al incremento de TD defendidas en los últimos años. Sin embargo, esto no tiene un reflejo en la progresión de su carrera académica respecto a ocupar posiciones de liderazgo en la dirección de proyectos de I+D+i, liderazgo en grupos de investigación (IP), ni en la publicación de artículos en las revistas de mayor impacto de la especialidad.

La dirección de proyectos de I+D+i se salda a favor de los hombres con un índice de desigualdad cercano al 40%; la dirección de grupos de investigación recae abrumadoramente sobre los hombres (59,2% frente al 33,8%) y escasamente sobre ambos (7%) y la investigación publicada presenta una autoría claramente masculina tanto cuando se trata de autor/a único/a como cuando es compartida. En resumen, el liderazgo de la investigación en comunicación es masculino.

Contrasta con estos datos la autoría de contribuciones a congresos por parte de mujeres y su presencia en la AE-IC como asociadas, aunque no en sus cargos directivos, lo que sin duda se relaciona con el hecho de que un número elevado de mujeres se ha incorporado en los últimos años a la carrera académica y, para hacer progresar su currículum y consolidarse profesionalmente, se visibilizan en aquellas parcelas de la investigación que

les resultan más accesibles. Esto queda corroborado por el hecho de que en el ámbito de las ciencias sociales aumenta el número de investigadoras jóvenes vinculadas a I+D+i, siendo las de menos de 35 años el 49% y las de más de 55 años el 32,6%.

La brecha de género subsiste en ciencias sociales y en menor medida en el campo de la comunicación, una disciplina joven que ofrece espacios que están siendo ocupados por las mujeres sin que esto quiera necesariamente decir que son espacios conquistados, aunque pueden llegar a serlo si se elimina el lastre de los estereotipos y roles de género que dificultan el acceso a las categorías superiores de responsabilidad y posiciones de liderazgo en la investigación. Las condiciones de trabajo y vida están íntimamente relacionadas, tener menos capacidad de promocionar o estar durante más tiempo en la misma categoría, no solo incide en la retribución económica, sino en la capacidad de investigar y publicar, de tomar decisiones en lo que se investiga y se publica; es decir, incide en la calidad de la investigación y en la transferencia de lo investigado a la sociedad.

El techo de cristal persiste en la Universidad, tanto a nivel nacional como europeo. Aunque el campo de la comunicación a nivel nacional se muestra como un ámbito dinámico y con algunos datos esperanzadores, estamos lejos de conseguir la deseada igualdad. Este artículo presenta datos a fin de aportar luz a una reflexión crítica que ayude en los problemas que lastran el trabajo de las mujeres científicas. Disponer de un sistema de información con datos, como los aquí presentados, permitirá visibilizar la segregación, identificar la dimensión del problema, mostrar carencias y dificultades e impulsar políticas que aborden los retos pendientes.

Dado que esta colaboración trata de la investigación en comunicación en España y debido a las limitaciones de espacio de cualquier publicación, no se ha considerado la proyección internacional de estas actividades que sin duda pueden ser objeto de otra investigación. Quedan pendientes otros trabajos que aborden comparativamente la situación de la investigación en comunicación, y también en ciencias sociales u otras disciplinas, en el contexto internacional, dado que todavía no existe ningún estudio de estas características fuera de nuestro país que permita hacer comparaciones pero que, con toda seguridad, contribuirá a una visión más amplia que haga posible identificar con mayor precisión las debilidades de la situación actual.

6. AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido realizado a partir del proyecto Mapas de la investigación en comunicación en

las Universidades españolas de 2007 a 2018 (Referencia: PGC2018-093358-B-100) financiado por el Programa Estatal de Generación de Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+i, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento 2018.

Así mismo, nuestro agradecimiento al Proyecto SUPERA (2018-2022) – Supporting the Promotion of Equality in Research and Academia. Grant Agreement number: 787829 – SUPERA – H2020-SwafS-2016-17/H2020-SwafS-2017-1. CSA - Coordination and support action. 2018-2022. Disponible en: <https://www.ucm.es/supera/>

ACKNOWLEDGMENTS

This work has been carried out from the project Maps of communication research in Spanish Universities from 2007 to 2018 (Reference: PGC2018-093358-B-100) financed by the State Program for the Generation of Knowledge and Scientific and Technological Strengthening of the System of R + D + i, 2018 State Subprogram for Knowledge Generation.

Likewise, our thanks to the SUPERA Project (2018-2022) - Supporting the Promotion of Equality in Research and Academia. Grant Agreement number: 787829 - SUPERA - H2020-SwafS-2016-17 / H2020-SwafS-2017-1. CSA - Coordination and support action. 2018-2022. Available at: <https://www.ucm.es/supera/>

7. NOTAS

- 1 Para consultar los detalles sobre la selección de revistas, véase Lozano y otros, 2020, pp. 3-
- 2 Es necesario mencionar que en la convocatoria piloto 2018 de los Sexenios de Transferencia, también, se aprecia ese sesgo de género: no sólo se presentan menos mujeres (34,4% del total), sino que cuando se presentan tienen una tasa de éxito menor que sus compañeros (32,4%, respecto al 44,9% de los hombres) (Bustelo y Salido, 2020).

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agulló, I. (2013). Eternamente doctores: ¿mérito o carga?. *Sociología del Trabajo*, (78), 35-50.
- Asociación Española de Investigación en Comunicación. Disponible en: <https://ae-ic.org/la-asociacion/> [Fecha de consulta: 30/07/2020]
- Bustelo, M., y Salido, O. (2020). *Un primer análisis sobre los resultados del Sexenio de transferencia y su sesgo de género*, 21/05/2020. Disponible en: <http://www.aneca.es/Sala-de-prensa/Noticias/2020/Un-primero-analisis-sobre-los-resultados-del-Sexenio-de-transferencia-y-su-sesgo-de-genero> [Fecha de consulta: 27/05/2020]
- Cáceres, M.D., y Caffarel, C. (1993). La investigación sobre comunicación en España. Un balance cualitativo. *Telos* (32), 109-124.

- Caffarel, C., Domínguez, M., y Romano, V. (1989). El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987). *C.I.N.C.O. Cuadernos de Investigación en Comunicación*, (3), 45-57.
- Caffarel, C., Izquierdo, P., y Núñez, S. (2017a). La mujer en la dirección de la investigación sobre comunicación en España (2007-2013). En Caldevilla, D. (ed.). *Libro de actas del Congreso CUICIID 2017*, 98 Madrid: Fórum XXI.
- Caffarel, C., Ortega, F., y Gaitán, J. (2017b). Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014. *El Profesional de la Información*, 26, (2), 218-227. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>
- Caffarel, C., Ortega, F., y Gaitán, J. (2018). La investigación en Comunicación en España. Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. *Comunicar*, (56), 61-70. DOI: <https://doi.org/10.3916/C56-2018-06>
- Campos, N. (2020). El género en la carrera académica, ayer y hoy. *El blog de Studia XXI*. Disponible en: <https://www.universidadsi.es/efecto-tijera-universidades/> [Fecha de consulta: 01/12/2020]
- Castillo, J.J., y Moré, P. (2018). *Universidad precaria, universidad sin futuro [En liquidación]*, Madrid: Fuhem.
- Castillo, J.J., y Moré, P. (2016). Por una sociología del trabajo académico La precarización del trabajo de enseñar e investigar en la Universidad. *Sociología del Trabajo*, (88), 7-26.
- Científicas en cifras, 2017. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2018) Madrid. Disponible en: <https://www.fecyt.es/es/publicacion/cientificas-en-cifras-2017> [Fecha de consulta: 30/08/2020]
- Connell, R.W. (2002). *Gender Short Introductions*. Cambridge: Polity Press, Blackwell Publishers.
- Consejo Superior de Investigaciones Científicas (2020): *Informe Mujeres Investigadoras. Comisión de Mujeres y Ciencia del CSIC*. Disponible en: https://www.csic.es/sites/default/files/informe_mujeres_investigadoras-2020.pdf [Fecha de consulta: 30/08/2020]
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, vol. 1989 (1), 139-167.
- Díaz, M.J. (2016). El proceso de producción científica en condiciones de precarización. Una revisión etnográfica desde la sociología del trabajo. *Sociología del Trabajo*, 88, 27-46.
- Díaz, M.J., Bustelo, M., De Dios, P., y Pajares, L. (2019). Creación e implementación del plan de igualdad de oportunidades en la UCM como proceso incipiente de transformación. *Actas XIII Congreso Español de Sociología*, Valencia.
- García Calavia, M.A. (2015). El profesorado universitario en España. *RES. Revista Española de Sociología*, 24, 85-94.
- Gómez, G., y Izquierdo, P. (2020). Contribuciones científicas presentadas en los congresos de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (2007-2018). *El Profesional de la Información*, 29(4), e290440. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.40>
- Horizonte 2020. *Igualdad de género en la investigación y la innovación*. Disponible en: <http://www.eshorizonte2020.es/mas-europa/ciencia-con-y-para-la-sociedad/igualdad-de-genero-en-la-investigacion-y-la-innovacion> [Fecha de consulta: 28/07/2020]
- Izquierdo, P., Gaitán, J.A., y Caffarel, 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. DOI: 10.2436/20.3008.01.189
- Jones, D.E. (1998). Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas. *Zer*, 5, 13-51.
- Kimmel, M. S. (2005). Why Men Should Support Gender Equality. *Women's Studies Review*, Fall: 102-114.
- Lozano, C., Gaitán, J.A., Caffarel, C., y Piñuel, J.L. (2020). Una década de investigación universitaria sobre Comunicación en España, 2007-2018. *El Profesional de la Información*, 29(4), e290412. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.12>
- MapCom. *Mapas de la Investigación en Comunicación en las universidades españolas*. Disponible en: <https://mapcom.es/>
- Martín, M., Serrano, J., y Rebolledo, M. (2018). La mujer en la investigación en comunicación en España: un análisis de la producción científica (2007-2013). *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15, 65-87. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.5>
- Martínez, M., y Saperas, E. (2016). Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014). *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1365-1384.
- Marugán, B., y Cruces, J. (2013). Fragmentación y precariedad en la Universidad. *Sociología del Trabajo*, 78, 10-34.
- Mujeres e innovación 2020*. Disponible en: <https://www.ciencia.gob.es/Secc-Servicios/Igualdad/Mujeres-e-Innovacion.html> [Fecha de consulta 05/09/2020]
- Piñuel, J.L. (2010). La comunicación como objeto científico de estudio, campo de análisis y disciplina científica. *Contratexto*, (18), 67-107.
- Saperas, E. (2016). Cuatro décadas de investigación comunicativa en España. Los procesos de institucionalización y de profesionalización de la investigación (1971-2015). *Anuario electrónico de estudios en comunicación social "Disertaciones"*, 9(2), 27-45. DOI: <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.02>
- She Figures 2018. European Commission (2019). Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponible en: <https://www.etag.ee/wp-content/uploads/2019/03/She-Figures-2018-1.pdf> y https://ec.europa.eu/research/swafs/index.cfm?pg=library&lib=gender_equality [Fecha de consulta 05/09/2020]
- SUPERA (2018-2022). *Supporting the Promotion of Equality in Research and Academia*. Grant Agreement number: 787829 — SUPERA — H2020-SwafS-2016-17/H2020-SwafS-2017-1. CSA - Coordination and support action. 2018-2022. Disponible en: <https://www.ucm.es/supera/>

- Tur, V., y Núñez, P. (2018). Grupos académicos españoles de investigación en Comunicación. *Communication & Society*, 31(4), 173-192.
- Urabayen, M. (1994). La investigación sobre comunicación social en España: panorama general. *Tercera trovada iberoamericana d'investigadors de la comunicació. Cultura i comunicació social: América Llatina i Europa Ibérica*. Barcelona: Cedec, 81-8.
- Verloo, M. (2005). Displacement and Empowerment: Reflections on the Concept and Practice of the Council of Europe Approach to Gender Mainstreaming and Gender Equality. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 2(3), Fall 2005, 344-365. DOI: <https://doi.org/10.1093/sp/jxi019>
- Walby, S. (1990). *Theorizing Patriarchy*. Basil: Blackwell.