

## **Situación de las profesoras de relaciones públicas en España: el caso de las universidades en Andalucía**

Study of female public relations lecturers in Spain: the case of the  
universities in Andalusia

Daniel Guerrero-Navarro<sup>1</sup> | [ORCID ID](#)

[dguerrero@uma.es](mailto:dguerrero@uma.es)

Isabel Ruiz-Mora<sup>2</sup> | [ORCID ID](#)

[isabelruiz@uma.es](mailto:isabelruiz@uma.es)

Universidad de Málaga, España

Recepción: 14/12/2022 Revisión: 20/12/2022 Aceptación: 27/12/2022 Publicación: 28/12/2022

<https://doi.org/10.5783/revrrpp.v12i24.785>

### **Resumen**

Este artículo aborda la experiencia académica y profesional de las profesoras que imparten materias de relaciones públicas en las universidades de España. En concreto se analiza el caso de las universidades andaluzas con el fin de evaluar su afinidad y pertinencia a los contenidos de los planes de estudio, así como su situación laboral. Andalucía representa la región más poblada de España y concentra gran parte de la oferta nacional de grado. Mediante una metodología descriptiva, a través del análisis de contenido, se han estudiado 3 parámetros: docencia, investigación y experiencia académica y profesional de las docentes, comparando además su situación con la de los hombres. Las fuentes de información empleadas han sido las webs de las universidades y la información disponible en ORCID, Google Académico, LinkedIn, Academia y Researchgate. Como resultados nos encontramos con un equipo de docentes feminizado, con contratos temporales y con asignaturas muy fragmentadas; con experiencia docente e investigadora pertinente al área, aunque con escasa trayectoria profesional. Los hombres acaparan los puestos más estables. Se observa una desigual carga docente en el área entre las distintas universidades andaluzas. Como conclusión planteamos que el establecimiento de criterios que permitieran consolidar a las mujeres y al profesorado en su puesto laboral y en la elección estable de materias de relaciones públicas, facilitarían la conciliación, la mejora y pertinencia de la calidad docente e investigadora del profesorado andaluz. Es necesario seguir trabajando para mejorar la igualdad laboral de las mujeres y su acceso a la carrera académica en las mismas condiciones que sus compañeros.

---

<sup>1</sup> Daniel Guerrero-Navarro es Profesor Asociado en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6563-3851>.

<sup>2</sup> Isabel Ruiz-Mora es profesora Titular de Universidad en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6563-3851>. Contacto principal para la correspondencia editorial.

**Palabras clave:** relaciones públicas, docentes, género, mujer, universidades, Andalucía

### **Abstract**

This article deals with the academic and professional experience of the female lecturers who teach public relations subjects in Spanish universities. Specifically, it analyses the case of universities in Andalusia, both public and private, to assess their affinity and relevance to the contents of the curricula, and their work situation, an issue that has been little explored until now. The case of Andalusia represents the most populated region in Spain and concentrates a large part of the national offer of degree courses. In this context we pose the following questions: What is the academic-research profile of women lecturers teaching public relations in Andalusian universities? What is the situation of women compared to men in the academic field of public relations in Andalusia? We want to focus on the actors in the public relations teaching process and learn about the current situation in academia.

From the theoretical point of view, this work proposes a triangulation of contents focused on public relations studies in the European Higher Education Area (EHEA), teaching practice and the situation of the teaching staff, with an emphasis on the role of women.

From the methodological point of view, we want to achieve two specific objectives: to study the employment situation of public relations teachers in Andalusia, investigating the situation of women; and to determine how the teaching of public relations subjects is structured in the region. Using a descriptive methodology and through content analysis, three parameters were studied: lecturing, research, academic and professional experience. An analysis form has been designed to provide a description of the profile of each lecturer and of the public relations subjects selected, specifically we have reviewed:

- Teaching: review of the modules guides of the public relations subjects taught in the selected degrees. We analysed: teaching team, coordination and number of teachers, gender, contractual relationship, number of subjects taught per teacher, type of subject (compulsory, core, optional), credit load and year.
- Experience: professional and academic career, training, possession or not of a doctorate and speciality.
- Research activity: research production of each subject, lines of research and publications related to the teaching given.

The main sources of information have been the universities websites, ORCID, Google Scholar, LinkedIn, Academia and ResearchGate. This study is geographically limited to the Autonomous Community of Andalusia in Spain and to universities (public and private), that offer communication degrees with public relations subjects.

Results show many temporary staff and very fragmented subjects, the majority are female lecturers, but with relevant PR teaching and research experience, although with little professional experience in the sector. Furthermore, there is an unequal teaching load in the area between the different universities. Most public relations teaching staff are women, but it is women who fill the most unstable positions (and suffer the consequences of holding such positions), while men in permanent positions are in the majority. To conclude, we consider that the establishment of criteria that would allow for the consolidation of (female) lecturers in their jobs and in the stable choice of public relations subjects would facilitate the work-life balance, improvement and relevance of the teaching and research quality of Andalusian

university teaching staff. More needs to be done to improve women's equality in the workplace and their access to academic careers on the same terms as their peers.

**Keywords:** public relations, lecturers, gender, university, women, Andalusia

### Sumario

1. Introducción
2. Marco teórico
3. Metodología
4. Resultados
5. Discusión y conclusiones
6. Referencias

### Summary

1. Introduction
2. Theoretical framework
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and conclusions
6. References

## 1. INTRODUCCIÓN

Las relaciones públicas son un área con gran proyección en el ámbito profesional y académico, teniendo repercusión en el aspecto organizativo (Moreno, Verhoeven, Tench y Zerfass, 2014; Verčič, Zerfass y Wiesenberg, 2015) y en la sociedad (Xifra, 2020). Asistimos a un cambio en los enfoques bajo los que se trabajan las relaciones públicas, puesto que se atiende a lo que interesa a las organizaciones y a su contribución al capital social (Botan y Taylor, 2004; Sommerfeldt, 2013), pero también a la democracia (Hurst y Johnston, 2021), y al estudio del rol de la mujer tanto en el ámbito profesional (Moreno, Khalil-Tolosa y Tench, 2021), como en el académico, el cual resulta aún más escaso y, como comenta Topic et al. (2019), marginal. Es oportuno puntualizar que, a nivel general, los estudios sobre la mujer en la academia española han aumentado en los últimos años (Lozano Cabezas y Iglesias Martínez, 2014).

Las relaciones públicas contribuyen a generar “un capital social que conecta individuos, grupos y organizaciones” (Edwards, 2016: 61). Es una nueva forma de concebir la disciplina, ya que cada vez son más en la comunidad académica los que demandan unas relaciones públicas centradas en los públicos y no sólo en las organizaciones y la defensa de sus intereses (Hurst y Johnston, 2021). Existen además reflexiones sobre su situación laboral y la de la profesión

(Tench y Topić, 2017; Topić et al., 2019; Aktas, 2020). Abordamos este trabajo desde la óptica de las personas y del rol activo que desarrollan las profesionales en la enseñanza de las relaciones públicas.

Este nuevo contexto nos hace plantear las siguientes preguntas: ¿Cuál es el perfil académico-investigador de las profesoras que enseñan relaciones públicas en las universidades andaluzas? ¿Cuál es la situación de las mujeres en comparación con los hombres en el ámbito académico de las relaciones públicas en Andalucía? Queremos centrarnos en las agentes del proceso de enseñanza de las relaciones públicas y ahondar en la afinidad que existe entre ellas y las materias que imparten, así como en su situación laboral, cuestiones poco exploradas hasta ahora, que nos permitirán conocer parte del contexto actual en el que se forma a las y los futuros profesionales. Pretendemos ofrecer un diagnóstico de la situación en la que la mujer desarrolla su labor académica, que permita inferir fortalezas y debilidades, con el fin de facilitar a las instituciones educativas datos de utilidad para mejorar la situación laboral y mejorar, en consecuencia, la experiencia de aprendizaje del alumnado.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Abordamos teóricamente este trabajo planteando una triangulación de contenidos: los estudios de relaciones públicas en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), la práctica docente y la situación del profesorado.

Desde que en 1991 se instaura la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas en España (Xifra, 2015: 151), la unión de las relaciones públicas a la publicidad ha acarreado un desequilibrio estructural en el peso y presencia que, a las relaciones públicas (a través del número de asignaturas y docentes), se le ha otorgado en los planes de estudios (Castillo y Xifra, 2006; Matilla, Hernández y Compte-Pujol, 2018: 92). Son varios los procesos y transformaciones a los que se han enfrentado estos estudios, pero ninguno se ha utilizado para equilibrar la situación. En la implantación del EEES no se aprovechó la ocasión para crear nuevos grados que separasen ambas disciplinas (Matilla, Hernández y Compte-Pujol, 2018: 92-93).

Los estudios de comunicación cuentan desde hace décadas con una alta demanda de formación (ANECA, 2005: 15) en España y una alta ocupación de plazas, por lo que han

adquirido “una significación universitaria relevante, al mismo tiempo que social, económica y política” (Álvarez, Castillo y Ruiz, 2022: 2). El marco regulatorio ha ido adaptando la estructura de los estudios universitarios, provocando que la perspectiva profesional haya convivido con otros aspectos educativos, académicos, como la investigación o el impacto transformador de los estudios de la comunicación en la sociedad (Caffarel, Domínguez y Romano, 1989; Castillo y Carretón, 2010; Repiso y Torres-Salinas, 2014). En este contexto, las relaciones públicas han sido coprotagonistas con las demás disciplinas de la comunicación, enfatizando su influencia como fenómeno social (Ihlen y van Ruler, 2007).

Son varios los trabajos que han profundizado en los estudios de relaciones públicas en el EEES (Castillo, Álvarez-Nobell y Múñiz, 2013; Cuenca, Compte, Matilla y Hernández, 2017; Matilla, Cuenca y Compte, 2017; Matilla, Hernández y Compte-Pujol, 2018), manifestando la situación y evolución de los estudios y contenidos. Sigue de manifiesto la desigualdad de estos, frente a otras disciplinas como la publicidad, así como la inclusión de términos como el de comunicación corporativa que, acaba relegando a las relaciones públicas (Míguez, 2013), en pro de una práctica profesional más orientada a las grandes corporaciones y alejándose del fenómeno social mencionado por Ihlen y van Ruler (2007).

En la reflexión sobre la práctica docente, el trabajo de Muñoz y Luhr (2011) explora la enseñanza de la práctica profesional de las relaciones públicas y nos plantea cómo orientar la docencia ante el reto tecnológico. Plantean la necesidad de pasar de un modelo de enseñanza lineal a uno basado en las “múltiples soluciones” que se pueden esbozar en un entorno real de trabajo, donde la tecnología adquiere papel protagonista (Muñoz y Luhr, 2011: 116). Porto y Mosteiro (2014) y Vázquez et al. (2012) profundizan en la formación del profesorado ante el reto del EEES, y la importancia de contar con formación necesaria para adquirir las competencias docentes profesionales (Porto y Mosteiro, 2014: 145). Más allá de manejar los contenidos, para desarrollar una enseñanza de calidad se debe desplegar un conjunto de saberes propios de su perfil profesional (Delgado, 2013). Debe ser un profesional versátil y flexible, capaz de adaptarse a diferentes situaciones, así como responder a los nuevos retos y necesidades (García y Maquilón, 2010).

Centrados en las relaciones públicas, L'Etang y Pieczka (2006) hicieron una llamada a una “radicalización” en los planes de estudio de la disciplina, y Wright y Van Slyke Turk (2007) pidieron que el profesorado de relaciones públicas tuvieran más influencia en su propio destino. Este llamamiento ha resultado ser un reto para el sector académico. Mules (2021: 1, citando a Fitch, 2016; L'Etang, 2016; L'Etang y Pieczka, 2006) plantea dos razones: la propia disciplina sigue centrada en legitimar su existencia como profesión, así como las cuestiones asociadas a la credencialización profesional. El profesorado en búsqueda de este cambio se enfrenta a una tensión entre dos dimensiones profesionales: apoyar la profesión o aspirar a deconstruir e influir en la práctica profesional, para dar voz a las personas que tienen menos poder (Mules, 2021) y representación, entre ellas las mujeres (Moreno, Fuentes y Khalil, 2018) y las académicas. A pesar de la aparición de enfoques críticos de las relaciones públicas, éstos han tenido una influencia limitada en la práctica (Dozier y Lauzen, 2000; Edwards, 2015; Fitch, 2016; L'Etang y Pieczka, 2006; Moloney, 2006).

No podemos obviar trabajos que profundizan en la situación del profesorado (Álvarez, Castillo y Ruiz, 2022; Repiso, Berlanga, Said-Hung y Castillo, 2020) que, aunque engloban a todos los estudios de comunicación, revelan también la realidad de la situación del profesorado de relaciones públicas en España. Álvarez, Castillo y Ruiz (2022: 10) concluyen que la plantilla del profesorado español está masculinizada, al igual que la dirección de los centros (facultades), mientras que en posgrado la presencia femenina está en aumento. Repiso et al. (2020: 8) confirman que el número de hombres (titulares y catedráticos, puestos permanentes) es mayor al de mujeres, pero apuntan que la presencia de mujeres es cada vez mayor en ambas figuras laborales. Aunque no disponemos de datos que confirmen el número de personas que integran las figuras laborales (no permanentes) en estudios de comunicación en España, Repiso et al. (2020: 9) muestran que, de media y tras la llegada de la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación) y sus procesos de acreditación, se emplea un promedio de 11 años en alcanzar la figura de titular de universidad tras la defensa de la tesis (la cantidad asciende a 21 años en el caso de los catedráticos). La implantación de ANECA ha supuesto un retraso de 5-6 años para poder alcanzar la estabilidad laboral. Los autores apuntan a varios motivos:

el aumento de requisitos académicos que llevan implícitos los criterios de la acreditación, así como los años de crisis en los que no ha habido contrataciones, lo que ha alargado la promoción universitaria retrasando las carreras académicas y envejeciendo al claustro (Repiso et al, 2020: 9).

Los resultados de Sierra (2014) sobre la situación del profesorado universitario español que trabaja en comunicación arrojó que sólo el 24,3 % era funcionario (contrato permanente) y la edad media era 48 años (Sierra, 2014: 765-768), lo que muestra la alta inestabilidad laboral que existe en el área de comunicación y la dilatada trayectoria a la que se enfrenta el profesorado. Posiblemente, estos datos hayan mejorado, porque el estudio se realizó justo cuando comenzaba a aumentar el presupuesto estatal en I+D+i<sup>3</sup>, aunque son ilustrativos de la situación actual del área y el estado en el que trabaja el personal docente de las universidades españolas. El profesorado con peor estabilidad profesional (contratos no permanentes y profesorado asociado) presentaban peores resultados en satisfacción, estrés y salud (Cladellas, Castelló y Parrado, 2018).

### 3. METODOLOGÍA

Con el fin de alcanzar el objetivo principal de este trabajo, que es analizar y conocer la situación profesional de las profesoras de relaciones públicas de las universidades andaluzas, se ha diseñado una metodología de corte descriptiva, para responder a estas dos preguntas:

- ¿Cuál es el perfil académico-investigador de las profesoras de relaciones públicas en las universidades andaluzas?
- ¿Cuál es la situación de las mujeres en comparación con los hombres en el ámbito académico de las relaciones públicas en Andalucía?

Como objetivos secundarios, nos planteamos:

- Profundizar en la situación laboral del profesorado de relaciones públicas en Andalucía, indagando en la situación de las mujeres.

---

<sup>3</sup> Véase la evolución anual del personal en I+D proporcionada por el Sistema de Información sobre Ciencia, Tecnología e Innovación del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España <https://www.ciencia.gob.es/Estrategias-y-Planes/Sistema-de-Informacion-sobre-Ciencia--Tecnologia-e-Innovacion--SICTI-/Datos-globales-del-sistema/Personal-en-I-D.html>

- Determinar cómo se estructura la enseñanza de las materias de relaciones públicas en la región.

A través del análisis de contenido, analizaremos el perfil del profesorado asignado a materias de relaciones públicas en las universidades de Andalucía, calibrando su idoneidad con la asignatura impartida y su situación laboral. El análisis de contenido es “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (Krippendorf, 1990: 28), y, además “permite su utilización tanto desde un punto de vista cuantitativo como cualitativo, aprovechando las ventajas de ambos enfoques al combinarse de una forma sistemática y reproducible” (Guix, 2008: 27). Para ello, se ha diseñado una ficha de análisis con las siguientes variables y categorías:

- Docencia: análisis de guías docentes de las asignaturas de relaciones públicas. Revisando: equipo docente, coordinación y número de docentes, género, vinculación contractual, número de asignaturas impartidas por docente, tipo de asignatura (obligatoria, troncal, optativa), carga en créditos y curso.
- Experiencia: trayectoria profesional y académica, formación, posesión o no de doctorado y especialidad.
- Actividad investigadora: producción investigadora, líneas de investigación y publicaciones relacionadas con la docencia impartida.

Las fuentes de información han sido las webs institucionales de las universidades, las guías docentes de las asignaturas y la información que se ofrece sobre el profesorado a través de los departamentos y/o centros de adscripción. Esta información se completa con la información pública disponible en ORCID y Google Académico para la información referente a investigación; la red social profesional LinkedIn y las redes académicas Academia y Researchgate, para indagar en la variable experiencia. La codificación nos permitirá enfrentar los perfiles docentes tanto femeninos como masculinos con las materias de relaciones públicas a través de un análisis cruzado.



Este estudio se limita geográficamente a la Comunidad Autónoma de Andalucía en España y a las universidades, públicas y privadas, que ofertan títulos oficiales de comunicación donde se imparten asignaturas de relaciones públicas. En este caso, nos encontramos con la región más poblada del estado español (INE, 2022) y con una amplia oferta académica, la tercera a nivel nacional.

Para la búsqueda de la oferta formativa, recurrimos al buscador de títulos del Ministerio de Universidades del Gobierno español, QUEDU<sup>4</sup> y al listado de universidades andaluzas incluidas en la CRUE<sup>5</sup>, seleccionando las universidades que imparten estudios sobre relaciones públicas en Andalucía: Universidad de Cádiz, Universidad de Granada, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla y la privada Universidad de Loyola. Se han incluido dos centros adscritos<sup>6</sup> a universidad pública donde se imparten enseñanzas de comunicación: EUSA (adscrito a la Universidad de Sevilla) y San Isidoro (adscrito a la Universidad Pablo de Olavide). La selección de las asignaturas de relaciones públicas siguió los siguientes criterios (por orden de relevancia):

1. Reconocimiento: perteneciente a un grado del área de comunicación, en el curso 2021/2022.
2. Denominación: mención de las “relaciones públicas” en el título o que la vinculación fuera evidente, siguiendo los trabajos de Míguez-González (2013) y Matilla, Hernández y Compte-Pujol (2018).
3. Contenidos: Libro Blanco de los Estudios de la Comunicación (ANECA, 2005).

El universo de estudio ha estado compuesto por todas las universidades andaluzas (4 públicas, 1 privada y 2 centros adscritos) que imparten estudios de comunicación (Grado en Comunicación, Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Periodismo - en total 12) y por todas las asignaturas que componen dichos grados. Se han identificado 10 títulos con enseñanzas de relaciones públicas y 73 asignaturas de forma

---

<sup>4</sup> Se puede acceder en este enlace: <https://www.educacion.gob.es/notasdecorte/busquedaSimple.action>.

<sup>5</sup> Pueden consultar el listado en este enlace: <https://www.crue.org/universidades/>.

<sup>6</sup> Centro Adscrito: centro vinculado mediante la firma de un convenio a una Universidad, imparten los títulos en idénticas condiciones académicas. Los alumnos de estos centros, además de las tasas académicas, suelen realizar otros pagos periódicos.

específica. La recopilación de los datos y el posterior análisis se han llevado a cabo durante enero-marzo de 2022; la fase analítica se realizó por duplicado y de forma consecutiva.

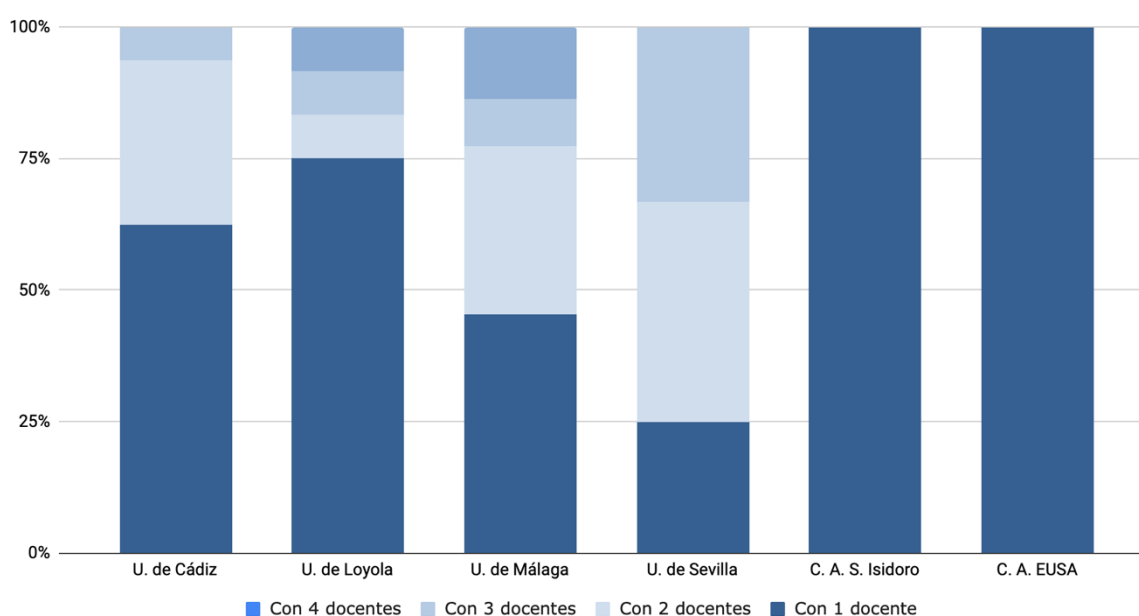
#### 4. RESULTADOS

##### Tipología de las materias

La mitad de las asignaturas analizadas son de naturaleza optativa (36 optativas sobre el total de 73), por lo que la oferta de contenidos obligatorios y optativos es similar. El número de asignaturas de relaciones públicas que se imparte en cada grado es muy dispar; puesto que mientras en los centros adscritos sólo se imparten 3 y 8 asignaturas (San Isidoro y EUSA, respectivamente), hay cierto equilibrio entre Cádiz (16 materias) y Sevilla y Loyola (ambas con 12 asignaturas), pero lejos de las 22 asignaturas impartidas en los estudios de comunicación en Málaga.

Ese global de carga lectiva en Andalucía está mayoritariamente repartida entre docentes que asumen la docencia de la totalidad de la asignatura (58,90 %), frente a los que comparten la misma con dos (24,65 %), tres (10,95 %) o cuatro (5,47 %) personas. Esa tendencia generalizada no se cumple en la Universidad de Sevilla, donde el 75% de las doce asignaturas es compartida por un equipo de dos o tres docentes.

Figura 1. Porcentaje de asignaturas según el número de docentes y universidad



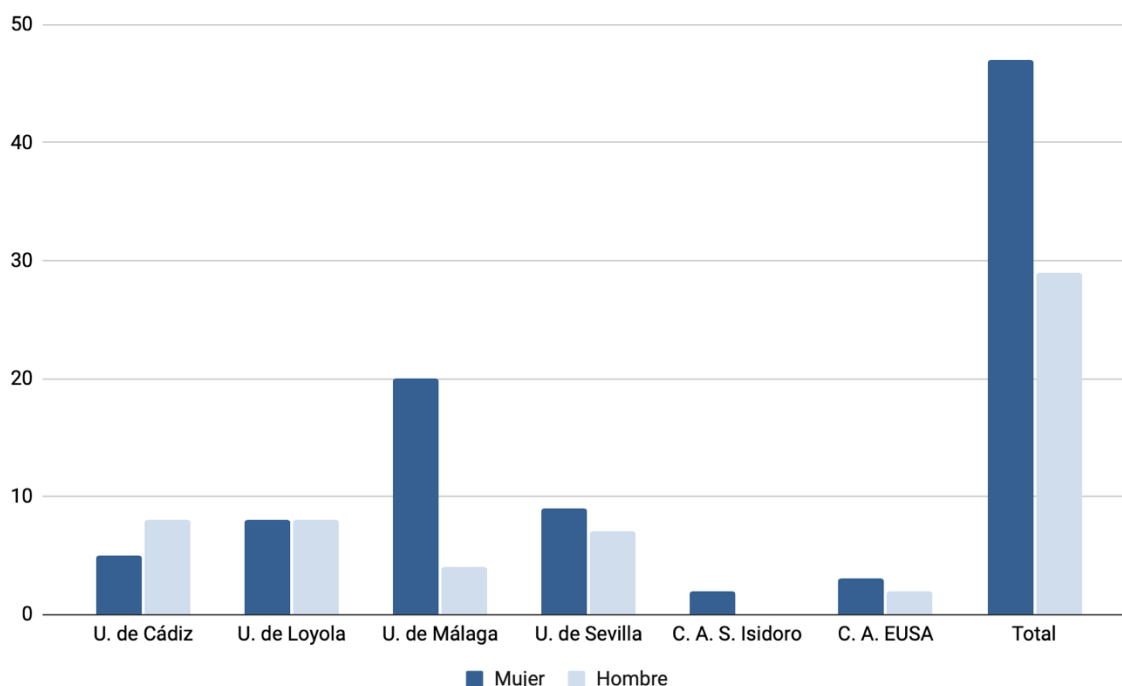
Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con el análisis de la asignación, son 76 el número de docentes que asumen el total de las 73 asignaturas mencionadas. La mayoría (60,52 %) imparte sólo una asignatura, mientras que hay profesorado que participa en la docencia de dos (25 %), tres (11,84 %) y hasta cuatro asignaturas diferentes (2,63 %). En este caso, encontramos la desviación a la tendencia en Málaga, donde la mayoría del profesorado (54,16 %) participa en más de una materia.

### Género y estabilidad laboral

Para dar respuesta al objetivo principal, observamos que la presencia de la mujer sí es mayoritaria en la docencia en esta área en Andalucía, puesto que el 62 % del profesorado es mujer. En Loyola existe paridad (ocho docentes de cada género), mientras que la predominancia masculina está solo presente en Cádiz (61,53 %). La cuota femenina más relevante se encuentra en Málaga, con un 83,33 % de mujeres docentes.

Figura 2. Profesorado según género por universidades



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la vinculación laboral (tabla 1), encontramos en las universidades públicas de Sevilla, Málaga y Cádiz que el profesorado de carrera (funcionarios/as o catedráticos/as) son

responsables sólo del 26,41 % de la carga docente, acentuado en la Universidad de Cádiz, donde sólo dos docentes de los trece son funcionarios (15,38 %). Por el contrario, el profesorado asociado y sustituto interino, no permanentes, participan en el 39,4 % del total de las materias del área. Estas dos figuras representan dos de las categorías laborales más inestables del sistema académico español y, como vemos, son responsables de gran parte de los contenidos que se imparten.

Se reafirma la hipótesis de Repiso, et al. (2020) acerca de la masculinización del profesorado funcionario (catedráticos y titulares), pero con creciente cuota femenina, puesto que representa el 42,8 % del total (sin embargo, la presencia de catedráticas es mínima); con especial incidencia en Málaga, donde, en el área de relaciones públicas, las mujeres con figura contractual funcional suponen el 80 % (sin ninguna catedrática).

Tabla 1. Categoría laboral del profesorado que imparte asignaturas de relaciones públicas en Andalucía

Categoría	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Catedrático/a de universidad (CU)	3	75%	1	25%	4	5,20%
Titular de universidad (TU)	8	57,20%	6	42,80%	14	18,40%
Profesor/a contratado/a doctor/a (PCD)	5	41,60%	7	58,40%	12	16%
Profesor/a colaborador/a (PC)	-	-	1	100%	1	1,30%
Profesor/a ayudante doctor/a (PAD)	1	12,50%	7	87,50%	8	10,50%
Profesor/a asociado/a (Asoc)	7	41,20%	10	58,80%	17	22,30%
Personal investigador en formación (PIF)	-	-	3	100%	3	4%
Adjunto/a	1	100%	-	-	1	1,30%
Asistente	-	-	1	100%	1	1,30%
Profesor/a sustituto/a interino/a (PSI)	3	23,10%	10	76,90%	13	17,10%
Sin delimitar	1	50%	1	50%	2	2,60%
<b>Totales</b>	<b>29</b>	<b>38%</b>	<b>47</b>	<b>62%</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Estabilidad del profesorado

Estabilidad	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Total personal permanente <sup>7</sup>	16	52%	15	48%	31	41%
Total personal no permanente	13	29%	32	71%	45	59%

Fuente: elaboración propia.

Observando las tablas 1 y 2 vemos que, aunque la presencia de mujeres es mayor (62 %), la distribución de éstas en las categorías más estables (funcionarias) difiere de este resultado. Hay más hombres catedráticos (75 %) y titulares (57,2 %) que mujeres; por el contrario, son mayoría las mujeres en las categorías laborales no funcionarias (en su mayoría, temporales), destacando las ayudantes doctoras (87,5 %), profesoras sustitutas interinas (76,95 %), asociadas (58,8 %) y contratadas doctoras (58,4 %). En categorías de formación (PIF), el 100% del personal es mujer (vemos un reflejo aquí también del efecto tijera). Se observa la presencia de un techo de cristal en la estabilidad laboral, lo que consecuentemente influirá en la presencia de mujeres en cargos directivos y de gestión.

### Formación, experiencia docente e investigadora

Los datos nos muestran que el profesorado cuenta con una formación adicional a la requerida en cada figura laboral, de tal forma que, en los casos de las figuras a tiempo completo, encontramos a casi la mitad del profesorado con estudios de grado o posgrado adicionales a su titulación de doctores. Esta formación complementaria está principalmente orientada a estudios sobre dirección estratégica, comunicación corporativa, marketing y formación de profesorado. En el caso de docentes a tiempo parcial, el 43,75 % del profesorado asociado posee el título de doctor o doctora. Es reseñable que, entre los docentes, el 15 % de hombres y el 25 % de mujeres poseen más de un título universitario de postgrado.

<sup>7</sup> En esta investigación se considera personal permanente a las figuras funcionarias (CU y TU), las demás son consideradas no permanentes, puesto que sus contratos laborales se pueden rescindir por la universidad.

La experiencia docente e investigadora del profesorado universitario andaluz en el área es extensa y homogénea, puesto que la media se sitúa cerca de los diez años (9,87). Destaca la Universidad de Cádiz, con una media de 13,12 años de experiencia de sus docentes. Por género, los hombres (12,66 años) poseen más antigüedad docente que las mujeres (8,56 años), lo que influye, como hemos visto, en la estabilidad laboral.

En el estudio de la actividad investigadora (publicaciones) y su afinidad con el área, encontramos que el profesorado imparte asignaturas de temáticas afines con más del 50 % de su producción científica total en más de un tercio de los casos (35,45 %). En el lado opuesto, existe un sector del profesorado (21,82 %) que imparte docencia en materias en las que no ha dedicado ni el 10 % de su actividad investigadora. En Sevilla encontramos el mayor porcentaje de profesorado con alta pertinencia investigadora (52 %) y en Loyola, con el mayor porcentaje de cuerpo docente con menor afinidad (42,75 %). En cuanto a análisis de género, los profesores (25,64 %) han generado ligeramente mayor producción científica afín al área de relaciones públicas que sus compañeras (22,41 %) sobre el total de su producción.

### **Ámbito profesional**

La experiencia profesional específica en el sector de la comunicación muestra unos resultados positivos en la vinculación, puesto que existe experiencia profesional afín en más del 60 % de los casos. Un 32,77 % ha acumulado más de una década.

Los sectores profesionales de los que provienen esas experiencias son las instituciones públicas, las fundaciones, los medios de comunicación, las agencias de comunicación o publicidad y la consultoría. Existe también una experiencia profesional acumulada en otras universidades, con casuísticas de profesorado contratado hasta en tres o cuatro universidades anteriormente. En cuanto a géneros, solo el 20 % de los hombres ha trabajado en más de una universidad, mientras que son más del 30 % de las mujeres, las que acumulan dos o más experiencias profesionales universitarias distintas. A pesar de ello, más del 50% de los hombres acumula más de 10 años de experiencia, por el 25 % de las mujeres con ese bagaje.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El perfil de las docentes universitarias andaluzas del área de relaciones públicas presenta un cuerpo de profesorado inestable en su situación laboral, a pesar de su experiencia docente e investigadora. Aunque la masculinización del profesorado universitario es una realidad, en el área de las relaciones públicas en Andalucía no se confirma esa tendencia y, por tanto, la situación en esta comunidad contribuye a la evolución que está compensando gradualmente esos resultados. Esto nos invita a reflexionar sobre el rol que tienen las instituciones y asociaciones profesionales y académicas ante esta situación, pero, sobre todo, a valorar el esfuerzo y la trayectoria de la mujer en el ámbito académico en general, y en el de las relaciones públicas en particular, con especial incidencia en Andalucía. Como apuntaban Izquierdo-Iranzo, Gaitán-Moya y Caferrell-Serra (2020: 49) de forma optimista, se espera que al mismo tiempo que aumenta “la población de investigadoras”, lo haga la representación de la mujer en el ámbito académico de la comunicación. Sin embargo, observamos que en materia de precariedad son las mujeres las que cubren los puestos más inestables (y sufren las consecuencias de ocupar dichos puestos), mientras que son mayoría los hombres con plazas permanentes. Ellas son más, pero con peores contratos. Se observa la presencia de un techo de cristal en la estabilidad laboral, lo que consecuentemente influirá en la presencia de mujeres en cargos directivos y de gestión.

En el ámbito académico de relaciones públicas en Andalucía, la inestabilidad sigue siendo femenina. Cada día son más las mujeres que acceden a estudios superiores, que se gradúan y que inician sus carreras académicas a través de los estudios de doctorado (hemos observado cómo son mayoría las que ocupan las plazas de formación). Sería deseable que esta participación se viera reflejada al mismo nivel en los puestos más estables de la carrera académica, así como en el liderazgo de centros y proyectos de investigación. En el ámbito académico español, la mujer aún no representa el 50 %. Son más las mujeres que ingresan en los estudios de doctorado, pero menos las que llegan a puestos estables (profesoras titulares y catedráticas), como recoge el estudio Científicas en cifras (Unidad de Mujer y Ciencia, 2021: 35-36) del gobierno español.

En términos generales, la docencia en las universidades andaluzas recae sobre equipos con vinculación no funcionarial, con especial incidencia en el profesorado temporal: incluyendo a asociados (tiempo parcial), sustitutos interinos o con contrato de formación investigadora. Por tanto, también se demanda una necesaria estabilización del profesorado universitario de ambos géneros.

El número de docentes sin contrato permanente es aún elevado, lo que incide directamente en la estabilidad de las plantillas y en la capacidad de los departamentos de poder planificar la asignación docente con certeza, tiempo y criterios mínimos de calidad docente, sobre todo referentes a número de docentes que participan en una misma asignatura y cantidad de asignaturas asignada a cada docente. Desarrollar planes de igualdad y estabilización de las plantillas, contratar al personal necesario con antelación suficiente para poder incluirlos en los procesos de asignación docente y velar por una coherencia en la propia asignación (considerando, experiencia y formación académica) pueden ser medidas que alivien esta situación.

Pero existen más causas que impiden la consolidación de la docencia, puesto que observamos un gran número de asignaturas compartidas (fragmentadas) por varios docentes, con casos de equipos formados por tres o cuatro profesores distintos, por lo que la coordinación de las materias se plantea más compleja. No es aventurado afirmar que plantillas precarizadas, con docentes sin capacidad para poder especializarse en un número reducido de materias, redunde en una menor calidad de la docencia y de la experiencia de aprendizaje que se produce en el aula. Nos preocupa la incidencia de esta cuestión en el propio aprendizaje y en el “*engagement* del profesorado universitario”, entendido éste como la implicación, vinculación y compromiso con su desempeño laboral (Bernal-Guerrero y Donoso-González, 2017), cuestiones que podrán ser objeto de futuras investigaciones.

Al analizar la producción investigadora y su pertinencia al área, podemos afirmar que es preciso mejorar los criterios de asignación docente, puesto que el número de profesoras y profesores que imparte docencia en materias sobre las que no han investigado nada o muy poco es aún significativo. La afinidad o pertinencia como criterio prioritario en la asignación docente no se cumple en la totalidad de los centros universitarios andaluces, si bien es cierto



que no siempre es posible cumplir con las indicaciones académicas de las universidades a este respecto.

No obstante, encontramos en el cuerpo de profesorado andaluz una acumulada experiencia, tanto docente como investigadora, además de una formación complementaria sólida. Entre los perfiles del profesorado que han acumulado antigüedad profesional externa a la labor docente e investigadora universitaria, existe experiencia en el área de las relaciones públicas en sectores de la administración pública y las fundaciones, además de las consultorías o agencias de comunicación y publicidad. Concluimos, por tanto, que la afinidad existente entre el profesorado que imparte las materias de relaciones públicas y su formación y experiencia es adecuada, sin una diferencia significativa por géneros, aunque podría mejorar al vincular no sólo experiencia y formación, sino incluir también la investigación como un criterio en la asignación de materias.

Aunque los resultados en Andalucía resultan alentadores, sería necesario ampliar el ámbito de estudio para poder inferir si efectivamente se está produciendo un cambio en la tendencia actual de los estudios de comunicación, que como apuntan Álvarez, Castillo y Ruiz (2022), son áreas de trabajo masculinizadas.

Entre las limitaciones de este trabajo, debemos mencionar que el ámbito geográfico no permite mostrar una radiografía a nivel nacional, sólo regional, y sería necesario seguir ahondando en la situación de la mujer en la academia considerando otras cuestiones como el liderazgo de la investigación.

## 6. REFERENCIAS

AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN – ANECA. (2005). *Libro Blanco. Títulos de Grado en Comunicación*. Barcelona: ANECA. Recuperado de <https://bit.ly/39yR5Du>.

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

ÁLVAREZ-NOBELL, A., CASTILLO, A., y RUIZ-MORA, I. (2022). Estudios de grado, master y doctorado en Comunicación en España tras los 50 años de su instauración. *Profesional de la información*, 31(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.09>

BERNAL-GUERRERO, A., y DONOSO-GONZÁLEZ, M. (2017). "Engagement" y bienestar en el profesorado universitario. Hacia la delimitación de indicadores evaluativos. *Contextos Educativos. Revista De Educación*, 20, 183–199. <https://doi.org/10.18172/con.2997>

BOTAN, C. H., y TAYLOR, M. (2004). Public relations: State of the field. *Journal of Communication Management*, 54(4), 645–661. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02649.x>

CAFFAREL-SERRA, C., DOMÍNGUEZ, M. y ROMANO, V. (1989). El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987). *Cuadernos de investigación en comunicación (Cinco)*, 3, 45-57.

CASTILLO, A., ÁLVAREZ-NOBELL, A. y MUÑIZ, J. A. (2013). EEES y la formación de comunicación en España. Estructura de la oferta de posgrado. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19 (número especial, marzo), 99-110. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.42015](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42015)

CASTILLO, A. y CARRETÓN, C. (2010). Research in Communication. Bibliometric study in journals of Communication in Spain. *Communication & Society*, 23 (2), 289-327. <https://hdl.handle.net/10171/27872>

CASTILLO, A. y XIFRA, J. (2006). Investigación bibliométrica de las tesis doctorales españolas sobre relaciones públicas. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 34, 141-161. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/55449>

CLADELLAS, R., CASTELLÓ, A. y PARRADO, E. (2018). Satisfacción, salud y estrés laboral del profesorado universitario según su situación contractual. *Revista de Salud Pública*, 20 (1), 53-59. <https://doi.org/10.15446/rsap.V20n1.53569>

CUENCA, J., et al. (2017). Un análisis de los masters universitarios españoles especializados en Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa (curso 2016-2017) desde la perspectiva de las Relaciones Públicas. *Obra Digital*, (13), 37–57. <https://doi.org/10.25029/od.2017.156.13>

DELGADO, V. (2013). *La formación del profesorado universitario. Análisis de los programas formativos de la Universidad de Burgos (2000-2011)* (Tesis inédita de doctorado). Burgos: Universidad de Burgos. <https://doi.org/10.36443/10259/206>

DOZIER, D. y LAUZEN, M. (2000). Liberating the intellectual domain from the practice: Public relations, activism, and the role of the scholar. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 3–22. [https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1201\\_2](https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1201_2)

EDWARDS, L. (2016). The role of public relations in deliberative systems. *The Journal of Communication*, 66(1), 60–81. <https://doi.org/10.1111/jcom.12199>

EDWARDS, L. (2015). An historical overview of the emergence of critical thinking in PR. En J. L'Etang, D. Mckie, N. Snow, y J. Xifra (Eds.), *The Routledge handbook of critical public relations* (pp. 16–28). London: Routledge.

FITCH, K. (2016). *Professionalising public relations: History, gender and education*. Londres: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-57309-4>

GARCÍA, M. P. y MAQUILÓN, J.J. (2010). El futuro de la formación del profesorado universitario. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(1), 17-26. <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217017192002.pdf>

GUIX, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Revista de Calidad Asistencial*, 23 (1), 26-30. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(08\)70464-0](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70464-0)

HURST, B. y JOHNSTON, K.A. (2021). The social imperative in public relations: Utilities of social impact, social license and engagement. *Public Relations Review*, 47 (2), 102039. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102039>

IHLEN, Ø y VAN RULER, B. (2007). How public relations works: Theoretical roots and public relations perspectives. *Public Relations Review*, 33 (3), 243-248. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2007.05.001>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - INE (2022). *Población por comunidades y ciudades autónomas y sexo*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2853>.

KRIPPENDORF, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Ibérica.

IZQUIERDO IRANZO, P., GAITÁN MOYA, J.A. Y 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*, 37 (1), 31-52. <https://raco.cat/index.php/Comunicacio/article/view/387159>.

L'ETANG, J. (2016). Public relations, activism and social movements: Critical perspectives. *Public Relations Inquiry*, 5(3), 207–211. <https://doi.org/10.1177/2046147X16675665>

- L'ETANG, J., y PIECZKA, M. (2006). *Public relations: Critical debates and contemporary practice*. Londres: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203822449>
- LOZANO CABEZAS, I. y 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>
- MATILLA, K., HERNÁNDEZ, S. y COMPTE-PUJOL, M. (2018). Modelos profesionales y grados universitarios de publicidad y relaciones públicas en España desde la perspectiva de las relaciones públicas (2017-2018). *Communication papers. Media literacy and gender studies*, 7 (15), 91-104. <https://bit.ly/3HACkwt>
- MATILLA, K., CUENCA-FONTBONA, J. y COMPTE-PUJOL, M. (2017). An analysis of the university curricula of Spanish “dircoms” from a public relations approach. *Public Relations Review*, 43(3), 624-634. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.003>
- MÍGUEZ-GONZÁLEZ, M. I. (2013). De las relaciones públicas a los nuevos conceptos de la comunicación: problemas terminológicos. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 9 (26), 125-142. <https://www.redalyc.org/pdf/709/70928465009.pdf>
- MOLONEY, K. (2006). *Rethinking public relations: PR propaganda and democracy* (2nd ed.). Londres: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203030592>
- MORENO, Á., FUENTES, C., y KHALIL, N. (2018). *Gendercom. Brechas y oportunidades de género en la profesión de Gestión de la Comunicación en España*, de <https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/04/Informe-Gendercom.pdf>
- MORENO, Á., et al. (2014). Increasing power and taking a lead - What are practitioners really doing? Empirical evidence from European communications managers. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, IV (7), 73-94. <https://dx.doi.org/10.5783/RIRP-7-2014-06-73-94>
- MORENO, Á., KHALIL-TOLOSA, N., y 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>
- MULES, P. (2021). Making space for activism studies in public relations curricula. *Public Relations Review*, 47 (3), 102033. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102033>
- MUÑOZ, K. y LUHR, R., (2011). Docentes en la profesión de Relaciones Públicas: del agente de prensa al gestor de comunicación en redes. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1 (1), 111-124. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-1-2011-05-111-124>

PORTO, A. M., y MOSTEIRO, M. J. (2014). Innovación y Calidad en la Formación del Profesorado Universitario. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 17(3), 141–156. <https://doi.org/10.6018/reifop.17.3.204101>

REPISO, R., et al. (2020). Titularidad y cátedras en Comunicación en España (2000-2019). Distribución, ritmos de promoción, transferencia entre universidades y endogamia. *Profesional de la información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.22>

REPISO, R. y TORRES-SALINAS, D. (2014). Comunicación y documentación: dos disciplinas convergentes pero distintas. *Anuario ThinkEPI*, 8, 225-229. <https://bit.ly/3QvPfUu>

SIERRA, J. (2014). Análisis de la situación laboral del profesorado de Ciencias de la Comunicación en España. *Historia y Comunicación Social*, 19 (número especial febrero), 759-778. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45064](http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45064)

SOMMERFELDT, E. J. (2013). The civility of social capital: Public relations in the public sphere, civil society, and democracy. *Public Relations Review*, 39(4), 280–289. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.12.004>

TENCH, R., y 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. et al. 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/>

UNIDAD DE MUJER Y CIENCIA. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. (2021). *Científicas en cifras 2021*. Recuperado de: <https://www.ciencia.gob.es/Secc-Servicios/Igualdad/cientificas-en-cifras.html;jsessionid=3CF79E0A317FF6D08A4E141686ED9E8C.2>

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (2021). *Plan de Ordenación Docente Curso 2021-2022*. Recuperado de <https://bit.ly/3N0UqZH>

VÁZQUEZ, A., et al. (2012). Formación del profesorado para el Espacio Europeo de Educación Superior. *Aula abierta*, 40(2), 25-38. <https://reunido.uniovi.es/index.php/AA/issue/view/1039/145>.

VERČIČ, D., ZERFASS, A. y WIESENBERG, M. (2015). Global public relations and communication management: A European perspective. *Public Relations Review*, 41 (5), 785–793. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.06.017>

WRIGHT, D., y VANSLYKE TURK, J. (2007). Public relations knowledge and professionalism: Challenges to educators and practitioners. En E. L. Toth (Ed.), *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation* (pp. 571–588). Londres: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410613967>

XIFRA, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *Profesional de la información*, 29 (2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

XIFRA, J. (2015). La ‘enseñanza’ universitaria de la Comunicación Corporativa en Cataluña. En Matilla, K. (Coord.). *Historia de la Comunicación Corporativa en Cataluña* (pp. 147-199). Barcelona: UOC - Colección Dircom.

#### **Forma de citar este artículo:**

GUERRERO-NAVARRO, D. Y RUIZ-MORA, I. (2022). Situación de las profesoras de relaciones públicas en España: el caso de las universidades en Andalucía, 12 (24), 23-44. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v12i24.785>.