

Treball Final de Grau

Investigadores en el camp de la comunicació a Espanya.

Anàlisi de la publicació *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura (1980-2022)*.

Autora: Mercedes Estorch Garcia

Tutora: Ana de Quadras Ayuso

Grau de Comunicació

Puteaux (França), Juny 2023

Índex

Índex de gràfics i taules.....	2
1. Resum	3
2. Introducció.....	4
3. Justificació de la recerca	6
4. Preguntes de recerca.....	8
5. Objectiu general i objectius específics	9
6. Metodologia	9
7. Marc teòric	11
7.1. Definicions.....	11
7.2. Aproximació històrica als estudis de comunicació: acadèmia i investigació	12
7.2.1. Els primers anys d'una nova disciplina	13
7.2.2. El naixement del mite dels pares fundadors de la comunicació	14
7.2.3. Consolidació d'una disciplina científica	15
7.2.4. Segona meitat del segle XX.....	16
7.3. La comunicació a Espanya	17
7.3.1. Els orígens: Des de finals del segle XIX a principis del segle XX.	18
7.3.2. Període franquista.	19
7.3.3. Consolidació i expansió.....	22
7.3.4. Les dones a la universitat espanyola en l'actualitat	23
7.4. Comunicació amb perspectiva de gènere.....	25
7.4.1. Efecte Matilda	27
7.4.2. Les invisibilitzacions de les investigadores en comunicació	28
8. Resultats de l'anàlisi de la revista <i>Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura</i> , de la Universitat Autònoma de Barcelona (1980-2022).....	30
8.1. Dades generals	31
8.2. Autoria.....	34
8.3. Autores	35
8.4. Paraules clau	38
9. Conclusions.....	39
10. Bibliografia i Referències bibliogràfiques	42

Índex de gràfics i taules

Gràfic 1. Presència de dones i homes en les categories de la carrera acadèmica a les Ciències Socials i Jurídiques	24
Gràfic 2. Evolució de les autories femenines	32
Gràfic 3. Tendència de les autories dels articles.....	32
Gràfic 4. Evolució de l'autoria única per gènere.....	34
Taula 1. Gènere de directors/res i codirectors/res de Tesis Doctorals	24
Taula 2. Nombre d'autors en articles i gènere dels signants.....	24
Taula 3. Nombre d'articles per autor/a	31
Taula 4. Articles d'homes i dones publicats per any.....	33
Taula 5. Articles signats per una única persona	34
Taula 6. Repartiment del gènere de l'autoria principal d'articles signats per dues o més persones.....	35
Taula 7. Repartició per gènere d'articles en col·laboració	35
Taula 8. Autores amb més articles publicats	36
Taula 9. Paraules clau	39

1. Resum

Diversos estudis constaten la feminització dels estudis de Comunicació a Espanya, això no obstant, aquesta majoria de dones no es veu reflectida a les assignatures teòriques a les universitats, en les quals no apareixen gaires dones investigadores. Aquest Treball Final de Grau consisteix en una recerca amb perspectiva de gènere de la investigació en el camp de la comunicació a Espanya. Se situa l'objecte d'estudi mitjançant una introducció al marc contextual i conceptual per, a continuació, analitzar la presència d'investigadores espanyoles en l'àmbit de la comunicació a través de l'estudi dels articles publicats a la revista científica *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura* des dels seus inicis, l'any 1980, fins al 2022. S'ha realitzat una investigació qualitativa teòrica, centrada en una revisió bibliogràfica i documental per tal d'identificar l'estat de la qüestió sobre la participació de les dones als estudis de la comunicació a través de la història i en particular a Espanya. En segon lloc, s'ha portat a terme una investigació empírica amb un enfocament quantitatiu, amb l'anàlisi de la revista de comunicació en actiu més antiga d'Espanya, indexada a les principals bases de dades científiques, com Scopus.

Com a resultat d'aquesta investigació s'ha confirmat la dificultat de les dones per trobar un espai en la investigació acadèmica en comunicació en el passat, així com la tendència a l'alça de la participació de les investigadores en la publicació analitzada.

Paraules clau: Dona; Estudis de gènere; Perspectiva de gènere; Investigació en comunicació; Efecte Matilda; Teories de la comunicació.

Abstract:

Several studies show the feminisation of studies in communication in Spain, but this majority of women is not reflected in the theoretical subjects at universities, where not many female researchers appear. This bachelor's thesis consists of a gender-based research in the field of communication in Spain. The object of study is positioned by an introduction to the context and conceptual framework, to continue with an analyse of the presence of Spanish researchers in the field of communication through the study of the articles published in the scientific journal *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura* from its first year, in 1980, until 2022. A theoretical qualitative research has been conducted, focusing on a bibliographic and documentary review in order to identify the status of the issue of women's participation in communication studies throughout history and particularly in Spain. Secondly, empirical research has been conducted with a quantitative approach, though the analysis of Spain's oldest active communication journal, indexed in major scientific databases, such as Scopus. As a result of this research, it has been confirmed the difficulty for women to find their space in academic research in communication in the past, as well as the upward trend in their participation in research the analysed publication.

Keywords: Women; Gender studies; Gender Mainstreaming; Communication Research; Matilda Effect; Communication Theory.

2. Introducció

“El segle XXI ha de ser el segle de la inclusió i aquesta ha de comptar amb el lideratge i la participació de les dones en condicions d’igualtat”¹. Aquestes paraules les va dir, l’any 2013, Michelle Bachelet, secretaria general adjunta de les Nacions Unides i directora executiva d’ONU Dones. L’any 2020, António Guterres, secretari general de l’ONU, repetia el mateix missatge, declarant el segle XXI el segle de la igualtat de les dones².

La idea principal d’aquest treball és descobrir si a l’àrea dels estudis de les Ciències de la Comunicació existeixen dones investigadores. Entenem com a camp de la comunicació a les àrees de coneixement de periodisme, comunicació audiovisual, publicitat i relacions públiques. En el passat no van participar en la vida acadèmica o, per algun motiu, s’ha oblidat el seu nom? En la mateixa Universitat Oberta de Catalunya (UOC), revisant els recursos educatius de l’assignatura Teories de la comunicació del grau de Comunicació, hem llegit sobre Lasswell, Shannon i Weaver, Lazarsfeld, Berelson... A les assignatures de Relacions Públiques sobre Rex Harlow, Edward Bernays... Però hem trobat poques autores i investigadores: Hazel Gaudet, Elisabeth Noelle-Newman i poc més. Aquest fet és extensible a altres universitats espanyoles. Una investigació realitzada durant el curs 2020-2021 a 36 universitats espanyoles (García-Jiménez et al., 2022) va concloure que el nombre d’autores que apareixen als programes docents d’assignatures teòriques dels graus de Periodisme continua sent minoritari. Es va revisar la bibliografia de 108 plans docents que incloïen 2226 referències bibliogràfiques, amb un total de 2419 autors/res, d’entre els quals només el 18,11% eren autores, mentre que 16 de les guies no feien cap referència a autores. Les autores de l’article destacaven igualment que els noms femenins que apareixien als plans docents eren, sobretot, d’autores contemporànies, com la mateixa Leonarda García-Jiménez.

En els últims anys, es parla molt de la feminització de les Ciències de la Comunicació. Segons la 2a edició de l’estudi *La mujer en comunicación y RR.PP. en España*, realitzat per ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación) l’any 2020, les relacions públiques són un referent pel que fa a igualtat laboral. L’estudi reflectia que el 72,8% dels empleats de les consultores de relacions públiques i comunicació, que pertanyien a l’associació, eren dones. Igualment, un 67,11% de la línia intermèdia, un 56,9% dels membres dels comitès de direcció i un 56% dels alts càrrecs eren dones.

Si revisem la realitat universitària espanyola, també trobem diverses investigacions que ens confirmen una feminització dels estudis en Ciències de la Comunicació (Ramírez et al., 2015; Rivero et al., 2015). Com a dada general, l’informe *Dades i Xifres del Sistema Universitari Espanyol 2022-2023*, publicat per la Subdirecció General d’Activitat Universitària del Ministeri d’Universitats, afirma que la majoria de les matriculacions i titulacions a les universitats espanyoles corresponen a dones. En el cas dels estudis de la branca de les Ciències Socials i

¹ Bachelet, Michelle. (2013). *El siglo de la inclusión y la plena participación de las mujeres: Conferencia de Kapuscinski por Michelle Bachelet*. ONU Mujeres.

<https://www.unwomen.org/es/news/stories/2013/2/the-century-of-inclusion-and-womens-full-participation>

² Noticias ONU. (2020). *La inequidad de género en el siglo XXI es una estupidez*.

<https://news.un.org/es/story/2020/02/1470311>

Jurídiques, a la qual pertanyen els estudis de Comunicació, el curs 2021-2022 el nombre de dones matriculades va ser del 60,6%. L'informe també assegura que el rendiment de les alumnes universitàries és superior al dels homes i la seva taxa d'abandonament és menor.

No obstant això, aquesta presència femenina no es veu reflectida als textos acadèmics de les diverses matèries que constitueixen els estudis de les Ciències de la Comunicació (García-Jiménez et al., 2022). Les causes d'aquesta absència poden ser variades, i és que no cal oblidar que a Espanya, per exemple, les dones van tenir vetat l'accés als estudis universitaris fins al 1910, any en el qual es va regular l'accés igualitari a la universitat (Duch, 2014). Trobem un altre exemple a la prestigiosa Universitat de Colúmbia, als Estats Units, que va fundar la seva Escola de Periodisme l'any 1912. En un primer moment, la seva junta directiva s'oposava a admetre dones als seus estudis. Finalment, es va aconseguir revisar aquesta prohibició i Colúmbia va admetre a les dones, però va establir una quota del 10% que es va mantenir fins a l'any 1968 (Rivero et al., 2015). Montserrat Duch (2014: 15), però, considera que, potser, la raó de l'exclusió a la qual les dones es van veure submeses al llarg de la història es basa, simplement, "en la discriminació per raó de sexe consubstancial al patriarcat"³.

Aquest treball es tracta d'una investigació transversal als diferents àmbits dels estudis del grau de Comunicació, ja que pretén estudiar les bases de les Teories de la comunicació. Per fer-ho, realitzarem una investigació teòrica basada en la revisió de la bibliografia existent, nacional i internacional, sobre el tema d'estudi. El nostre objectiu és deixar palès la manca d'aquests referents femenins en l'àmbit de les Teories de la comunicació i fer un recull d'algunes de les investigadores teòriques en el camp de les Ciències de la Comunicació recollides per diverses autores que han tractat aquesta qüestió, com Aimee-Marie Dorsten, Allison L. Rowland, Peter Simonson, Nancy Signorielli o Leonarda García-Jiménez, entre altres. El present projecte, però, no pretén fer una compilació integral de totes les autores que han col·laborat o dirigit alguna investigació en comunicació, ja que aquest seria un projecte molt ambiciós. Ens veiem en l'obligació, doncs, a limitar el camp d'estudi i a circumscriure'l a la investigació a Espanya.

El treball comença amb una breu revisió històrica de les Teories de la comunicació parant especial atenció als estudis portats a terme als Estats Units, donat que es considera aquí on les Ciències de la Comunicació es van consolidar com a disciplina científica (Rowland i Simonson, 2014). Destaquem, en primer lloc, les dècades que van del 1930 al 1960, en les quals es considera que la investigació en comunicació es va organitzar institucionalment (Rowland i Simonson, 2014). Continuem amb els anys seixanta i principis dels anys setanta, quan es considera que les dones van aconseguir "saltar la tanca"⁴ (Dorsten, 2016: 3) i van accedir a la investigació amb entitat pròpia, sense necessitat de formar part d'un grup de recerca o de col·laborar amb algun altre investigador, com havia passat en anys anteriors. Repassem la història dels estudis en comunicació a Espanya i finalitzem aquesta primera part revisant quin ha estat l'accés de les dones als cercles universitaris i a la investigació, tot amb la finalitat de donar a conèixer quin va ser el seu paper i recuperar algunes d'aquestes investigadores i els seus projectes.

³ Duch Plana, Montserrat. (2014). *A empentes i rodolons. Els obstacles sexistes en l'accès de les dones a la universitat espanyola. Cent anys de dones a la universitat* / Inma Pastor, editor. (Pastor, Ed.), 15-27. Publicacions Universitat Rovira i Virgili.

⁴ Totes les traduccions incloses en aquest document són pròpies.

Finalment, en una segona part del treball, analitzem la revista científica *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, per tal de copsar l'estat de la representació de les dones en la recerca en l'àmbit de les Ciències de la Comunicació a partir dels anys vuitanta. La revista *Anàlisi* està publicada pel Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Fundada l'any 1980, és la publicació científica en comunicació, en actiu, més antiga d'Espanya (Castillo-Esparcia et al., 2014). Mitjançant una anàlisi quantitativa dels articles publicats, hem determinat la presència d'autores i quina ha estat l'evolució de la seva participació en els 42 anys d'activitat de la revista. Aquesta anàlisi ens ha servit per determinar la presència femenina en la producció científica de les Ciències de la Comunicació a Espanya des dels anys vuitanta fins a l'actualitat.

3. Justificació de la recerca

Els processos de comunicació han estat analitzats des de diverses disciplines: la filosofia, la història, la psicologia, la sociologia o les matemàtiques, per citar-ne algunes (Mattelart, 1997). Es considera que la comunicació és una disciplina científica jove i, de fet, existeixen debats sobre la manca d'una definició clara de què és la comunicació, així com quin és el seu objecte d'estudi o de si es pot parlar d'una disciplina científica. Però si revisem la bibliografia, són molts els autors i les publicacions que defineixen què és la comunicació i delimiten el seu objecte d'estudi. Precisament a la publicació de la UOC *Teories de la comunicació*, que serveix com a manual de l'assignatura del mateix nom, Miquel Rodrigo Alsina i Anna Estrada Alsina (2009) determinen que l'objecte d'estudi de la Teoria de la comunicació és la comunicació humana en les seves manifestacions de la vida quotidiana. I què és la comunicació humana? És "un procés històric, simbòlic i interactiu pel qual la realitat social és produïda, compartida, conservada, controlada i transformada" (Gifreu, 1991 a Rodrigo Alsina i Estrada, 2009: 19).

James W. Carey (2008) al seu llibre *Communication as culture*, recull dues concepcions de la comunicació, una des de la perspectiva de la transmissió (*transmission view*) i una altra des de la de ritual (*ritual view*). És a dir, per una banda, la idea de la comunicació com a transmissió de senyals o missatges per controlar l'espai o la gent, i de l'altra, com a "procés simbòlic mitjançant el qual la realitat es produeix, es manté, es repara i es transforma" (Carey, 2008: 19). Leonarda García-Jiménez (2023: 7) aprofita aquestes dues perspectives per definir la comunicació humana, de la qual ens parlaven Rodrigo Alsina i Estrada, com a "un intercanvi d'informació i un procés simbòlic que produeixen una triple entesa (de nosaltres mateixos, de l'altre i de l'entorn social), mitjançant el qual construïm allò que som i la societat en la qual vivim".

Tots aquests conceptes s'estudien en les Teories de la comunicació, una de les àrees més científiques de la nostra disciplina i en la qual trobem pocs referents femenins. En una investigació realitzada pel doctor en Ciències de la Informació Daniel E. Jones (1998), en la qual es revisa l'estat de la investigació en comunicació a Espanya i l'autoria de les investigacions, només apareixen una dotzena d'investigadores d'entre més d'un centenar de noms: Rosa Franquet, Amparo Moreno, Maria Corominas, Rosario de Mateo Pérez, María Dolores Montero, Maria Eulàlia Fuentes, Mar de Fontcuberta, Magda Albero i Núria Amat de la Universitat Autònoma de Barcelona; María Cruz Seoane, María Dolores Sáiz, Emilia Currás

i Sara Núñez de Prado de la Universitat Complutense de Madrid (UCM); i María Pilar Diezhandino Nieto de la Universitat Carlos III de Madrid.

Si mirem estudis més actuals, la perspectiva no és molt diferent. Com s'ha explicat anteriorment, segons un article publicat per García-Jiménez, Torrado-Morales i Díaz Tomás (2022), només el 18,11% dels noms que apareixen a les guies docents de les assignatures teòriques de la comunicació, en 36 universitats espanyoles, són dones. Tot i la feminització dels estudis de les Ciències de la Comunicació, encara manca l'exemple de dones en els camps teòrics. Les autores "continuen sense ser referència fonamental ni font d'autoritat en una disciplina que ha tendit a excloure les aportacions femenines" (García-Jiménez et al. 2022: 110).

És que, al llarg de la història, les aportacions de les dones al camp de la investigació, ja sigui atenent a les necessitats materials dels investigadors homes, actuant com a sòcies silencioses en el procés de recerca, o com a investigadores de ple dret, han comptat amb menys visibilitat i reconeixement que les dels homes. I, naturalment, no és diferent l'ocorregut a la disciplina dels estudis en comunicació en els quals les contribucions de les dones encara continuen absents dels registres històrics (Jansen, 2002). És el que es coneix com a l'efecte Matilda, en honor a l'activista pels drets de les dones i les minories, Matilda Joslyn Gage. Un fenomen segons el qual no es reconeixen els descobriments i estudis de les dones. A més d'aquesta invisibilització, s'han realitzat experiments, com el que Knobloch-Westerwick, Glynn i Hugué van portar a terme l'any 2013, amb el qual van corroborar que existia un biaix de gènere entre els acadèmics que tendien a associar les publicacions d'autors a una millor qualitat científica. També es va detectar un major interès a col·laborar amb els acadèmics homes, per davant de les dones. No en va, s'atribueix a les dones característiques que les fan més apropiades per cuidar dels altres, situant-les com a subjectes ideals per portar a terme activitats de suport: secretaries, administratives, entrevistadores, codificadores, etc. Mentrestant, als homes se'ls defineix amb uns atributs com l'assertivitat, confiança i control, que els ha situat com a idonis per la feina científica (García-Jiménez et al., 2022).

Analitzar el paper i la presència de la dona en el camp de la comunicació és important per tal de recuperar el seu patrimoni que, històricament, ha estat exclòs dels repositoris i discursos oficials. "L'anàlisi de la configuració epistemològica dels camps científics des d'aquesta variable [la de gènere] és pertinent i una iniciativa a la recerca de la justícia hermenèutica, que denuncia l'homogeneïtzació del coneixement que històricament ha negat a la dona com a subjecte científic" (García-Jiménez et al., 2022: 92).

Una disciplina científica es defineix pel seu context institucional i per l'organització intel·lectual del camp d'investigació (Saperas, 2016). Les universitats i centres d'investigació van contribuir, i ho continuen fent, a la institucionalització de la investigació en comunicació. En aquest sentit, les dificultats de les dones per accedir a les universitats pot ser un dels motius que expliqui l'hegemonia dels homes en el camp de la investigació en comunicació. El periodista Walter Williams va fundar la primera escola universitària de ciències de la informació a Missouri, l'any 1908. Tot i que la universitat estava oberta tant a homes com a dones, en els seus primers deu anys, només 29, dels 149 alumnes graduats, van ser dones. Mary Paxton Keeley va ser la primera dona a graduar-se en l'escola de periodisme de la Universitat de Missouri l'any 1910 (Lockwood, 1929). L'any 1912 es va crear l'escola de periodisme de la Universitat de Colúmbia, amb més dubtes sobre si admetre dones als seus estudis o no. Com hem comentat anteriorment, després d'un debat previ, es va decidir

acceptar-les, però es va imposar una quota d'un 10% que no es va abolir fins a l'any 1968 (Rivero et al., 2015).

A Espanya, no va ser fins a l'any 1971 que es van crear les facultats de Ciències de la Informació a la Universitat Complutense de Madrid i a la Universitat Autònoma de Barcelona. Les va seguir la facultat de Ciències de la Informació de la Universitat de Navarra, l'any 1972, tot i que aquesta portava funcionant des de l'any 1958 sota el nom de l'Institut de Periodismo (Barrera, 2021). “Puc recordar que la presència de dones entre el professorat de les antigues escoles de periodisme era excepcional, o que, en l'etapa de creació de les facultats de Comunicació, [...] aquesta presència era encara mínima” (Moragas, 2021: 16). Ha calgut molta feina i esforços per arribar a la igualtat de gènere. Segons dades extretes de l'aplicació *QEDU (qué estudiar y dónde)* del Ministeri d'Universitats, en el curs 2022-2023, a 54 universitats públiques i privades de l'estat espanyol s'han ofert un total de 74 graus en l'àmbit de la comunicació. D'altra banda, la producció científica espanyola en comunicació se situa en la quarta posició en la base de dades Social Sciences Citation Index (SSCI) de Web of Science, entre els anys 2010 i 2020, només per darrere dels Estats Units, Anglaterra i Austràlia (Repiso i Moreno-Delgado, 2022). Les aportacions de les dones acadèmiques al camp de la investigació en comunicació, però, no han rebut molta atenció per part de la comunitat científica (García-Jiménez et al. 2022).

Un dels objectius de l'Agenda 2030 per al desenvolupament sostenible de les Nacions Unides és, precisament, la igualtat de gènere. Precisament la nostra universitat, la UOC, també ha posat aquests objectius de l'Agenda 2030 en el centre del seu full de ruta pels pròxims anys. En el *Pla d'Igualtat de gènere 2020-2025* (UOC, 2020: 6) creat per la Unitat d'Igualtat de la UOC, entitat formada l'any 2008 amb la finalitat de desenvolupar polítiques d'igualtat en matèria de gènere a la universitat, es plantegen, entre altres, els següents reptes:

- “La presa de decisions està masculinitzada, mentre que la gestió està feminitzada.

[...]

- Hi ha biaix de gènere en els continguts i els recursos que s'ofereixen a l'alumnat.
- Hi ha poques dones liderant projectes de recerca i, si hi són, estan poc visibilitzades”.

Així doncs, el nostre treball troba la seva justificació en intentar aportar dades que demostrin si existeix un biaix de gènere en els estudis teòrics de les Ciències de la Comunicació, i que permetin preparar el camí per adaptar els recursos acadèmics.

4. Preguntes de recerca

Partim aquest treball des de la hipòtesi que la disciplina de la comunicació és una de les que mostra més paritat des d'una perspectiva de gènere. Aquesta paritat, però, no es veu reflectida en les assignatures teòriques dels estudis de comunicació, dominades històricament per figures masculines.

La presència de les dones investigadores a les bibliografies de les assignatures teòric-científiques és escassa, motiu pel qual se'ns plantegen les següents preguntes:

1. Històricament, van participar investigadores en l'àmbit de la recerca en els estudis de les Ciències de la Comunicació?
2. Existeix una bretxa de gènere en la investigació de la comunicació a Espanya?
3. Quines són algunes de les principals referències femenines en aquest camp a Espanya?
4. Quines línies d'investigació són les més desenvolupades per les investigadores?

Amb aquestes qüestions com a punt de partida, volem desenvolupar una recerca amb un nou punt de vista sobre la presència o absència de la dona en el camp de la investigació en els estudis de comunicació.

5. Objectiu general i objectius específics

Les investigadores, al llarg de la història, han tingut poca visibilitat i resulta difícil trobar referents femenins en el camp de la investigació dels estudis de la comunicació. Els relats que han conformat les Ciències i les Teories de la comunicació han estat dominats per investigadors (García-Jiménez, 2021).

Aquesta recerca té com a objectiu principal analitzar la presència o absència de referents femenins en l'àmbit de la investigació dels estudis de la comunicació a Espanya, entre 1980 i 2022, mitjançant la revisió de la bibliografia existent i l'anàlisi d'una publicació científica del camp de la comunicació.

Per tal d'aconseguir-ho, els objectius específics plantejats són els següents:

1. Analitzar la presència de dones investigadores en els estudis de la comunicació en la bibliografia existent.
2. Mitjançant una revisió de la revista *Anàlisi*, analitzar de manera estadística la producció i publicació d'articles d'investigadores versus els publicats per investigadors, des de la seva fundació fins a l'actualitat.
3. Identificar les principals investigadores i determinar quines són les línies d'investigació desenvolupades.

6. Metodologia

En aquest treball final de grau s'ha aplicat una metodologia mixta. En primer lloc, s'ha realitzat una investigació qualitativa teòrica, centrada en una revisió bibliogràfica i documental, amb l'objectiu d'identificar l'estat de la qüestió sobre la participació de les dones als estudis de la comunicació a través de la història. El nostre corpus de materials ha estat format per un conjunt de llibres, articles de revistes científiques, tesis i capítols de llibres publicats per autors i autores destacades en comunicació i, especialment, aquells amb interès en els temes de gènere. A partir de la revisió d'aquesta selecció s'ha portat a terme una anàlisi i síntesi de les aportacions fetes per aquestes rellevants acadèmiques (Dorsten, 2016; García-Jiménez, 2021 i 2022; Rowland i Simonson, 2014; Signorielli, 1996; Vera, 2012) amb la finalitat de fer una revisió del paper que han tingut les investigadores femenines en el camp de les Ciències de la

Comunicació al llarg de la història i quines han estat les possibles causes de la seva invisibilització.

En segon lloc, hem proposat una investigació empírica amb un enfocament quantitatiu i estadístic. Per aquest estudi s'ha analitzat una de les revistes espanyoles de comunicació indexada a les principals bases de dades, com Scopus o Sage Journals:

- *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*. Revista científica impulsada pel Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. És la més antiga de les publicacions d'aquest àmbit a Espanya que segueix en actiu. S'han revisat els articles publicats entre el primer any de llançament de la revista, el 1980, fins a l'any 2022 (71 publicacions), amb la finalitat de conèixer, de manera estadística, el nombre de dones investigadores que han publicat articles a la revista.

Una de les maneres d'avaluar la producció científica d'una àrea d'estudi és mitjançant l'estudi bibliomètric. La bibliometria consisteix a "aplicar mètodes matemàtics i estadístics als llibres i altres mitjans de comunicació" per tal de quantificar els processos de la comunicació escrita (Pritchard, 1969: 349).

En aquest cas hem analitzat la producció per autor durant el període esmentat anteriorment. Això ens ha permès identificar el nombre d'articles publicats per dones al llarg de la història de la revista *Anàlisi* i detectar si existeix una diferència amb l'activitat científica masculina. Amb aquest estudi també hem pogut comprovar l'evolució de la participació de les dones en la publicació, així com les temàtiques principals dels articles.

Per tal de mesurar la productivitat científica, es van exportar tots els articles publicats, des de 1980 fins als 2022, des del dipòsit digital de documents de la UAB (<https://ddd.uab.cat/record/2>) per a crear una base de dades en Excel que es va ordenar i codificar de manera manual. El resultat van ser 1012 registres, dels quals es van descartar 366 pels següents motius:

- No va ser possible determinar el gènere de 6 dels registres perquè a la signatura només apareixen les inicials.
- 6 dels articles els signen institucions.
- Els 354 restants no es consideren articles científics. Es tracta, per exemple, dels índexs, editorials, entrevistes, enquestes, llistats de llibres o ressenyes de llibres, congressos, cursos, etc. Aquest cribratge de dades s'ha fet eliminant, en primer lloc, els registres indexats al camp *Tipus d'article* com "altres", "editorial", "enquesta", "presentació" o "ressenya". La base de dades, però, és inconsistent, així doncs ha calgut fer un segon filtrat manual al camp *títol* per les següents paraules clau (en castellà i català): "editorial", "enquesta", "presentació", "ressenya", "entrevista", "congrés", "curs", "jornades", "simposi", "conferència", "trobada", "introducció", "bibliografia". En cas de dubte, s'ha comprovat el text original.

Els camps que consten a la base de dades per cada article són: Número de registre, URL, Digital Object Identifier (DOI), Idioma, Títol, Autoria, Afiliació institucional, Gènere, Any, Descripció, Paraules clau, Tipus d'article, Número de la publicació i Pàgina.

Per tal d'identificar el gènere de les persones de manera més àgil, vam crear algunes fórmules simples, com per exemple, "si el nom acaba amb la lletra A, és dona"; òbviament, tot i això, ha calgut una revisió per corregir els desviaments. En les referències en les quals únicament

apareixen les inicials dels noms, s'han fet cerques en els mateixos articles. En cas de dubte sobre el gènere, per exemple en els noms internacionals, es va comprovar a les pàgines web de les institucions (universitats, centres de recerca...).

Amb aquestes dades s'ha pogut determinar el nombre d'articles publicats únicament per dones, nombre d'articles publicats únicament per homes i articles signats per homes i dones conjuntament, prestant especial atenció al nom que apareix en primer lloc, ja que es considera que "l'ordre de signatura no és fútil a la investigació social, perquè el primer signant sol ser l'autor principal" (García-Jiménez et al. 2022: 102).

L'anàlisi d'una publicació i aquests indicadors no són els únics que poden aportar informació sobre l'estat de la participació de la dona al camp de la investigació a Espanya, però ofereixen informació rellevant, ja que aporten dades sobre el passat del camp i sobre l'evolució de l'activitat investigadora en una revista de referència en el camp de la comunicació.

Amb aquesta anàlisi mixta, doncs, hem volgut fer una revisió dels principals estudis sobre la qüestió plantejada en el treball i demostrar de manera fefaent si existeix un biaix de gènere en la investigació en l'àmbit de les Ciències de la Comunicació. Aquesta aproximació també ens ha permès comprovar l'evolució en l'accés de les dones a la recerca científica.

7. Marc teòric

7.1. Definicions

Les següents definicions es basen en el manual *Guidance on Gender Equality in Horizon 2020*, creat per la Comissió Europea (2016) i el *Marc general per a la incorporació de la perspectiva de gènere en la docència universitària* de l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (2018).

Gènere: És la construcció sociocultural que estableix els valors que conformen els models de comportament per a la feminitat i la masculinitat. Aquests valors culturals i actituds socials són diferents a cada època i a cada cultura i afecten també als productes, tecnologies, saber i al medi.

Sexe: Fa referència a les característiques biològiques de dones i homes en termes d'òrgans reproductius i funcions basades en la fisiologia i els cromosomes.

Igualtat de gènere: És l'absència de discriminació a les persones segons el seu sexe. Les persones tenen les mateixes oportunitats, disposen dels mateixos recursos, beneficis i accés a serveis i són lliures per a desenvolupar les seves capacitats personals i prendre decisions sense les limitacions imposades pels estereotips de gènere.

Perspectiva de gènere en la recerca: Per tal d'integrar la perspectiva de gènere en la recerca s'han de tenir en consideració les característiques biològiques i l'evolució social i cultural tant d'homes com de dones. Els investigadors han de portar a terme anàlisis de sexe i gènere en el procés d'investigació.

Docència amb perspectiva de gènere: “Implica prestar atenció a les similituds i a les diferències en les experiències, interessos, expectatives, actituds i comportaments de les dones i dels homes, així com identificar les causes i conseqüències de la desigualtat de gènere, per a poder combatre-la” (AQU, 2018: 13).

7.2. Aproximació històrica als estudis de comunicació: acadèmia i investigació

La comunicació, entesa com a procés i intercanvi d'idees, sempre ha estat un tema d'estudi i reflexió (Saperas, 1992) des de disciplines com la retòrica, la filosofia romàntica alemanya, l'hermenèutica filosòfica, la psicoanàlisi o la teoria de la cultura (Saperas 2012). Els experts, però, consideren que els estudis i Teories de la comunicació van sorgir als anys vint del segle XX, quan alguns investigadors van començar a investigar els efectes de la propaganda mediàtica. Avui en dia, la comunicació és una àrea d'estudi consolidada, en continu creixement i altament institucionalitzada: existeix en tot el món una àmplia oferta d'estudis de grau i de postgrau, grups d'investigació, publicacions científiques, congressos... Tot i això, els estudis de la comunicació estan contínuament sotmesos a un debat sobre la seva legitimitat científica (Armand i Michèle Mattelart, 1997). ¿Es tracta d'una disciplina científica o és només un camp d'estudi abordable des de diferents disciplines? Quin és el seu objecte d'estudi?⁵

Les Ciències de la Comunicació a Espanya s'inclouen en els estudis de les ciències socials, els quals reuneixen disciplines caracteritzades per la seva variabilitat, a causa del canvi (social i tecnològic) continu en el qual es troba la nostra societat. “Els canvis socials augmenten la dificultat de copsar una realitat social per a ser estudiada” (Rodrigo Alsina i Estrada, 2020: 14). Resulta difícil investigar quelcom que no es pot repetir d'igual manera i són molts els autors que coincideixen en el fet que aquest fet dificulta delimitar l'objecte d'estudi de les Teories de la comunicació, però el que sí que és “evident és la importància de la comunicació en la societat actual” (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009: 14). Rodrigo Alsina i García-Jiménez van proposar l'any 2008, al Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, la següent definició de quin és l'objecte d'estudi de la comunicació:

Els processos comunicatius “de diferents tipus de comunicació (interpersonal, grupal, organitzacional, mediàtica o cultural), destacant el protagonisme de la comunicació mediàtica”. Els experts van coincidir, però, en què aquesta última puntualització de la definició només era únicament aplicable a Espanya, ja que en altres països sí que s'han realitzat estudis que analitzen situacions comunicatives sense considerar a la comunicació de masses, al contrari que a Espanya on aquest tipus d'estudis són escassos (Rodrigo Alsina i García-Jiménez, 2008).

En el camp de les Ciències de la Comunicació, les Teories de la comunicació i la informació “s'han consolidat com una de les línies de recerca més importants” (Rodrigo Alsina i Estrada,

⁵ El present treball no té com a objectiu debatre sobre què és la comunicació, ni si és o no una ciència o sobre la manca d'un mètode propi o d'objecte d'estudi. Per aprofundir en aquestes qüestions, existeix una àmplia llista d'autors que han definit en les seves publicacions què és la comunicació i quin és el seu objecte d'estudi, entre d'altres: Saperas, 1992; Craig, 1999; Rodrigo Alsina, 2001.

2009: 13). De nou, recorrem a Rodrigo Alsina i García-Jiménez (2008: 12) per definir què són les Teories de la comunicació: “Conjunt d’aportacions teòriques, de natura reflexiva i interdisciplinària, que estudia els processos interactius comunicatius humans, en els quals amb freqüència incideixen les institucions dels mitjans”. Rodrigo Alsina i García-Jiménez atribueixen tres funcions a les Teories de la comunicació: una científica, de sistematització de models i processos; una altra de caràcter social (ajuden a comprendre el món contemporani) i l’última de caràcter docent, ja que són una eina perquè els alumnes entenguin la influència dels mitjans de comunicació en la societat actual. Les Teories de la comunicació ens ajuden a entendre de manera profunda el nostre entorn social i personal (García-Jiménez, 2019).

La investigació en comunicació és un dels camps d’estudi que evidencia un dels majors creixements en les últimes dècades (Rodrigo Alsina, 2007), tenint en compte que es tracta d’una disciplina relativament jove. Des de l’inici dels primers centres d’investigació i la creació de les primeres universitats, a principi del segle XX, fins als nostres dies, són moltes les investigacions, publicacions, reflexions i perspectives que han tingut els processos comunicatius com a objecte d’estudi.

7.2.1. Els primers anys d’una nova disciplina

“La història del camp de la comunicació configura el present de la disciplina” (García-Jiménez i Simonson, 2021: 13). Les Ciències de la Comunicació, com ja s’ha comentat, tenen el seu origen en diferents disciplines. Als Estats Units van beure de les ciències socials, el periodisme i l’oratoria, però és l’herència del periodisme la més comuna a tot el món, en alguns llocs, precisament, per la influència del model d’educació americà i en altres llocs per la influència de la ciència del periodisme alemanya (Simonson i Park, 2015). Proposem a continuació, tenint en compte aquesta forta arrel al periodisme, fer una revisió en paral·lel dels orígens de la investigació en comunicació i de les primeres escoles de periodisme.

La primera escola universitària de Ciències de la Informació es va crear en la Universitat de Missouri en 1908, seguida per la Universitat de Colúmbia el 1912. Durant molts anys es va posar en dubte si aquest model d’ensenyament, que defensava la necessitat d’una formació acadèmica juntament amb la pràctica a un diari, capacitava als periodistes per l’exercici de la professió. La idea més generalitzada tant als Estats Units, com a Europa, era que el periodisme era merament pràctic i la millor manera d’aprendre’l era treballant. Així doncs, en aquests primers anys no existeix una relació directa entre els estudis universitaris i la investigació (Barrera, 2021).

Existeix un ampli consens, des del punt de vista històric, en ubicar els orígens de la investigació en comunicació a principis del segle XX, època de màxima esplendor dels diaris, el primer mitjà de comunicació de masses, i del naixement i explosió de la ràdio. Aquests dos mitjans contribueixen al progrés social i cultural de la població, però també es converteixen en mitjans per a la propaganda política. Els estudis conductistes portats a terme als Estats Units, així com els estudis de Pavlov a l’URSS, pretenen demostrar científicament el poder de persuasió dels mitjans de comunicació. Durant els anys 20 i 30 neix la *Mass Communication Research* (recerca en la comunicació de masses) estatunidenca que basa els seus primers estudis en la propaganda i l’efecte dels mitjans de comunicació de masses sobre l’audiència (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009). És durant aquesta època que comencen a desenvolupar els seus estudis els

anomenats *pares fundadors* de la investigació en comunicació: Harold Lasswell, Carl Hovland, Kurt Lewin i Paul Lazarsfeld.

Pel que fa a Europa, només a Alemanya es va manifestar interès pels estudis de periodisme. Les universitats alemanyes, que van arribar a la dotzena als anys trenta (Barlow, 1936), formaven als estudiants de manera teòrica, formació que havien de complementar amb la pràctica posterior de l'ofici, donant lloc així al naixement de la Ciència del Periodisme (Zeitungswissenschaft) al país (Barrera, 2011). Va ser a Alemanya també on es crea l'Institut de Recerca Social de la Universitat de Frankfurt, l'any 1923, amb el finançament del comerciant Hermann Weil, amb la finalitat d'estudiar el marxisme. Això no obstant, no és fins que Max Horkheimer és nomenat director de la institució i amb la publicació de la *Revista d'Investigació Social*, l'any 1932, que es pot començar a parlar de l'Escola de Frankfurt com es coneix avui en dia. Les seves teories tenen signatura masculina: a més de Max Horkheimer, trobem a Theodor W. Adorno, Erich Fromm, Walter Benjamin, Leo Lowenthal i Herbert Marcuse.

Aquest panorama contrasta amb Anglaterra que únicament comptava amb una universitat a Londres (1919), o amb França amb només uns cursos a les universitats de París (1899) i Lille (1924). El món del periodisme a ambdós països, però, no confiava en aquest model d'educació basat en la teoria i no tant en la pràctica de l'ofici.

7.2.2. El naixement del mite dels pares fundadors de la comunicació

Tradicionalment, coneixem com a "pares fundadors" dels estudis en comunicació els sociòlegs Harold Lasswell i Paul Lazarsfeld i els psicòlegs Kurt Lewin i Carl Hovlan. El terme "pares fundadors" va ser encunyat per primera vegada pel teòric nord-americà Wilbur Schramm, en resposta a la ponència d'un altre investigador, Bernard Berelson, titulada *The State of Communication Research*. Ambdós participaven en una conferència organitzada per l'American Association for Public Opinion Research. Berelson afirmava que les investigacions en comunicació es trobaven estancades i destacava que en aquesta àrea només hi havia hagut quatre grans aproximacions, les presentades als estudis de Lasswell, Lazarsfeld, Lewin i Hovlan:

"Les principals línies d'investigació han estat l'enfocament polític, representat per Lasswell; l'enfocament de les enquestes d'opinió, representada per Lazarsfeld; l'enfocament dels petits grups, representada per Lewin; i l'enfocament experimental, representat per Hovland". (Berelson, 1959: 1. Traducció pròpia).

Berelson va publicar la seva ponència a la revista *The Public Opinion Quarterly*, l'any 1959, junts amb les rèpliques de Wilbur Schramm, David Riesman i Raymond A. Bauer. Schramm es mostrava més optimista amb el futur de la investigació en comunicació i va fer servir per primera vegada el terme "pares fundadors" (Otero, 2004) per referir-se als quatre investigadors abans mencionats:

"Tres dels "pares fundadors" de la investigació en comunicació continuen vius i actius, i encara és aviat, inclús vergonyós, parlar d'allò que ha vingut a continuació seva". (Berelson, 1959: 7).

Schramm va tornar a fer servir l'expressió "pares fundadors" al capítol *Communication research in the United States* del seu llibre *The science of human communication*. Es va iniciar d'aquesta manera el mite dels "pares fundadors" de la *Mass Communication Research*, la

coneguda corrent d'investigació nascuda als Estats Units. García-Jiménez (2021) culpa aquest fet d'ajudar a fer desaparèixer de la història el nom de les dones que van treballar com a investigadores i col·laboradores en el camp dels estudis de comunicació, com per exemple Herta Herzog o Hazel Gaudet.

7.2.3. Consolidació d'una disciplina científica

A les dècades entre el 1930 i 1950, als Estats Units, es van crear diversos centres de recerca finançats per institucions privades amb interessos als mitjans de comunicació. Són institucions públiques i fundacions, com el Princeton Radio Project, l'Office of Radio Research, el Bureau of Applied Social Research o el National Advisory Council on Radio in Education (Dorsten, 2016). En aquests centres es van portar a terme investigacions que van resultar en algunes de les teories considerades com a fundacionals de les Teories de la comunicació. Mereix especial atenció el paper que van tenir les investigadores durant la Segona Guerra Mundial en el camp de la Mass Communication Research (García-Jiménez, 2021). Com que els homes havien de marxar al front, en aquests centres de recerca treballaven moltes dones que s'havien graduat en els períodes entre guerres. Això no obstant, amb el final de la guerra, els homes van tenir prioritat per reincorporar-se al món laboral i a partir de 1948 ja es contractaven més homes que dones (García-Jiménez, 2021).

Es considera que els estudis de comunicació es consoliden com a disciplina científica l'any 1948, amb el model Lasswell i el model Shannon (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009):

- El model d'investigació establert per Harold Lasswell plantejava cinc preguntes a l'hora de descriure un acte de comunicació: qui, què diu, per quin canal, a qui i amb quins efectes (Rodrigo Alsina, 1995).
- Claude Elwood Shannon proposa un model matemàtic de la comunicació. Segons Shannon, en tot procés de comunicació intervé una font d'informació que produeix un missatge, un transmissor que codifica el missatge, un canal per transmetre el missatge i un receptor, que descodifica el missatge. En aquest procés també intervé allò que anomenem soroll que pot distorsionar el missatge (Rodrigo Alsina, 1995). Shannon definia la informació com a "tota dada sensorial que serveixi per reduir el nivell d'incertesa o reforçar el nivell de certesa ja existent" (Rodrigo Alsina, 2001: 39). Per a Rodrigo Alsina (2001), però, la influència del model de Shannon, més lligat a la cibernetica, tot i que va suposar un impuls al naixement de les ciències de la informació com a disciplina científica, ens allunya del nostre objecte d'estudi que és la comunicació humana.

Les teories d'aquesta època consideren els mitjans de comunicació com a un instrument imprescindible pel desenvolupament de la societat i, contràriament a les teories anteriors, aquestes minimitzen el poder d'influència dels mitjans sobre les persones.

Farem una especial menció a la teoria dels dos esglaons de la comunicació, formulada el 1944 per Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson i una de les primeres investigadores que veiem aparèixer, Hazel Gaudet, que, això no obstant, sembla haver caigut en l'oblit (García-Jiménez, 2021). La teoria dels dos esglaons de la comunicació sorgeix com a resultat de dues investigacions. La primera estudiava la influència dels mitjans de comunicació entre l'electorat, amb motiu de la campanya presidencial als Estats Units de 1940. La segona

estudiava el comportament dels consumidors, concretament es van estudiar els processos de decisió de 800 dones d'una població d'Illinois (Mattelart, 1997). Els autors van determinar la importància dels líders d'opinió a l'hora de la presa de decisions (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009). Existeixen dos esglaons, en un primer estan les persones que s'informen mitjançant els mitjans de comunicació, i en un segon esglaó les persones que dependran de les primeres (líders d'opinió) per obtenir la informació.

En l'àmbit acadèmic, l'escola de Missouri es publicita com la universitat estatunidenca en atorgar el primer doctorat en Periodisme l'any 1934. Per la seva part, Wilbur Lang Schramm va fundar, l'any 1943, mentre exercia com a director de la School of Journalism d'Iowa, el primer programa de doctorat en Comunicació de Masses als Estats Units, després d'haver treballat en una agència de propaganda governamental a Washington (Barrera, 2021).

El panorama a Europa, però, és ben diferent i continua funcionant el model artesanal de formació, en el qual l'aprenentatge es produïa amb la pràctica als mitjans.

7.2.4. Segona meitat del segle XX

Als anys cinquanta i seixanta va augmentar la tendència de les escoles de periodisme americanes en crear programes de doctorat. El desenvolupament d'aquesta estructura acadèmica va desencadenar una sèrie de diferències sobre el tipus d'educació que s'havia de donar a les escoles de periodisme; mentre un grup d'educadors i acadèmics, anomenats en anglès *chi-squares* (comunicòlegs), s'orientava a la investigació, un altre grup, els *green-eyeshades* (viseres verdes), continuaven centrant-se més en la pràctica del periodisme (Barrera, 2021). La tendència en aquest període, però, és deixar enrere la idea d'un ensenyament eminentment pràctic i prioritzar una educació que estudia els mitjans de comunicació des d'un vessant històric, cultural, social i econòmic (Barrera, 2022). Es tracta d'un període de màxima intensitat dels mitjans de comunicació de masses i la televisió es converteix en el mitjà més influent.

Europa continua sense reproduir aquesta formació universitària i tret d'algunes excepcions com Polònia, Txecoslovàquia, la República Democràtica Alemanya o la Unió Soviètica, continua imperant el model pràctic (Barrera, 2022).

En 1951, es funda a Gran Bretanya el National Council for the Training of Journalists (NCTJ), seguint les recomanacions d'una comissió designada pel govern, per regular la formació de periodistes. A França, només oferia cursos de periodisme l'Escola de Periodisme de la Universitat Catòlica de Lille. A Alemanya, només oferia aquesta formació el Werner Friedmann Institut de Munich. No va ser fins a finals dels anys seixanta i principis dels setanta que es comencen a crear programes d'ensenyament de periodisme a tota Europa occidental (Barrera, 2022).

L'any 1975, l'administració de França (el Conseil National des Universités) reconeix oficialment les "Ciències de la Informació i Comunicació" com a camp acadèmic, tot i que, com s'ha comentat prèviament, havien existit escoles de periodisme, com les de París, Lille i, posteriorment, a Estrasburg i Bordeus (Moragas, 2013).

Pel que fa a la investigació, però, sí que es van començar a crear centres que seguien la petjada dels Estats Units, a Holanda, Bèlgica, França, Itàlia o Suïssa (Barrera, 2022).

Respecte a les temàtiques de les investigacions, alguns autors com Lazarsfeld o Elihu Katz mantenen que els mitjans de comunicació tenen un poder limitat a l'hora d'influir en el públic, mentre que altres autors, com Marshall McLuhan o Herbert Marcuse, defensen el contrari: la influència dels mitjans en la societat (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009).

Durant els anys vuitanta i noranta es comencen a establir polítiques de comunicació a molts països i això es converteix en un objecte d'estudi prioritari. En aquest període comencen les investigacions sobre els efectes cognitius dels mitjans de comunicació de masses. D'aquesta dècada destaca la teoria de l'Espirall del Silenci, que versa sobre la formació de l'opinió pública, desenvolupada per la investigadora Elisabeth Noelle-Newman (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009).

A partir dels anys noranta s'obre una nova etapa marcada pels esdeveniments polítics com la caiguda del Mur de Berlín o l'enfonsament de la Unió Soviètica. La influència nord-americana sobre la societat, l'economia i la política marca les investigacions sobre comunicació que versen sobre els canvis tecnològics continus, l'homogeneïtzació de formats audiovisuals, la multiplicació de canals i la internacionalització (Rodrigo Alsina i Estrada, 2009). La introducció i expansió d'internet ha "determinat una profunda renovació en el disseny de la investigació comunicativa en quant ha generat nous mitjans de comunicació i noves formes d'emissió i recepció de la informació, així com dels seus usos i consums" (Carrasco i Saperas, 2013: 965).

Pel que fa al gènere, continuem llegint teories majoritàriament d'investigadors, com Denis McQuail o, al nostre país, Manuel Castells.

7.3. La comunicació a Espanya

La investigació en comunicació a Espanya ha estat objecte d'estudi des de finals del segle XX amb les aportacions d'autors com Moragas (1981), Caffarel, Domínguez i Romano (1989); Jones (1997 i 1998); De Aguilera (1998); Rodrigo Alsina (2001) o García-Jiménez (2007).

El camp acadèmic de la comunicació a Espanya es va veure marcat per l'etapa franquista (1939-1975). El control exercit per la dictadura sobre les universitats i el deficient desenvolupament del sector de la comunicació, intervingut pel règim amb finalitat propagandística, van impedir que es donessin "les condicions de dinamisme social, llibertat acadèmica i obertura intel·lectual indispensables pel desplegament d'una activitat científica sostinguda i sistemàtica" en l'àmbit de la investigació en comunicació (Martínez, Saperas i Carrasco-Campos, 2019: 41).

Els autors coincideixen en situar el naixement de les Ciències de la Comunicació com a disciplina a Espanya als anys setanta del segle XX, dècada en la qual es funden els estudis universitaris i es comença a desenvolupar la investigació en comunicació. Això no obstant, Daniel E. Jones al seu estudi *Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas* (1998) recull algunes publicacions datades a finals del segle XIX i principis del XX.

Fonamentarem aquesta revisió històrica dels estudis de la comunicació a Espanya en els treballs d'altres autors, principalment de Jones (1998), Rodrigo Alsina (2001), Moragas (2013), Barrera (2022), i de García-Jiménez (2007) i Lazcano Peña (2014) que ens ofereixen, precisament, un repàs de les aportacions de Daniel E. Jones, Miquel de Moragas i Ángel

Benito⁶. Dividirem aquest repàs de la història seguint la següent estructura, basada en els autors anteriors:

- 1- Els orígens: Des de finals del segle XIX a principis del segle XX.
- 2- Període franquista.
- 3- Consolidació i expansió.

7.3.1. Els orígens: Des de finals del segle XIX a principis del segle XX

Daniel Jones (1998) situa el germen de la comunicació a finals del segle XIX i principis del segle XX. D'aquests anys en destaca les següents obres: *Manual del perfecto periodista*, de 1891; *El periodismo*, de 1903; i *El arte del periodista*, de 1906. En l'àmbit docent, trobem antecedents al curs de periodisme a la Universitat de Salamanca, organitzat per Fernando Araújo i Gómez, l'any 1887 (Rodrigo Alsina, 2001).

Segons Jones, durant els anys de la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930) i la Segona República (1931-1936) es va anar consolidant, especialment a Catalunya, Madrid i al País Basc, la incipient cultura de masses i la societat de consum, fet que va generar "l'afiançament de la premsa de caràcter empresarial, el mercat publicitari i el desenvolupament de les noves indústries audiovisuals, en especial la cinematogràfica, la radiofònica i la fonogràfica" (Jones 1998: 3). Jones recull una breu bibliografia sobre aquests temes, com, per exemple el manual *Una nueva técnica: la publicidad científica*, de Pedro Prat Gaballí (Barcelona, 1917); *La moral en la calle, en el cinematógrafo y en el teatro: estudio pedagógico-social*, de Francisco de Barbéns (Barcelona, 1914); *La ràdio a casa nostra*, d'Alexandre Forcades (Barcelona, 1933); o el manual sobre la televisió mecànica: *La televisión*, de Manuel Marín Bonell (Madrid, 1929).

L'any 1926, Àngel Herrera Oriapel, director del diari conservador i catòlic El Debate, va crear a Madrid l'Escuela de Periodismo de El Debate (Barrera, 2022). Aquest model d'ensenyament empresa-escola, en el qual s'aprofiten els recursos del diari per a formar periodistes, va sorgir per tal de preparar als informadors que "havien d'actuar com a propagandistes i, per tant, el model sorgeix d'una concepció ideològica del periodisme com a eix transformador de la societat" (Pestano et al. 2011: 404). El pla d'estudis el va concebre Manuel Graña González, basat en el que havia après a la Universitat de Colúmbia, i impartia assignatures com la redacció, reporterisme, criteriologia periodística o tipografia (Pestano et al. 2011). L'escola va funcionar fins a l'any 1936.

En aquesta època també trobem altres centres de formació, com el seminari nacionalsindicalista d'estudis de periodisme creat a Guipúscoa l'any 1937 o l'escoles de periodisme Mundo Obrero i la de les Joventuts Socialistes creades a Madrid l'any 1938 (ANECA, 2015).

L'esclat de la Guerra Civil va suposar un canvi pel periodisme que es va convertir en "un instrument més de combat" (De Diego, 2016: 1) per ambdós bàndols.

⁶ Per a aprofundir en els orígens i la història de la comunicació a Espanya vegeu Moragas (1981), Jones (1998), Rodrigo Alsina (2001), Moragas (2013), Barrera (2022), García-Jiménez (2007) i Lazcano Peña (2014)

7.3.2. Període franquista

Seguint l'ordenació cronològica plantejada pels autors de referència que hem introduït al principi d'aquesta secció, dividirem aquest període, situat entre els anys 1939 i 1976, en tres fases:

- L'homogeneïtat feixista: 1938-1945.
- La pugna per una nova legislació de premsa: 1946-1970.
- Emergència de l'ensenyament universitari : 1971-1976.

L'homogeneïtat feixista: 1938-1945

Amb la constitució del govern franquista, l'any 1938, comença una època de control total de la premsa, fet que va determinar l'aïllament internacional dels estudis de periodisme i del conjunt de les ciències socials (Moragas, 2013). El 22 d'abril, la Dirección General de Prensa, organisme de l'administració franquista, redacta la Llei de Premsa de 1938 que suposa la fiscalització de l'activitat de la premsa mitjançant consignes i sancions. La Llei regulava el nombre i extensió de les publicacions, aplicava la censura, intervenia en la designació dels directors i regulava l'accés dels professionals al sector mitjançant el Registro Oficial de Periodistas (de Diego, 2016).

El 17 de novembre de 1941, la Vicesecretaria de Educación Popular del règim va fundar a Madrid l'Escuela Oficial de Periodisme, en dependència de la Delegación General de Prensa (ANECA, 2005). Explica Moragas (2013) que, el dia de la seva inauguració, els futurs periodistes van haver de pronunciar el jurament que els lligava al servei de la Patria, la Falange i al Caudillo. Neix així un centre en el qual el règim pot formar professionals fidels a les necessitats i a la ideologia franquista. Amb aquest mateix esperit, es crea la revista Gaceta de la Prensa Española, l'any 1942, que va servir per a la difusió d'articles de tall "acadèmic-feixista" sobre la premsa i el periodisme (Jones, 1998). Aquell mateix any comença a funcionar el primer centre d'investigació, el Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública, predecessor de l'Instituto de la Opinión Pública (IOP), en dependència de la Vicesecretaria d'Educació i integrat a la Delegación General de Prensa:

"Si la labor de la Prensa en los Estados modernos consiste no sólo en informar con rectitud y seriedad a la opinión, sino también en dirigirla y orientarla, sirviendo de medio educativo de valor inestimable, salta a la vista la necesidad ineludible en que se halla el organismo rector de poseer en todo momento una clara visión de conjunto sobre el estado de esa opinión. Necesita conocer sus reacciones ante un hecho determinado, sus preferencias, sus gustos, la especial psicología, en fin, del elemento sobre el que va a operar. No se puede trazar un plan de educación social colectiva sin tener en cada momento la noción exacta de la reacción y el efecto que en aquellos a quienes va dirigido produce" (Anuario de la Prensa Española, 1945-1946, en Sevillano, 2000: 232).

La pugna per una nova legislació de premsa i els inicis de l'organització acadèmica: 1946-1970

Amb el final de la Segona Guerra Mundial, Franco va haver de modificar el seu model ideològic i polític d'estat per contrarestar el rebuig internacional al règim franquista. En aquesta època

comencen a prendre pes sectors catòlics que volen ocupar un espai en el món de la informació (Rodrigo Alsina, 2001 i Jones, 1998). En 1946, el Ministerio de Educación Nacional, controlat per l'Asociación Católica Nacional de Propagandistas (ACNP), posa en marxa uns cursos d'estiu especialitzats en periodisme a la Universitat Internacional Menéndez Pelayo de Santander. Des d'aquest espai acadèmic, l'ACNP, de la mà d'un dels seus ideòlegs, Fernando Martín-Sánchez Juliá, va pressionar per canviar la llei de premsa del 1938, canvis que, finalment, es van portar a terme amb l'any 1966 amb l'aprovació de la Llei de Premsa i Impremta.

Un fet important en el camp de la comunicació a Espanya va ser la creació l'any 1956 de Radio Televisión Espanyola i els estudis de Prado del Rey el 1964, ja que "les ciències de la comunicació sempre han estat molt lligades a les innovacions tecnològiques de la comunicació" (Laramée i Vallée, 1991 a Rodrigo Alsina, 2001: 110).

En aquest període es comença a desenvolupar la formació de professionals amb la creació de diferents centres, això sí, sempre al marge del sistema universitari. L'any 1947 es crea l'Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas, que es convertirà l'any 1962 en l'Escuela Oficial de Cinematografía. En 1964 es crea l'Escuela Oficial de Publicidad i l'any 1967, l'Escuela Oficial de Radio y Televisión (Pestano et al., 2011). Aquesta activitat acadèmica estava centralitzada a Madrid, amb l'excepció de les seccions de l'Escuela Oficial de Periodismo creades a Barcelona (1952-1963 i 1968-1975) i a La Laguna (1964) i la secció de l'Escuela Oficial de Publicidad que s'obre a Barcelona l'any 1968.

D'altra banda, sectors catòlics van avalar la creació de diversos centres docents: l'Instituto de Periodismo de la Universitat de Navarra, promogut per l'Opus Dei, fundat l'any 1958; l'Escuela de Periodismo de la Iglesia, dependent de la Conferencia Episcopal i hereva de l'antiga Escola de Periodismo El Debate, inaugurada l'any 1960; l'Escuela de Periodismo de la Acción Católica de Valencia, l'any 1960; i l'Escuela de Periodismo de la Iglesia a Barcelona, l'any 1964 (Rodrigo Alsina, 2001; Lazcaño, 2014; Barrera, 2022).

En el camp de les Relacions Públiques, l'any 1968 es crea l'Escuela de Relaciones Públicas, dependent de la Universitat de Barcelona (Xifrà, 2006 a Barrera, 2022).

Respecte a la investigació, tot i comptades excepcions, no va ser fins als anys seixanta que es comencen a publicar els primers estudis sobre comunicació i les primeres traduccions d'obres dedicades a la cultura de masses, sobretot gràcies a la feina editorial de l'Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra. També van existir organismes públics dedicats a la investigació, però les seves publicacions comptaven amb una línia ideològica afí al règim franquista (Jones, 1998).

Els anys seixanta van suposar un desenvolupament econòmic, social i tecnològic que van adobar el camí als canvis que es produïrien en la següent dècada.

Emergència de l'ensenyament universitari: 1971-1976

Les polítiques posades en marxa pel règim de Franco en els últims anys per tal de reflotar l'economia i millorar la imatge de la dictadura, comporta l'impuls del consum que, juntament amb l'avenç de la televisió i de la dinamització de la premsa, va repercutir també en el desenvolupament del món de la publicitat (Barrera, 2022).

D'altra banda, el periodisme demandava cada vegada més professionals més formats, al mateix temps que les escoles prenen consciència de la necessitat d'elevat el nivell de

l'ensenyament i d'obtenir el reconeixement social i professional dels seus estudis. Això, junt amb el creixent interès pel periodisme de les noves generacions, van generar la conjuntura perfecta per a la fita més important per a les Ciències de la Comunicació a Espanya i la seva institucionalització acadèmica: en setembre de 1971 es va aprovar mitjançant un decret la creació de les facultats de Ciències de la Informació a Madrid (Universitat Complutense) i Barcelona (Universitat Autònoma). A finals de 1972 es va aprovar també el canvi de nom de l'Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra pel de Facultad de Ciencias de la Información. Les antigues escoles oficials van anar desapareixent progressivament, excepte la de Radio y Televisión que es va transformar en l'Instituto Oficial de Radio y Televisión (Barrera, 2022).

En aquests primers anys, les universitats oferien una única carrera de Ciències de la Informació amb tres especialitats: periodisme, ciències de la imatge visual i auditiva i publicitat, atorgant a aquestes àrees un "nou nivell de reconeixement disciplinari, acadèmic i científic" (Lazcaño, 2014: 24). Aquesta estructura es va mantenir fins als anys noranta, quan les especialitats es van convertir en llicenciatures pròpies, els actuals graus.

Segons Barrera (2022), es va assignar el nom de Ciències de la Informació seguint la tradició d'altres països d'Europa com França i Itàlia, en els quals s'aplicava el nom informació al fenomen general dels mitjans, sense tenir en compte el significat del terme en anglès, *information*, que s'aplica al camp de la informàtica. Així doncs, en el món anglosaxó, la *information science* és una disciplina relacionada amb la documentació i la biblioteconomia. Per a Rodrigo Alsina (2001), aquesta preeminència del concepte informació es deu també a la major influència del periodisme sobre la publicitat, així com de la informació periodística escrita sobre l'audiovisual i dels continguts informatius sobre els de ficció. Amb el pas del temps el terme informació es va anar substituint pel de "Comunicació".

La creació de les universitats suposa un impuls per a la investigació en comunicació a Espanya que comença, però, sense "arrelament a les ciències socials, als seus dispositius teòric-conceptuals i a les seves eines i pràctiques metodològiques, quedant convertida durant dues dècades llargues, fins als anys noranta, en un camp disciplinari amb vocació eminentment humanística" (Martínez Nicolás et al., 2019: 44).

Cal remarcar que en els anys setanta, per primera vegada, trobem publicacions sobre comunicació signades per dones, tot i que apareixen com a coautores amb algun altre autor: *Redacción periodística*, de Concha Fagoaga i Pedro Orive (1974); *Diez años de represión cultural. La censura de libros durante la Ley de Prensa*, de Georgina Cisquella, José Luis Erviti i José Antonio Sorolla (1977); *Comunicación crítica*, de Lourdes Ortiz i Pablo del Río (1977) (Moragas, 1981).

Igualment, tot i que no hi ha molta bibliografia al respecte, al segon número de la revista *Anàlisi* (1980), es publica un índex amb les tesis doctorals llegides als primers anys a la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona, entre 1976 i 1980. De 34 tesis defensades, 5 són de dones: Esther Barbe Izuel, Mar Fontcuberta Balaguer, Eulàlia Fuentes i Pujol, Petra Maria Secanella Lizano i Amparo Tuñón San Martín. Jones i Baró i Queralt (1997) a la seva revisió *Les tesis doctorals i treballs de recerca sobre comunicació als Països Catalans, 1954-1996*, indiquen que la primera tesi doctoral catalana sobre comunicació va ser escrita per la historiadora M. Carmen García-Nieto l'any 1958: *La prensa diaria de Barcelona de 1895 a 1910*. En aquesta anàlisi presenten també dades sobre el gènere dels investigadors, conclouent que el "sexe clarament predominant entre els investigadors

acadèmics és el masculí” (Jones i Baró i Queralt, 1997: 166) amb un total de 208 treballs presentats per dones versus 565 signats per homes.

7.3.3. Consolidació i expansió

Amb la desaparició de la dictadura i l’arribada de la transició cap a una democràcia, consolidada amb l’entrada en vigor de la Constitució de 1978, Espanya entra en una nova etapa política, social i cultural.

La investigació espanyola comença a arrencar amb força, però a la dècada dels vuitanta la majoria de les publicacions són manuals recopilatoris dels corrents d’investigació que s’estan desenvolupant internacionalment, per a la docència de les Teories de la comunicació (García-Jiménez, 2007). D’altra banda, els orígens del camp de la comunicació, basats en el periodisme, van condicionar la investigació que s’orientava, preferentment, cap a l’anàlisi del periodisme i la informació periodística, descuidant els àmbits de la publicitat, les relacions públiques i la comunicació audiovisual (Martínez Nicolás et al., 2019). També és probable que aquesta inclinació vers el periodisme es degués a les “demandes de coneixement d’un període històric, el de la transició democràtica a Espanya, en el qual el reconeixement de les llibertats de premsa i expressió, la ruptura del monopoli informatiu exercit per la dictadura, les exigències de professionalització d’un periodisme fins llavors sotmès a un estricte control per part del règim, i la mateixa rellevància adquirida per la informació periodística en un moment d’enorme agitació social i política” (Martínez Nicolás et al., 2019: 42).

L’any 1983 es produeix un nou canvi en l’àmbit acadèmic amb l’aprovació de la Llei Orgànica de Reforma Universitària. A partir de l’any 1984 es comença una reforma que donarà lloc a la creació de tres titulacions diferents: Periodisme, Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques. Aquesta reforma també comporta que la investigació es consideri com una prioritat en les universitats. Igualment, la investigació comunicativa es constituïa com una disciplina específica en el conjunt de les ciències socials. Com a conseqüència es va canviar el nom dels centres universitaris pel de Ciències de la Comunicació. Aquesta nova denominació propiciava un camp d’investigació propi des d’una perspectiva pluridisciplinària (Saperas, 2016).

L’esclat definitiu es produiria als anys noranta amb l’expansió del sector televisiu. L’any 1983 s’havien creat canals públics en sis comunitats autònomes i l’any 1989 es van concedir les primeres llicències d’explotació de cadenes privades de cobertura estatal. L’oferta d’estudis universitaris va passar de quatre facultats als anys vuitanta, amb 5000 matriculacions i una plantilla de 500 docents, a 20 universitats amb titulacions de comunicació, amb 20.000 matriculacions i uns 2.000 docents als anys noranta (Jones, 1998). Aquest increment en l’activitat docent té conseqüències evidents en el camp de la investigació, ja que multiplica exponencialment el volum de la comunitat científica. A les transformacions de les últimes dècades, cal afegir la irrupció d’Internet i la revolució digital començada a finals dels anys noranta.

La posada en marxa de les agències de qualificació universitàries a principis dels 2000 (l’Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) i les agències de qualitat autonòmiques) va

suposar un increment de la competitivitat de la investigació i va permetre la seva internacionalització (Saperas, 2016).

Segons dades del Ministeri d'Universitats, en el curs 2022-2023, 65 universitats públiques i privades de l'estat espanyol ofereixen un total de 163 graus en l'àmbit de la comunicació. El camp espanyol ha avançat molt en els últims cinquanta anys i se situa en un punt de maduresa, però encara existeixen punts de millora. Segons Saperas (2016) és necessari el desenvolupament de les revistes especialitzades en comunicació i de les associacions acadèmiques i de professionals de la investigació. "Ambdues institucions són centrals i, tot i que el seu desenvolupament ha estat notable, a Espanya actualment ens trobem en un període marcat per la necessitat de consolidar el seu protagonisme i la seva influència en la investigació espanyola, i [...] aconseguir els estàndards internacionals" (Saperas, 2016: 39).

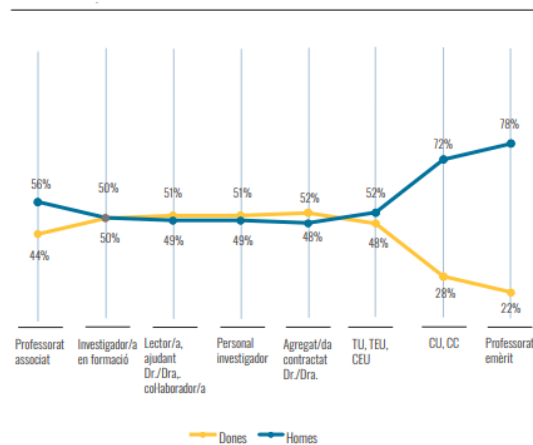
7.3.4. Les dones a la universitat espanyola en l'actualitat

"Romper brecha no ha sido fácil, hemos tenido que esforzarnos por conseguir todos los méritos necesarios en lo que han sido carreras de fondo" (Marta-Lazo, 2021: 7).

A Espanya, l'any 2023, només una de cada quatre rectores és una dona; un total de 23 (10 d'universitats públiques) de 91. Elisa Pérez Vera, de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), va ser la primera rectora, l'any 1982. En el cas de les vicerectores, el 43% són dones (Silió, 2023).

Ja l'any 2018, Caffarel et al. recomanaven "una política activa universitària de discriminació positiva en la incorporació de la dona a la direcció de grups d'investigació i projectes" (Caffarel et al., 2018: 69), a causa de la desproporció que havien detectat a la direcció de projectes d'investigació en l'àmbit de la comunicació a Espanya.

L'informe de 2019 sobre el biaix de gènere en el reclutament, la promoció i la retenció del personal a les universitats, elaborat pel Grup de Treball d'Igualtat de la Xarxa Vives d'Universitats, determina que les professores i investigadores són minoria a la universitat (42%). La diferència es produeix en totes les especialitzacions, tot i que és més accentuat en l'àmbit d'Enginyeria i Arquitectura i Ciències Experimentals. El 25,6% de les catedràtiques són dones. L'anàlisi de les categories professionals en les quals s'ubiquen les docents permet observar que "les dones es concentren en la base de la piràmide jeràrquica" (Pastor, 2019: 30). En el cas de les Ciències Socials, tot i que en les categories intermèdies hi ha més paritat, es confirma aquest desequilibri en les categories més altes. El 72% dels catedràtics (CU i CC) i el 78% del professorat emèrit són homes (Gràfic 1).



Gràfic 1. Presència de dones i homes en les categories de la carrera acadèmica a les Ciències Socials i Jurídiques

Font: Xarxa Vives d'universitats

Pel que fa a la investigació en comunicació, si ampliem les dades de l'estudi de Cáceres i Díaz (2022) sobre la presència de les investigadores en l'àmbit de la comunicació a Espanya de 2007 a 2018, del total de tesis doctorals (TD) defensades en aquest període, el 53,1% de les autories era de dones, amb una tendència a l'alça des de l'any 2015. Això no obstant, el lideratge de TD és masculí:

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

Taula 1. Gènere de directors/res i codirectors/res de Tesis Doctorals

Font: Cáceres i Díaz (2022)

En referència als projectes de R+D+i, el 69,5% van estar dirigits per homes. Les autores també van estudiar el gènere a l'autoria de la producció investigadora publicada a revistes de referència. En aquest cas, l'autoria dels homes supera a la de les dones: un 54,3% dels articles estan signats per homes. Respecte al nombre d'articles signats per un únic autor, el nombre d'homes continua sent major: un 64,4%.

	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)

Taula 2. Nombre d'autors en articles i gènere dels signants

Font: Cáceres i Díaz (2022)

En referència als objectius de les investigacions, un estudi publicat el 2018, va concloure que el 56,1% dels projectes i tesis defensades per dones, cercaven "descriure (és a dir, registrar, classificar, catalogar, presentar i/o definir) les pràctiques de comunicació que constitueixen l'objecte d'estudi" (Martín et al., 2018: 78). Les tesis i projectes presentats entre 2007 i 2013, se centraven en la comunicació de masses un 58,7%. La investigació va detectar un

creixement en la investigació de les pràctiques de la comunicació interpersonal i grupal tecnològicament mediades, a causa de la popularització dels dispositius mòbils i de les xarxes socials.

Estudis com aquests ofereixen una visió de la investigació en comunicació amb perspectiva de gènere i contribueixen a visibilitzar les diferències i els biaixos existents, així com a impulsar polítiques que abordin els principals reptes pendents per garantir la igualtat.

7.4. Comunicació amb perspectiva de gènere

És un error “fer passar un relat androcèntric i parcial per un universal, referent de dones i homes. D’aquesta manera, forgem una visió de món desigual com si fos natural, a través d’una mirada endocèntrica que ho envolta tot. I això naturalitza les desigualtats, convertint-se aquesta transmissió cultural fallida en un dels mecanismes més potents d’articulació de les desigualtats” (López-Navajas, 2021).

Els estudis de comunicació amb perspectiva de gènere sorgeixen als Estats Units en el context de la Segona Onada del feminisme entre els anys 1960 i 1980, coincidint amb l’inici del Moviment d’Alliberament de les Dones (Tornay-Márquez, 2021). Una de les principals aportacions de la Segona Onada a les ciències socials va ser la incorporació del gènere com a categoria d’anàlisi, així com la creació dels Women’s Studies, a principis dels anys setanta, com a disciplina acadèmica interdisciplinària, des d’on van sorgir les primeres investigacions sobre els mitjans de comunicació des de la crítica feminista (Tornay-Márquez, 2021). La investigació en comunicació amb perspectiva de gènere va obrir camí a un nou camp d’estudis molt prolífic. Des dels anys 1970 són moltes les recerques sobre gènere i els mitjans de comunicació.

Però, què és la perspectiva de gènere? L’Organització de les Nacions Unides la defineix com “el procés d’avaluació de les conseqüències per a les dones i els homes de qualsevol activitat planificada, incloses les lleis, polítiques o programes, en tots els sectors i a tots els nivells. És una estratègia destinada a fer que les preocupacions i experiències de les dones, així com dels homes, siguin un element integrant de l’elaboració, l’aplicació, la supervisió i l’avaluació de les polítiques i els programes en totes les esferes polítiques, econòmiques i socials, a fi que les dones i els homes es beneficiïn d’igual manera i s’impedeixi que es perpetui la desigualtat. L’objectiu final és aconseguir la igualtat [substantiva] entre els gèneres”. La perspectiva de gènere consisteix a adoptar un conjunt d’enfocaments i estratègies, així com processos tècnics i institucionals per tal d’obtenir un objectiu: la igualtat de gènere. Es busca transformar, des de l’esfera pública i privada, les institucions, lleis, normes socials i culturals i totes aquelles pràctiques que siguin discriminatòries (ONU, n.d.).

Arantza Diez (2021) al repositori de recursos *Toolkit* de gènere de la UOC, ens prevé que, tot i que és necessari, aplicar una perspectiva de gènere no és fàcil a causa dels prejudicis i estereotips que tenim interioritzats. Diez recorda que no es tracta només de trobar un equilibri en la presència de dones i homes, sinó que cal trencar amb els estereotips de gènere, incorporar les visions i aportacions de les dones i visibilitzar les “opressions que conflueixen amb la variable de gènere, com ara l’estatus social, l’ètnia, l’orientació sexual o la identitat de gènere” (Diez i Ollé i Castellà, 2021).

Isabel Menéndez (2013: 701) afirma que la perspectiva de gènere consisteix a “adoptar una lectura crítica que permet (re)definir els principis que la societat ha donat per vàlids i universals i que, això no obstant, s’han revelat com a discursos excloents”.

En l’àmbit acadèmic, la incorporació de la perspectiva de gènere i l’aplicació de mesures per eliminar les desigualtats estan avalades per diverses lleis europees, estatals i regionals. En repassem les aprovades a Espanya⁷:

- Llei Orgànica 1/2004, de 28 de desembre, de mesures de protecció integral contra la violència de gènere: L’article 4 especifica que les universitats “han d’incloure i fomentar en tots els àmbits acadèmics la formació, la docència i la recerca en igualtat de gènere i no-discriminació de forma transversal” (BOE 313, de 29/12/2004).
- Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març: L’article 25 d’aquesta llei estableix el foment de l’ensenyament i la recerca en matèria d’igualtat de gènere per part de les administracions, i la promoció de les següents mesures: a) la inclusió en els plans d’estudi de continguts en matèria d’igualtat; b) la creació de títols específics; i c) la realització de recerques especialitzades en la matèria (BOE 71, de 23/03/2007).
- Llei Orgànica 4/2007, de 12 d’abril, que modifica la Llei Orgànica 6/2001, de 21 de desembre, d’universitats: La llei promulga que les universitats han d’establir sistemes que permetin la paritat de dones i homes als òrgans de representació i una major participació de les dones als grups d’investigació (BOE 89, de 13/4/2007).
- Llei 14/2011, de la ciència, la tecnologia i la innovació, dedica l’article 4 bis a la transversalitat de gènere (BOE 131, de 02/06/2011).
- Llei Orgànica 2/2023, de 22 de març, del Sistema Universitari: L’article 13 disposa que s’incentivarà la promoció de projectes científics amb perspectiva de gènere, així com la paritat de gènere als equips d’investigació i els mecanismes per facilitar la promoció de més dones investigadores principals (BOE 70, de 23/03/2023).

Això no obstant, l’estudi realitzat per Iturregui-Mardaras et al. (2020), amb l’objectiu de determinar la conscienciació, capacitació i formació en igualtat de l’alumnat del camp de la Comunicació, planteja el dubte de si les mesures que estan prenent les universitats són suficients i si s’estan obtenint els resultats desitjats. Assenyala Iturregui-Mardaras et al. (2020) que tot i que alumnat i professorat comparteixen la idea que és necessària la formació en igualtat, encara queda pendent a les universitats espanyoles definir el com. En aquest sentit, s’han publicat algunes propostes com la de Menéndez (2014), que proposa algunes idees per a incorporar la perspectiva de gènere als estudis de Comunicació Audiovisual, com per exemple l’aproximació històrica a la lluita pels drets de les dones amb relació al panorama audiovisual, o la incorporació de texts alternatius als clàssics.

És necessari repensar les rutines androcèntriques aplicades a l’ensenyament i elaborar els materials i continguts docents amb perspectiva de gènere per acabar amb la invisibilitat de les dones als estudis de Comunicació⁸ (Menéndez, 2013).

⁷ Font: Pastor Gosálbez, Inma & Pérez-Quintana, Anna. (2019). *El Biaix de gènere en el reclutament, la promoció i la retenció del personal a les universitats : informe 2019*. Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya. Xarxa Vives d’Universitats.

⁸ Per aprofundir en el tema de les metodologies per incorporar la perspectiva de gènere als estudis de Comunicació, consultar: Forga, 2020.

7.4.1. Efecte Matilda

És un fet reconegut que, històricament, les dones estan subrepresentades i/o desacreditades en tots els àmbits: política, mitjans de comunicació, cultura, als llocs de feina, etc. (ONU Mujeres, 2020).

Les lògiques patriarcals que han regit l'ordre social han regit també la ciència (García-Jiménez et al., 2022). És per això que, al llarg de la història, les aportacions de les dones al camp de la investigació han comptat amb menys visibilitat i reconeixement que les dels homes. I, naturalment, no és diferent l'ocorregut a la disciplina dels estudis en comunicació en els quals les contribucions de les dones, ja sigui atenent a les necessitats materials dels investigadors homes, actuant com a sòcies silencioses en el procés de recerca o com a investigadores de ple dret, encara continuen absents dels registres històrics (Jansen, 2002). És el que es coneix com a l'efecte Matilda, terme encunyat per la historiadora de la ciència Margaret Rossiter, l'any 1993, en honor a l'activista pels drets de les dones i les minories, Matilda Joslyn Gage. Un fenomen segons el qual no es reconeixen els descobriments i estudis de les dones investigadores.

Són nombrosos els estudis que evidencien l'existència d'un biaix contra les científiques. Les dones reben menys subvencions i de menor quantia, menys premis i beques, les seves contribucions són associades a una menor qualitat científica i reben menys citacions (Knobloch-Westerwick et al., 2013). És a dir, els homes tenen més prestigi. El camp dels estudis de comunicació no són cap excepció i com diu Dorsten (2012: 42) "els primers estudis de comunicació eren camps molt masculinitzats, una ideologia que persisteix avui".

L'efecte Matilda es veu incrementat per la tendència dels investigadors a citar autors del seu mateix gènere (Potthoff i Zimmermann, 2017 a García-Jiménez et al., 2022), tret que es produeix més entre els homes que entre les dones, que incorporen indistintament referències a treballs signats per autors i autores (Wang et al., 2021; Dinu, 2021 a García-Jiménez et al., 2022).

Segado-Boj, Prieto-Gutiérrez i Quevedo-Redondo (2021), al seu article *El Efecto Matilda en la red de coautorías Hispanoamericana en Comunicación*, recullen que la bretxa de gènere és conseqüència dels biaixos de percepció i/o discriminació, ja que, en moltes ocasions, les dones realitzen investigacions menys valorades i compten amb menys oportunitats de participar en seminaris; són avaluades com menys competents. D'igual manera, els trets que de manera estereotipada s'atorguen a homes i dones, situen a la dona en posicions secundàries de suport, com per exemple: administratives, entrevistadores o secretàries; mentre que a l'home se'l situa de manera natural com a idonis per la ciència (García-Jiménez et al., 2022).

A Espanya, subsisteix la bretxa de gènere a les posicions de lideratge en grups de recerca, en la direcció de projectes de recerca, desenvolupament i innovació (R+D+I) i en la publicació d'articles a les revistes de més impacte en el camp de la comunicació (Cáceres i Díaz, 2022). Igualment, tot i que el nombre d'associades de l'Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) és major que el d'homes, això no es tradueix als càrrecs directius. L'estudi portat a terme per Cáceres i Díaz (2022) sobre el lideratge de la dona en la investigació en comunicació a Espanya, conclou que el sostre de vidre (barreres invisibles que dificulten la presència femenina als llocs directius) a la Universitat encara persisteix.

7.4.2. Les invisibilitzacions de les investigadores en comunicació

L'interès per la investigació en comunicació com a objecte d'estudi no sempre s'ha vist traslladat a les diferents àrees de coneixement que constitueixen les Ciències de la Comunicació. Això ha ocorregut amb l'objecte d'estudi que ens ocupa en aquest treball: la presència de la dona en el camp de la investigació en comunicació a Espanya. García-Jiménez (2022) assegura que existeix un buit pel que fa a les anàlisis amb perspectiva de gènere del camp de la comunicació. Autores com Nancy Signorielli (1996) que va recollir al seu llibre *Women in Communication: A Biographical Sourcebook* la biografia de dones destacades en l'àmbit de la comunicació; Lauren Archer i Peter Simonson (2011), amb la contribució al documental *Out of the Question: Women, Media, and the Art of Inquiry*, de la cineasta Naomi McCormack; María Teresa Vera (2012) amb la seva proposta per incloure referents femenins a l'assignatura de Teories de la comunicació; Aimee-Marie Dorsten (2012, 2016); Allison Rowland (2014); Leonarda García-Jiménez (2019, 2021) amb la seva iniciativa *Femicom* per investigar i donar a conèixer les dones investigadores en comunicació; Clemencia Rodríguez, Claudia Magallanes, Amparo Marroquín i Omar Rincón (2021) que fan el propi a Amèrica Llatina o Esperanza Herrero junt amb García-Jiménez (2022), s'han encarregat de gratar la superfície i han recuperat la feina de desenes de dones investigadores que van participar d'una forma o altra en els estudis de comunicació, des de finals del segle XIX.

L'àmbit de la comunicació ha tingut tendència a oblidar o infravalorar les aportacions que han fet les acadèmiques (García-Jiménez, 2022). Si revisem les Teories de la comunicació des d'una aproximació doctrinal, és a dir, si atenem les diferents perspectives i escoles, trobarem una majoria d'autors masculins (blancs i occidentals): Adorno, Horkheimer, Marcuse, Benjamin, Habermas, Hoggart, Hall, Thompson, Berger i Luckmann, Lippmann, Mead, Cooley, Park, Blumer, Goffman, Lasswell, Lazarsfeld, Hovland, Lewin, Merton, i un llarg etcètera (García-Jiménez, 2021). En aquest sentit, és molt aclaridor l'estudi realitzat per García-Jiménez, Torrado-Morales i Díaz Tomás (2022) en el qual van analitzar 108 plans docents de les assignatures de caràcter teòric relacionades amb la comunicació del grau de Periodisme de 36 universitats del curs 2021-2022. Del total de 2.226 referències i 2.419 autors que apareixen als plans docents, només el 18,11% són dones. 16 dels plans no inclouen cap referència signada per cap autora. Val a dir que les autores són poc citades tant pel professorat femení com pel masculí. Les autores en solitari més citades són Elisabeth Noelle-Neumann (17 citacions) al voltant de la teoria de l'espiral del silenci. La mateixa Leonarda García-Jiménez ocupa el segon lloc (8 citacions) amb les seves obres *En defensa de la comunicació: Una propuesta para la acción ética, democrática e investigadora* (2019) i *Las teorías de la comunicación en España: Un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)* (2007). En tercer lloc, Mariola García Uceda (7 citacions) amb el llibre *Las claves de la publicidad* (1995, 2011). Les segueixen (6 citacions) María Pilar Carrera, Gaye Tuchman i Blanca Muñoz López. Les autores de la investigació recullen una segona categoria que són les referències a autores que signen amb un autor masculí. Aquesta llista l'encapçala Michèle Mattelart, que signa amb el seu marit, Armand Mattelart, l'obra *Historia de las Teorías de Comunicación* (1994, 1995, 1997, 1998, 2001, 2010). El segon lloc l'ocupa María Luisa Humanes que signa, amb Juan José Igartua, *Teoría e investigación en comunicación social*. La segueix *Teorías de la comunicación de masas* (1982, 1993, 1986, 2008), de Sandra J. Ball-Rokeach i Melvin L. De Fleur. Anna Estrada Alsina ocupa el quart lloc amb el llibre publicat per la UOC que signa amb Miquel Rodrigo Alsina, *Las teorías de la comunicación* (2009).

Anys abans, María Teresa Vera (2012) havia analitzat cinc dels llibres més recomanats als plans docents de les facultats de comunicació espanyoles a la cerca de referències a dones. La llista de noms resultant d'aquesta revisió és curta: Gladys Lang, Elisabeth Noelle-Neuman, Gaye Tuchman, Muriel Cantor, Pamela Shoemaker, Ien Ang, Tania Modlesky, Janice Radway, Sandra Ball-Rokeach, Liesbet Van Zoonen, Michelle Mattelart, i les espanyoles, recollides al manual de Miquel Rodrigo Alsina (2001), *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*: María Dolores Cáceres, Carmen Caffarel, Amparo Huertas, Rosario De Mateo, María Dolores Montero i Blanca Muñoz.

Aimee-Marie Dorsten (2012) identifica tres autores que bé mereixen ser considerades entre les figures que avui en dia coneixem com a fundadores del camp de la comunicació: Mae Huettig, autora, l'any 1944, de la primera anàlisi de la indústria del cinema de Hollywood des d'un punt de vista de l'economia política *Economic Control of the Motion Picture Industry*; Helen MacGill Hughes va ser una pionera en l'anàlisi crítica política del contingut de les notícies amb el seu treball *News and the human interest story* (1940); i Hortense Powdermaker va experimentar amb la recerca interdisciplinària (economia, sociologia i antropologia) de la comunicació de masses a *Hollywood, the Dream Factory: An Anthropologist Looks at the MovieMakers* (1950).

Per la seva part, Allison L. Rowland i Peter Simonson (2014) van proposar recordar algunes de les "mares fundadores" de la recerca en comunicació. Basen la seva recerca en els Estats Units, als anys 1940 i 1950, època en la qual s'institucionalitza el camp de la recerca en comunicació, i en concret en les dones que van treballar a l'Office of Radio Research (ORR). Rowland i Simonson destaquen que a l'ORR les dones cobraven menys i eren relegades a tasques de caràcter administratiu: entrevistes en persona, anàlisi de texts, organització de dades, mecanografia, prendre notes... Rowland i Simonson recuperen la biografia de quatre figures: Herta Herzog, Thelma Ehrlich Anderson, Hazel Gaudet Erskine i Rose K. Goldsen.

Herta Herzog (1910-2010) va ser pionera en l'anàlisi d'estudi d'audiències i es considera la inventora de la metodologia del *focus group*; això no obstant, aquesta fita s'atribueix a Robert Merton (García-Jiménez & Simonson, 2021). Herzog és també la segona autora amb més pàgines publicades entre 1937 i 1945. Per la seva banda, Hazel Gaudet (1908-1975) és coautora de *The invasion from mars* i *The people's choice* (García-Jiménez, 2021). Gaudet és coautora de la teoria dels dos esglaons de la comunicació (1944), que postula que la informació circula des dels mitjans de comunicació fins als líders d'opinió i des d'aquests a les persones que es troben sota la seva influència (Rodrigo Alsina i Estrada Alsina, 2009).

Thelma Ehrlich Anderson (1921-2012) va treballar com a entrevistadora i codificadora, i la seva feina va ser bàsica en els llibres *Personal influence* i *Voting* (Rowland i Simonson, 2014). Rose K. Goldsen (1917-1985), que va treballar a l'ORR com a secretària, va ser la primera professora (dona) de sociologia de la Universitat de Cornell. La seva obra *The Show and Tell Machine* (1977) és una crítica a la cultura televisiva.

Leonarda García-Jiménez (2021) també fa la seva proposta de "mares fundadores" i als noms anteriors proposats per Dorsten i Rowland i Simonson n'afegeix els de Marjorie Fiske, Else Frenkel-Brunswick, Rachel Powell i Mary Q. Innis.

Les dones investigadores de les primeres generacions (1930-1960) es van trobar amb obstacles per formar part del món acadèmic i la investigació, sobretot si estaven embarassades (no tenien baixes pagades) o si tenien fills petits, fet que va fer que abandonessin el camp de la comunicació per treballar en la indústria privada o el govern. Les

dones, però, també formaven part dels cercles intel·lectuals de la comunicació i com diu Dorsten (2016: 3): “si rasquem just a sota de la superfície del mite [dels pares fundadors] trobem dones”. Aquesta situació va canviar a finals dels anys 1960 i als 1970 quan les dones van “saltar la tanca” (Dorsten, 2016: 3) i van entrar en posicions acadèmiques, sense necessitat d’haver de formar part d’instituts de recerca o equips, com passava en dècades anteriors. Tot i això, les acadèmiques d’aquesta segona generació es van haver d’enfrontar amb la desigualtat, l’assetjament o la falta de legitimitat (García-Jiménez i Herrero, 2022); les seves investigacions no sempre van ser benvingudes i no rebien l’atenció necessària per ser incorporades en texts acadèmics (Dorsten, 2016).

Cal aplicar una mirada amb perspectiva de gènere a la història de la investigació en comunicació per tal de recuperar les “veus silenciades” (García-Jiménez i Herrero, 2022: 388) i promoure una visió més inclusiva.

8. Resultats de l’anàlisi de la revista *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, de la Universitat Autònoma de Barcelona (1980-2022).

Definit el marc contextual i conceptual, a continuació exposarem els resultats de l’anàlisi de la revista publicada pel Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*. La revista es va començar a publicar l’any 1980 pel Departament de Periodisme de la UAB en format paper, fins a l’any 2009. L’any 2010 es comença a editar en format digital amb un conveni amb la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) que va durar fins al 2016. L’any 2016, la revista va ser indexada a la base de dades Emerging Sources Citation Index; l’any 2017, va ser indexada a la base de dades bibliogràfica Scopus, que conté resums i citacions d’articles de revistes científiques (RACO, n/d).

Des de 1980 fins a l’any 2022, es van publicar 71 números de la revista i un total de 1012 documents, dels quals, en aquest estudi, s’han considerat com a articles d’investigació 646. Tot i ser conscients que qualsevol revista necessita un temps per tal “d’afinar els protocols d’avaluació i acceptació d’originals, i amb això la qualitat dels treballs que publica” (Martínez et al., 2019: 49), s’han inclòs tots els exemplars, ja que el que es pretén identificar, principalment, és l’accés de les dones a la investigació i no entrem a valorar la qualitat dels articles.

Els primers articles signats per una dona els trobem al número 2 de la revista, publicada l’any 1980 i dedicada al món de la pornografia. Teresa Conesa i Fàbregues escrivia l’article *La indústria cinematogràfica del porno a Espanya*, que aprofundia en la producció, exhibició i distribució de la indústria pornogràfica espanyola. Martha Isabel Moia publica l’article *Mujer y pornografia*.

8.1. Dades generals

En els 42 anys analitzats, el nombre d'articles publicats que es poden considerar de caràcter científic és de 646, dels quals 265 (Taula 3) els signen dones (41,02% sobre el total), sigui com a autora única o com a part d'un equip.

Gènere	Nre. Articles	%
Home	381	58,98%
Dona	265	41,02%
Total	646	100,00%

Taula 3. Nombre d'articles per autor/a

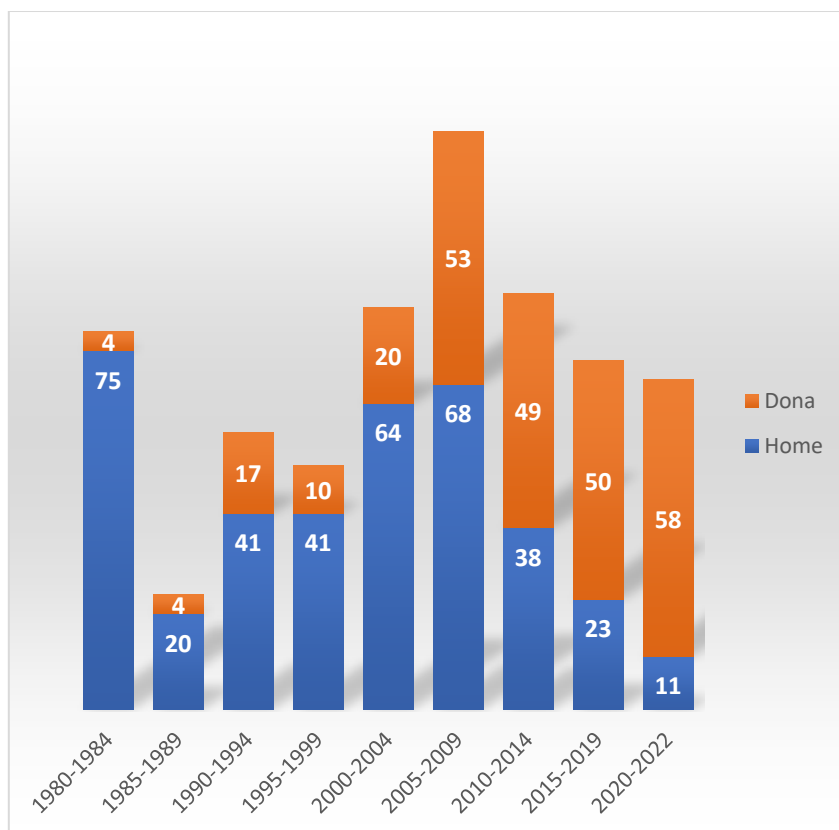
Font: Elaboració pròpia

Al Gràfic 2, observem l'evolució de les autories femenines a la publicació (de nou, com a autora única o com a part d'un equip), des dels seus inicis fins a l'any 2022. S'ha procedit a dividir el període 1980-2022 en quinquennis per tal que la presentació de les gràfiques sigui més clara i representativa. Comprovem una tendència a l'alça, amb l'excepció d'un petit retrocés en el període 1995-1999 i un pic en els anys 2005 a 2009. En les primeres dècades de la publicació, entre el 1980 i el 2000, la producció femenina és inferior a la masculina. En els primers quatre anys (8 volums de la revista) els articles d'homes publicats suposen un 94,9% sobre el total (4 articles signats per dones i 75 signats per homes).

Al següent quinquenni, cal remarcar que només es van publicar 3 volums, un l'any 1986 i 2 l'any 1989, d'aquí la davallada en el nombre total d'articles publicats. Tot i això, es manté la mateixa tendència que als primers anys i només 4 articles els signen dones, mentre que 20 són d'homes.

Fins a l'any 2000 la publicació de les revistes és més aviat inconsistent. Així doncs, del 1990 al 1994 s'editen 4 números i del 1995 al 1999, se'n publiquen 6. A partir de l'any 2000, quan es deixa de publicar en format imprès i es passa al format digital, aquestes xifres s'estabilitzen i es passa a publicar: 8 números entre 2000 i 2004, 8 entre 2005 i 2009, 13 entre 2010 i 2014, 10 entre 2015 i 2019 i 10 números en només 2 anys (2020-2022).

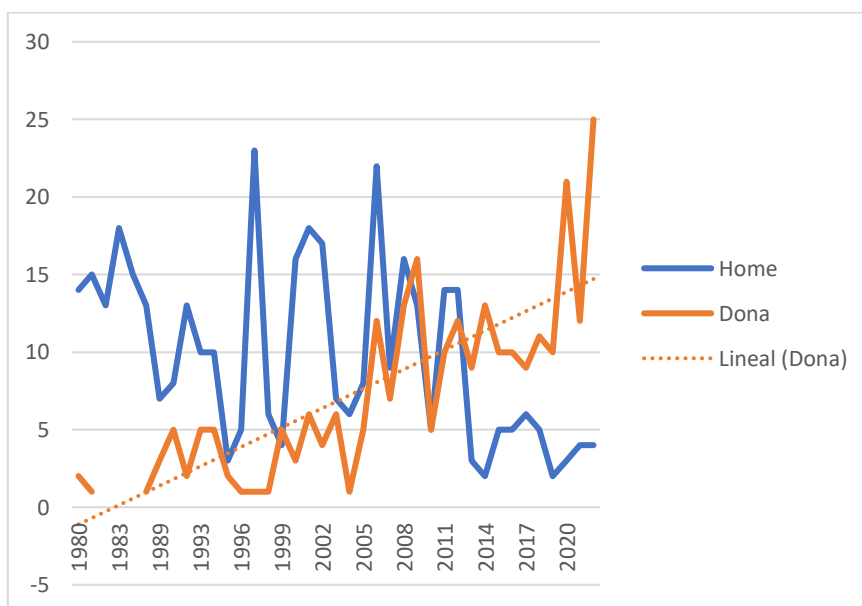
Respecte a les autories, el canvi comença a arribar al període comprès entre els anys 2005 i 2009, quan els nombres s'apropen a la paritat entre homes (68 articles) i dones (53 articles). A partir del 2010, la tendència s'inverteix i el percentatge d'articles signats per dones supera al d'homes (56,3%). Al període 2020-2022 s'arriba als 58 articles de dones, per davant dels 11 escrits per homes. Aquesta dada es podria explicar per la tendència a la feminització dels estudis de comunicació comentada en aquest treball.



Gràfic 2. Evolució de les autories femenines

Font: Autoria pròpia

Al Gràfic 3 podem confirmar aquesta tendència ascendent en la producció femenina a la publicació.



Gràfic 3. Tendència de les autories dels articles

Font: Elaboració pròpia

Si desglossem les dades anualment (Taula 4), podem veure com el veritable canvi a la publicació es produeix l'any 2013, quan la producció femenina comença a superar la masculina.

Any	Home	Dona	Total
1980	14	2	16
1981	15	1	16
1982	13	0	13
1983	18	1	19
1984	15	0	15
1986	13	1	14
1989	7	3	10
1990	8	5	13
1992	13	2	15
1993	10	5	15
1994	10	5	15
1995	3	2	5
1996	5	1	6
1997	23	1	24
1998	6	1	7
1999	4	5	9
2000	16	3	19
2001	18	6	24
2002	17	4	21
2003	7	6	13
2004	6	1	7
2005	8	5	13
2006	22	12	34
2007	9	7	16
2008	16	13	29
2009	13	16	29
2010	5	5	10
2011	14	10	24
2012	14	12	26
2013	3	9	12
2014	2	13	15
2015	5	10	15
2016	5	10	15
2017	6	9	15
2018	5	11	16
2019	2	10	12
2020	3	21	24
2021	4	12	16
2022	4	25	29
Total	381	265	646

Taula 4. Articles d'homes i dones publicats per any

Font: Elaboració pròpia

8.2. Autoria

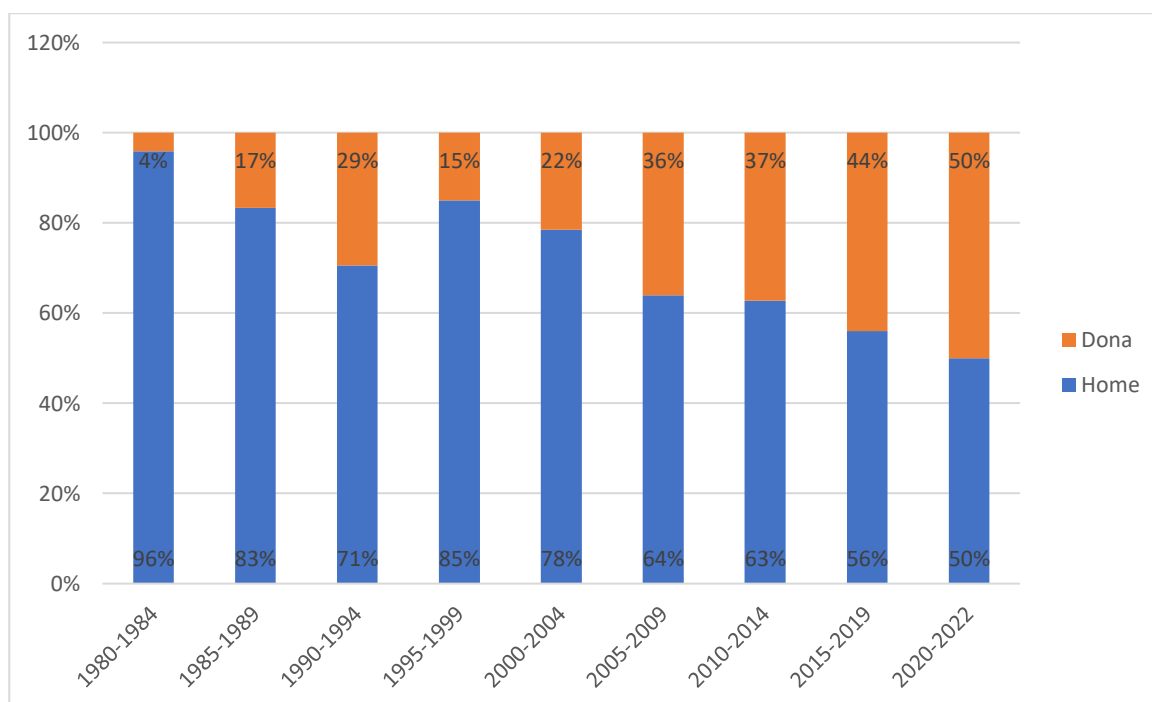
Dels articles publicats durant els 42 anys de l'estudi, la forma principal de signatura és l'autoria única (454 articles signats únicament per un autor/a). Pel que fa a l'autoria en col·laboració, la xifra disminueix fins als 192 articles. Quan ens centrem en l'anàlisi dels articles d'autoria única, les diferències són més pronunciades que en els resultats generals mostrats a la Taula 3. En aquest cas, només 117 els signen dones, per darrere dels 337 signats únicament per homes (Taula 5). És a dir, els articles publicats en els quals només signa una autora suposen un 25,77% sobre el total. Recordem que a la Taula 3 el resultat era més igualat i els articles signats per almenys una dona, representaven el 41,02% sobre el total.

Gènere	Nre. Articles	%
Dona	117	25,77%
Home	337	74,23%
Total	454	100,00%

Taula 5. Articles signats per una única persona

Font: Elaboració pròpia

Si analitzem l'evolució per quinquennis del gènere dels articles d'autoria única, observem una tendència a l'alça del percentatge de dones sobre el total (excepte en el quinquenni 1995-1999, on la tendència es trenca). A partir de l'any 2000, aquesta tendència accelera, fins a arribar al 50% durant el període 2020-2022.



Gràfic 4. Evolució de l'autoria única per gènere

Font: Elaboració pròpia

A la investigació social, el primer signant sol ser l'autor principal, el que rep la correspondència i el que té més visibilitat (García-Jiménez et al., 2022). A diferència de les dades recollides a la Taula 5 (Articles signats per una única persona), en els articles en col·laboració (signats per dues o més persones), el repartiment de gènere de l'autoria principal és molt més equilibrat: un 51,56% (99) d'aquests articles compten amb una autoria principal femenina, restant un 48,44% (93) d'autoria principal masculina.

Gènere	Nre. Articles	%
Dona	99	51,56%
Home	93	48,44%
Total	192	100,00%

Taula 6. Repartiment del gènere de l'autoria principal d'articles signats per dues o més persones

Font: Elaboració pròpia

Si continuem analitzant en detall els articles en col·laboració, la dada que més destaca és que quan l'autor principal és un home, la major part de les vegades, la resta de l'equip també està format únicament per homes: 44 articles. En canvi, quan l'autora principal és una dona, la repartició dels equips és més equilibrada: trobem percentatges similars ja sigui en equips de només homes (39 articles) o només dones (36 articles). Ens crida l'atenció que els equips mixts no és la forma de col·laboració predominant, representant, només, el 25% del total d'articles escrits en col·laboració, sigui amb autoria principal femenina, sigui masculina.

Gènere	Nre. Articles	%
Dona	99	51,56%
Mixt	24	12,50%
Només homes	39	20,31%
Només dones	36	18,75%
Home	93	48,44%
Mixt	24	12,50%
Només homes	44	22,92%
Només dones	25	13,02%
Total	192	100,00%

Taula 7. Repartició per gènere d'articles en col·laboració

Font: Elaboració pròpia

8.3. Autores

D'entre els 265 articles amb autoria femenina, única o en col·laboració, s'ha detectat una gran atomització pel que fa a les autores que han publicat durant els anys de la mostra. Tot i això, hem extret un llistat de les autores amb més articles (Taula 8).

Nom	Total articles
Moreno Sardà, Amparo	7
Lacalle Zalduendo, María Rosario	6
Tuñón Sanmartin, Amparo	4
Palomo Torres, María Bella	3
Fajula, Anna	3
Simelio i Solà, Núria	3
Gallego Ayala, Joana	3
Canel Crespo, María José	3
Montero Sánchez, Ma. Dolores	3
Total	35

Taula 8. Autores amb més articles publicats

Font: Elaboració pròpia

L'autora que més ha publicat (Taula 8) a la revista *Anàlisi* és Amparo Moreno Sardà, amb 7 articles, 5 d'ells d'autoria única:

- *En torno a la comprensión histórica de la cultura de masas : el orden androcéntrico del saber académico* (1989).
- *Los inicios de la cultura de masas (algunas observaciones no-androcéntricas)* (1990).
- *En torno a la comprensión histórica de la cultura de masas (II). Paradigmas para una historia de la comunicación social (no-androcéntrica)* (1992).
- *Prensa de successos: models de marginació i integració social en els processos de mobilitat social* (1994).
- *Un estudio del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre la informació del Plan Hidrológico Nacional en las cadenas de televisión encubre a TV3* (2002).

Amparo Moreno Sardà (1947) és catedràtica emèrita d'Història de la Comunicació del Departament de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona des del 1994. Treballa a la UAB des de l'any 1974, on ha desenvolupat la seva trajectòria professional com a investigadora (Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, n/d).

En segon lloc, trobem a María Rosario Lacalle Zalduendo, amb 6 articles publicats, 3 d'ells com a autora única, centrats en el món de la televisió:

- *Apuntes para una teoría de los personajes de la información televisiva* (1992).
- *Mitologías cotidianas y pequeños rituales televisivos: Los talk shows* (2000).
- *Joves i ficció televisiva: representacions i efectes* (2010).

María Rosario Lacalle Zalduendo és catedràtica de Periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona. Segons el seu currículum, les seves principals línies d'investigació són l'audiovisual i les noves tecnologies. Va ser codirectora de la revista *Anàlisi* des del 2010 al 2015 (Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la UAB, n/d).

En tercer lloc, amb 4 articles publicats, tots ells a títol individual, és Amparo Tuñón Sanmartin:

- *El acontecimiento cultural y la construcción de mitos* (1990).
- *L'especialització en periodisme: un canvi de paradigma* (1993).
- *Tendències del periodisme dels noranta* (1993).
- *El sida, como factor noticiable, en la construcción del acontecimiento cultural en cuatro diarios de calidad: El País, La Vanguardia, Le Monde y The Times* (1994).

Amparo Tuñón Sanmartin (1945-2022) va estudiar periodisme a Navarra i va ser catedràtica de Periodisme Cultural a la Universitat Autònoma de Barcelona. Les seves investigacions giren al voltant del periodisme i la cultura (Col·legi de periodistes de Catalunya, 2022).

A aquestes autores, les segueixen amb el mateix nombre d'articles (3) les següents investigadores, de les quals llistarem tant els articles publicats amb signatura única, com en col·laboració:

- María Bella Palomo Torres:
 - *Propuesta de un modelo virtual para la asignatura Periodismo Interactivo y Creación de Medios Digitales* (2008).
 - *Perfil y comportamiento de los autores de los blogs destacados en los ciberdiarios de Vocento* (2009).
 - *Medios de comunicación universitarios en Ecuador: entrevistas con los directivos institucionales sobre el salto de la teoría a la práctica periodística* (2019), en col·laboració amb Juan Pablo Trámpuz i Daniel Barredo Ibáñez.
- Anna Fajula:
 - *El mercado publicitario catalán o la lucha por la supervivencia* (2005), en col·laboració amb David Roca.
 - *Publicidad local y usos lingüísticos en el prime-time generalista radiofónico* (2008), en col·laboració amb Juan José Perona Páez.
 - *Sonic identity and audio branding elements in Spanish radio advertising* (2021), en col·laboració amb Estrella Barrio Fraile, Ana María Enrique, i María Luz Barbeito Veloso.
- Núria Simelio i Solà:
 - *Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión* (2014), en col·laboració amb Maria Forga-Martel.
 - *Periodismo digital y democracia participativa* (2008), en col·laboració amb Amparo Moreno Sardà.
 - *Debate sobre periodismo y ciudadanía plural en la UAB Feminari Dones i Cultura de Masses de la UAB* (2007), en col·laboració amb Amparo Moreno Sardà, Florencia Rovetto i Alfonso Buitrago Londoño.
- Joana Gallego Ayala:
 - *Els estudis sobre dona i mitjans de comunicació a Espanya i altres països* (1993).
 - *Introducció. Els serials catalans: un nou producte amb denominació d'origen* (1999)

- *La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general* (2002), en col·laboració amb Jaume Soriano Clemente, Elvira Altés, Maria Eugenia Melús i María José Cantón.
- María José Canel Crespo:
 - *La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias* (1999), en col·laboració amb José Javier Sánchez-Aranda.
 - *El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icona* (2005), en col·laboració amb Karen Sanders.
 - *El impacto de los sucesos imprevistos en la imagen pública de los gobiernos españoles* (2009).
- Ma. Dolores Montero Sánchez:
 - *El discurso periodístico político en la creación de estructuras públicas de significatividades* (1989).
 - *La noticiabilidad de les drogues il·legals a la premsa* (1990).
 - *Mundialización y construcción de la opinión pública* (2001).

8.4. Paraules clau

Com a complement de la informació sobre les autories, hem extret les paraules clau utilitzades als articles signats per dones, com a autoria única o en col·laboració, amb la finalitat de detectar les temàtiques més freqüents. El resultat ha estat un llistat de 2358 paraules. A continuació, s'han agrupat sota la mateixa paraula clau, en idioma català, les versions en castellà i anglès. Als articles que no tenien paraules clau definides (majoritàriament els anteriors a l'any 1995) s'hi han afegit manualment segons el títol de l'article i el contingut. Finalment, s'ha extret un llistat amb les 20 paraules més usades (Taula 9).

Paraula clau	Repeticions
Comunicació	59
Periodisme	51
Mitjans de comunicació	45
Televisió	42
Xarxes socials	41
Publicitat	37
Relacions públiques	31
Periodisme digital	30
Espanya	28
Gènere	28
Interacció	28
Desinformació	26
Joves	21

Prensa	21
Espai públic	14
Ciutadania	14
Estereotips	14
Audiència	13
Opinió pública	13
Ficció	13
Total	569

Taula 9. Paraules clau

Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar a la Taula 9, sense tenir en compte la paraula més utilitzada (Comunicació) que considerem mancant de significat a l'hora d'identificar les línies d'investigació, aquestes versen sobre el periodisme, mitjans de comunicació, televisió, xarxes socials... Els articles amb perspectiva de gènere se situen a la meitat del "top 20".

9. Conclusions

Aquest treball de recerca començava amb un recorregut històric pels primers anys de les Ciències de la Comunicació: des de la seva concepció com a nova disciplina, fins a la seva consolidació, tant en l'àmbit mundial com a l'Estat Espanyol, sempre parant especial atenció a quina ha estat la participació de les dones als estudis en Comunicació. Hem plantejat, també, el principal marc legal, així com algunes definicions per tal de poder entendre com aplicar la perspectiva de gènere a l'àmbit docent. A continuació, hem fet una anàlisi estadística de la revista científica de comunicació *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, des de la seva primera publicació, l'any 1980, fins a l'any 2022. Ara és el moment de concloure aquest treball i confirmar si hem respost les preguntes plantejades a l'inici.

Mitjançant la revisió bibliogràfica, hem pogut verificar que les dones sí que van participar en la investigació en Comunicació des dels inicis de la disciplina, sobretot als Estats Units, tot i que no sempre com a investigadores de ple dret, sinó relegades a un segon pla, portant a terme tasques de tipus més rutinari, com fent de secretàries, d'enquestadores, analitzant dades, etc. No va ser fins als anys 1960 i 1970 que les dones van poder accedir a l'àmbit acadèmic sense les limitacions d'èpoques anteriors. Mitjançant la revisió bibliogràfica de llibres, articles i tesis, hem pogut comprovar que, sobretot als Estats Units, existeixen iniciatives per recuperar els noms de les investigadores oblidades i silenciades. Així, autores com Nancy Signorielli i el seu llibre *Women in Communication: A Biographical Sourcebook* que recull la biografia de dones destacades en el camp de la comunicació, Lauren Archer i Peter Simonson, Aimee-Marie Dorsten o l'espanyola Leonarda García-Jiménez amb la seva iniciativa *Femicom*, s'han encarregat d'investigar i donar a conèixer aquestes dones investigadores en el nostre camp: Herta Herzog, Thelma Ehrlich Anderson, Hazel Gaudet Erskine, Rose K. Goldsen, Gladys Lang, Elisabeth Noelle-Neuman, Gaye Tuchman, Mueriel Cantor, Pamela

Shoemaker, Ien Ang, Tania Modlesky, Janice Radway, Sandra Ball-Rokeach, Liesbet Van Zoonen o Michelle Mattelart, entre d'altres.

El cas espanyol, però, és diferent. El país es troba amb l'escull de l'arribada del franquisme l'any 1939, després d'un període de guerra, que suposa un endarreriment en tots els aspectes de la societat, i la Comunicació no va ser cap excepció. A Espanya, el desenvolupament de les Ciències de la Comunicació va molt lligat al del periodisme, per això hem revisat la història del camp al país. Si, com hem dit, en altres països ha existit interès per recollir els noms de les investigadores del passat, a Espanya, en canvi, les investigacions amb perspectiva de gènere han anat més dirigides a assenyalar la bretxa de gènere existent en l'àmbit acadèmic o en el tractament que la dona rep als mitjans de comunicació o la publicitat. Són poques les investigacions que s'han ocupat de les aportacions de les dones a l'àmbit de la investigació en comunicació. Això no obstant, el repàs de la bibliografia ha llençat a la llum alguns noms: María Dolores Cáceres, Carmen Caffarel, Amparo Huertas, Rosario De Mateo, María Dolores Montero i Blanca Muñoz o Leonarda García-Jiménez, entre altres.

L'objectiu principal de la recerca era analitzar la presència o absència de referents femenins en l'àmbit de la investigació dels estudis de la comunicació a Espanya, entre 1980 i 2022. Els objectius secundaris marcats eren: analitzar la presència de dones investigadores en els estudis de la comunicació en la bibliografia existent, analitzar de manera estadística la producció i publicació dels articles per tal de comprovar si existeixen diferències entre gèneres i, finalment, identificar les principals investigadores i determinar quines són les línies d'investigació desenvolupades.

Mitjançant la revisió bibliogràfica i l'anàlisi de la revista *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, hem pogut respondre a l'objectiu principal: en el passat han existit dones investigadores en el camp de la comunicació, tot i que la seva presència ha estat molt menor que la dels homes. En la primera dècada de publicació, únicament 8 articles estan escrits per dones. Aquesta tendència, però, tenint en compte les dades extrems de la nostra investigació, va començar a canviar l'any 2013 i, actualment, el nombre d'articles d'investigadores publicats a la revista sobrepasa al dels homes. Igualment, tot i que les autories dels articles publicats durant l'època analitzada està molt atomitzada, hem extret una mostra de les autores amb més publicacions i hem comprovat que, algunes, corresponen a les destacades per altres autors en la fase anterior: Amparo Moreno Sardà, María Rosario Lacalle Zalduendo, Amparo Tuñón Sanmartín, María Bella Palomo Torres, Anna Fajula, Núria Simelio i Solà, Joana Gallego Ayala, María José Canel Crespo o María Dolores Montero Sánchez.

Per acabar, les línies d'investigació principals centren el focus en el periodisme, la televisió, les xarxes socials, la publicitat, les relacions públiques, la premsa, el periodisme digital, estudis de gènere, desinformació...

Som conscients de les limitacions d'aquest treball, ja que l'anàlisi d'una única publicació és poc representatiu. També ens hem trobat amb la dificultat d'haver de tractar amb una base de dades poc homogènia (manquen dades i els formats són inconsistents), obligant a tractar de manera manual algunes dades, amb la possibilitat d'error que això pot suposar. Per això, en futures investigacions, pot ser interessant enriquir l'estudi comparant diferents revistes científiques espanyoles o internacionals.

Actualment, la presència de les dones a la vida acadèmica i professional en l'àmbit de la comunicació és majoritària, però, com hem pogut comprovar, no sempre ha estat així. La incorporació de la dona a la investigació, així com la de les minories racials, sexuals, etc., ha

comportat la introducció de noves temàtiques i perspectives que no fan sinó aportar una visió molt més àmplia de la realitat i dels processos comunicatius.

De tota manera, cal també recordar que encara existeixen barreres per a les dones en l'accés als llocs de lideratge, cosa que fa necessari continuar promovent accions per garantir la igualtat entre homes i dones. Incloure la perspectiva de gènere a la investigació en comunicació és un dels objectius marcats a les agendes de les universitats per tal d'aconseguir enderrocar aquestes barreres. "Una disciplina que vulgui abanderar i liderar el pensament social en ple segle XXI, no pot ni deu continuar deixant de costat les aportacions històriques i contemporànies de les dones investigadores" (García-Jiménez et al., 2022: 111).

10. Bibliografia i Referències bibliogràfiques

ADECEC. (2020). *La mujer en comunicación y RR.PP. en España*. https://www.asociacionadc.org/wp-content/uploads/2020/03/ADECEC-2%C2%AAedici%C3%B3n-de-La-Mujer-en-Comunicaci%C3%B3n-y-RR.PP_-en-Espa%C3%B1a.pdf

ANECA. (2005). *Libro blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.

https://www.aneca.es/documents/20123/63950/libroblanco_comunicacion_def.pdf/0c0517b1-d2bd-b726-123c-4b30a7c3be5e?t=1654601743040

AQU Catalunya. (2018). *Marc general per a la incorporació de la perspectiva de gènere en la docència universitària*. Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya.

<https://www.aqu.cat/doc/Universitats/Metodologia/Marc-general-per-a-la-incorporacio-de-la-perspectiva-de-genere-en-la-docencia-universitaria>

Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. (N/d). *Primeras Jornadas Catalanas de la Mujer. Mayo de 1976 Testimonios en primera persona. Amparo Moreno Sardà*.

<https://ajuntament.barcelona.cat/arxiunicipal/arxiuhistoric/es/primeras-jornadas-catalanas-de-la-mujer-mayo-de-1976/amparo-moreno-sarda>

Bachelet, Michelle. (2013). *El siglo de la inclusión y la plena participación de las mujeres: Conferencia de Kapuscinski por Michelle Bachelet*. ONU Mujeres.

<https://www.unwomen.org/es/news/stories/2013/2/the-century-of-inclusion-and-womens-full-participation>

Baladrón-Pazos, Antonio J.; Correyero-Ruiz, Beatriz & Manchado Pérez, Benjamín. (2014). *Tres décadas de investigación sobre comunicación en España. Análisis de las revistas científicas de comunicación (1980-2013)*. *Communication & Society* 27(4), 49-71.

<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/37913/1/20141027120953.pdf>

Barlow, Reuel R. (1936). *French and British Schools of Journalism: With a Comparative Analysis*. *Journalism Quarterly*, 13(2), 157–168.

https://archive.org/details/sim_journalism-and-mass-communication-quarterly_1936-06_13_2/page/156/mode/2up

Barrera, Carlos. (2012) *Transatlantic views on journalism educations before and after World War II*. *Journalism Studies*, 13:4, 534-549.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.637722>

Barrera, Carlos. (2022). *The beginnings of communication schools in Spain within their international context*. *Profesional de la información*, v. 31, n. 1, e310107.

<https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.07>

Berelson, Bernard. (1959). *The State of Communication Research*. *Public Opinion Quarterly*, Volume 23, Issue 1, SPRING 1959, Pages 1–2.

<https://doi.org/10.1086/266840>

Busquet, D. J., & Medina, C. A. (2017). *La investigación en comunicación. ¿qué debemos saber? ¿qué pasos debemos seguir?*. Editorial UOC.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouocsp-ebooks/detail.action?docID=5308406>

Caffarel-Serra, Carmen; Domínguez, Milagros & Romano, Vicente. (1989). *El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987)*. *Cuadernos de investigación en comunicación*, n. 3, pp. 45-57.

Caffarel-Serra, Carmen; Izquierdo, Patricia & Núñez, Sonia (2017). *La mujer en la dirección de la investigación sobre comunicación en España (2007-2013)*. En D. Caldevilla (Eds.), *Libro de actas del Congreso CUICID 2017* (p. 98). Fórum XXI.

<https://cuiciid.net/wp-content/uploads/2022/03/Libro-de-actas-completo-2017.pdf>

Caffarel-Serra, Carmen; Ortega-Mohedano, Félix & Gaitán-Moya, Juan-Antonio (2017). *Investigación en Comunicación en la universidad española en el período 2007-2014*. *El profesional de la información*, v. 26, n. 2, pp. 218-227.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.08>

Caffarel-Serra, Carmen (2018). *La metainvestigación en comunicación, una necesidad y una oportunidad*. En: adComunica. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº15. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 293-295.

<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.16>

Caffarel-Serra, Carmen; Ortega-Mohedano, Félix & Gaitán, Juan Antonio. (2018). *Communication research in Spain: Weaknesses, threats, strengths and opportunities*. [La

investigación en comunicación en España: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades]. *Comunicar*, 56, 61-70.

<https://doi.org/10.3916/C56-2018-06>

Callejo Gallego, Javier; Gómez Esteban, Concepción & Casado Aparicio, Elena. (2013). *El techo de cristal en el sistema educativo español*. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.

<https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/uoc/titulos/48607>

Carey, James W. (2008). *Communication As Culture, Revised Edition: Essays on Media and Society*, Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central.

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouocsp-ebooks/detail.action?docID=356343>.

Carrasco Campos, Ángel & Saperas Lapiedra, Enric. (2013). *Las teorías de la comunicación hoy: contexto histórico, cambios tecnológicos y nuevo estatuto epistemológico de la investigación comunicativa*. *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas* (Vol. 4, pp. 959–970). Universidad de Valladolid: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4230485.pdf>

Castillo-Esparcia, Antonio. (2010). *Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España*. *Comunicacion y Sociedad*. xxiii. 289-327.

<http://hdl.handle.net/10045/22678>

Castillo-Esparcia, Antonio; Peña Timón, Vicente & Mañas Valle, Sebastián. (2014). *Revista de comunicación en España. Una aproximación histórica*. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Febrero. Págs. 621-630

<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/45053>

Chambers, Deborah; Steiner, Linda & Fleming, Carole. (2004). *Women and Journalism*. Taylor & Francis.

<https://books.google.fr/books?id=jBnDsyLh9oAC>

Col·legi de periodistes de Catalunya. El Portal. (2022). *Mor la periodista i professora María Amparo Tuñón San Martín*.

Comissió Europea. (2016). *Guidance on Gender Equality in Horizon 2020*.

https://eige.europa.eu/sites/default/files/h2020-hi-guide-gender_en.pdf

Craig, R.T. (1999). *Communication Theory as a Field*. *Communication Theory*, 9: 119-161.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>

De Aguilera Moyano, Miguel. (1998). *La investigación en comunicación en España: una visión panorámica*. *Comunicación y Cultura*, 2(2), 5-11.

<https://doi.org/10.1174/113839598322025919>

Departament de periodisme i de ciències de la comunicació. (N/d). *Professorat*. *María Rosario Lacalle Zalduendo*.

<https://www.uab.cat/web/el-departament/lacalle-zalduendo-1302242487227.html>

Diego González, Álvaro de (2016). *La lucha por el control de la prensa en el primer franquismo: la destitución del director de Arriba en enero de 1942*. *Revista de Estudios Políticos*, 174, 331-359.

<http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.174.11>

Díez, Arantza & Ollé i Castellà, Candela. (2021). *Toolkit de gènere* / Autora: Arantza Díez; l'encàrrec i la creació d'aquest recurs d'aprenentatge UOC han estat coordinats per la professora: Candela Ollé Castellà (Primera edició). Editorial UOC.

<http://genere-toolkit.recursos.uoc.edu/>

Dorsten, Aimee-Marie. (2012). *"Thinking Dirty": Digging Up Three Founding "Matriarchs" of Communication Studies*. *Communication Theory*, 22(1), 25-47.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2011.01398.x>

Dorsten, Aimee-Marie. (2016). *Women in Communication Research*. In *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (eds K.B. Jensen, E.W. Rothenbuhler, J.D. Pooley and R.T. Craig).

<https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect106>

Duch Plana, Montserrat. (2014). *A empentes i rodolons. Els obstacles sexistes en l'accès de les dones a la universitat espanyola. Cent anys de dones a la universitat* / Inma Pastor, editor. (Pastor, Ed.), 15-27. Publicacions Universitat Rovira i Virgili.

Fernández-Quijada, David & Masip-Masip, Pere. (2013). *Three decades of spanish communication research: Towards legal age*. [Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad]. *Comunicar*, 41, 15-24.
<https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>

Forga Martel, Maria. (2020). *Comunicació: guies per a una docència universitària amb perspectiva de gènere*. Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya. Xarxa Vives d'Universitats.

Franquet, Rosa; Luzón-Fernández, Virginia & Ramajo Hernández, Nati. (2006). *Mujer y medios de comunicación on-line. Un análisis de género*. Análisis y propuestas en torno al periodismo digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2 y 3 de marzo de 2006, Huesca, España / Fernando Sabés Turmo (ed. lit.), 2006, 94-108

<https://hdl.handle.net/11441/99396>

Fuentes-Navarro, Raúl. (1991). *La institucionalización de la comunicación como ciencia social en México. Algunos aportes teóricos para su investigación*. Comunicación y Sociedad, núm. 13. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara.

<http://hdl.handle.net/11117/2846>

Fuentes-Navarro, Raúl. (1995). *La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones*. Comunicación y Sociedad, núm. 13. septiembre-diciembre 1991. pp. 25-60

http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/13_1991/25-60.pdf

García Jiménez, Leonarda. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Ed. Tecnos.

García-Jiménez, Leonarda. (2016). *Historia y producción científica de la investigación de la comunicación en España (1980-2009)*. Pangea. Revista De Red Académica Iberoamericana De Comunicación, 7(1), 92–120.

<https://doi.org/10.52203/pangea.v7i1.99>

García-Jiménez, Leonarda. (2019). *En defensa de la comunicación*. Tirant Humanidades.

García-Jiménez, Leonarda. (2021). *Aportaciones femeninas a las teorías de la comunicación: Una propuesta para la docencia y la ciencia*. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, 65, 121-135.

<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3327>

García-Jiménez, Leonarda y Simonson, Peter (2021) (Eds.). *Roles, aportaciones e invisibilidades femeninas en el campo de la investigación en comunicación*. Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 12(2).

<https://www.mediterranea-comunicacion.org/issue/view/982>

García-Jiménez, Leonarda & Herrero, Esperanza. (2022). *Narrating the Field of Communication Through Some Female Voices: Women's Experiences and Stories in Academia*. *Communication Theory*, Volume 32, Issue 2, May 2022, Pages 289–297.

<https://doi.org/10.1093/ct/qtac002>

García-Jiménez, Leonarda & Herrero, Esperanza. (2022). *“Nunca lo lograrás, eres demasiado guapa”*: Voces de mujeres investigadoras en comunicación. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (19), 385-410.

<https://doi.org/10.12795/IC.2022.I19.18>

García-Jiménez, Leonarda; Torrado-Morales, Susana & Díaz Tomás, Juan Manuel. (2022). *El rol de la mujer en la ciencia y la docencia en comunicación: análisis a partir de los programas universitarios en España*. *Revista de Comunicación*, 21(2), 91-113. Epub 17 de septiembre de 2022.

<https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A5>

García-Jiménez, Leonarda. (2023). *Teorías de la comunicación, mujeres investigadores y sujetos subalternos: Hacia la recuperación de la compasión en la ciencia*. *Lecciones del Portal de la Comunicación (InComUAB)*, Universidad Autónoma de Barcelona. ISSN 2014-0576.

<https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2022/11/Leonarda-1.pdf>

García-Ramos, F.-J., Zurián, F.-A. y Núñez-Gómez, P. (2020). *Los estudios de género en los Grados de Comunicación*. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 28(63), 21-30.

<https://doi.org/10.3916/C63-2020-02>

Gill, Rosalind (2007). *Gender and the Media*. Cambridge, UK: Polity Press.

Iturregui-Mardaras, Leire, Cantalapiedra-González, María José, Moure-Peñín, Leire, Merchán-Mota, Iker, & Elorriaga-Illera, Angeriñe. (2020). *El reto de la igualdad en la formación universitaria en Comunicación. De la concienciación a la capacitación en perspectiva de género*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(4), 1433-1444.

<http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67231>

Jefatura del Estado. *Llei orgànica 1/2004, de 28 de desembre, de mesures de protecció integral contra la violència de gènere*. *Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 313*. (2004)

<https://www.boe.es/eli/es/lo/2004/12/28/1/con>

Jefatura del Estado. *Llei orgànica 4/2007, de 12 d'abril, per la qual es modifica la Llei orgànica 6/2001, de 21 de desembre, d'universitats*. Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 89. (2007).

<https://www.boe.es/eli/es/lo/2007/04/12/4>

Jefatura del Estado. *Llei 14/2011, d'1 de juny, de la ciència, la tecnologia i la innovació*. Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 131. (2011).

<https://www.boe.es/eli/es/l/2011/06/01/14/con>

Jefatura del Estado. *Llei Orgànica 2/2023, de 22 de març, del Sistema Universitari*. Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 70. (2023).

<https://www.boe.es/eli/es/lo/2023/03/22/2/con>

Jones Solerno, Daniel Esteban. (1993). *Las revistas teóricas sobre comunicación en los países latinos*. Anàlisi, 0(15), 149-159.

<https://ddd.uab.cat/record/32866>

Jones, Daniel E.; Baró i Queralt, Jaume. (1997). *Tesis doctorals i treballs de recerca universitaris sobre comunicació als Països Catalans, 1954-1996: aproximació bibliomètrica*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, Núm. 20, 157-187.

<https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/14925>.

Jones, Daniel Esteban. (1998). *Investigación sobre comunicación en España: Evolución y perspectivas*. Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, ISSN-e 1137-1102, Nº. 5, 1998

<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17359/15144>

Knobloch-Westerwick, Silvia; Glynn, Carroll J. & Huges, Michael. (2013). *The Matilda Effect in Science Communication: An Experiment on Gender Bias in Publication Quality Perceptions and Collaboration Interest*. Science Communication, 35(5), 603–625.

<https://doi.org/10.1177/1075547012472684>

Lazcano-Peña, Daniela. (2014). *Aproximación a la configuración disciplinaria de la comunicación desde el análisis de su enseñanza: estudio del caso español*. B 25318-2014.

<http://hdl.handle.net/10803/283812>

Lockwood, Sara. (1929). *Twenty years of education for journalism: a history of the School of Journalism of the University of Missouri, Columbia, Missouri, U.S.A.* The E. W. Stephens Publishing Company.

<https://hdl.handle.net/10355/54608>

López-Navajas, Ana (2021). *Aprender con referentes femeninos : un legado cultural para la igualdad* / prólogo de María Subirats Martori. Madrid: SM.

Lozano-Ascencio, Carlos; Gaitán-Moya, Juan-Antonio; Caffarel-Serra, Carmen & Piñuel-Raigada, José-Luis. (2020). *Una década de investigación universitaria sobre Comunicación en España, 2007-2018*. Profesional de la información, v. 29, n. 4, e290412.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.12>

Marta-Lazo, Carmen. (2021). *Aportaciones femeninas para romper el techo de cristal* [Editorial]. Revista Mediterránea de Comunicación. Mediterranean Journal of Communication, 12(2), 7-9.

<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20137>

Martín Algarra, Manuel Víctor; Serrano-Puche, Javier & Rebolledo, Marta. (2018). *La mujer en la investigación en comunicación en España: un análisis de la producción científica (2007-2013)*. AdComunica, 65-87.

<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.5>

Martínez Nicolás, Manuel; Saperas, Enric & Carrasco-Campos, Ángel. (2019). *La investigación sobre comunicación en España en los últimos 25 años (1990-2014). Objetos de estudio y métodos aplicados en los trabajos publicados en revistas españolas especializadas*. Empiria (Madrid), 42, 37–69.

<https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>

Mattelart, Armand. (1995). *La invención de la comunicación*. Spain: Siglo XXI.

https://www.google.fr/books/edition/La_inveni%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n/5p0T4CNs6QcC?hl=en&gbpv=1

Mattelart, Armand & Mattelart, Michèle. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós.

McCormack, Naomi & Simonson, Peter. (2008). *Out of the Question: Women, Media, and the Art of Inquiry*. [Motion Picture]. United States: University of Pennsylvania's Annenberg School for Communication.

<http://www.outofthequestion.org>

Medécigo-Daniel, Uriel, & Araiza-Díaz, Alejandra. (2018). *El objeto de estudio de la comunicación. Un recorrido teórico y epistemológico*. Edähi Boletín Científico De Ciencias Sociales Y Humanidades Del ICSHu, 7(13), 1-13.

<https://doi.org/10.29057/icshu.v7i13.3488>

Menéndez Menéndez, María Isabel. (2014). *Metodologías de innovación docente: la perspectiva de género en Comunicación Audiovisual*. Historia y Comunicación Social, 18.

https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44000

Ministerio de Universidades de España. (2023). *Datos y cifras del sistema universitario espanyol. Publicación 2022-2023*. Secretaría General Técnica del Ministerio de Universidades.

https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2023/04/DyC_2023_web_v2.pdf

Ministerio de Universidades de España. (N/d). *Qué estudiar y dónde en la universidad (QEDU)*.

<http://siiu.universidades.gob.es/QEDU/>

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.

Moragas Spà, Miquel de. (2011). *La comunicación, disciplina y campo de estudio. La experiencia latina*. EU-topías. Revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos, Vol. 1-2 (2011), p. 7-21. DOI 10.7203/eutopias.1.18436

<https://ddd.uab.cat/record/257501>

Moragas Spà, Miguel de. (2013). *Interpretar La Comunicación : Estudios Sobre Medios En América y Europa*. Vol. 1a edición. Comunicacion. Barcelona: Gedisa Editorial.

<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=nlebk&AN=2352687&authtype=sso&custid=uoc&lang=es&site=ehost-live&scope=site>.

National Council for the Training of Journalists (NCTJ). (N/d). *Our heritage*.

<https://www.nctj.com/about-nctj/our-heritage/>

Nieto, M. T. G. (2013). *¿Son invisibles las mujeres científicas?/Are the Scientific Women Invisible?* Estudios Sobre El Mensaje periodístico, 19, 783-792.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/son-invisibles-las-mujeres-cientificas-1-are/docview/1499024436/se-2>

Noticias ONU. (2020). *La inequidad de género en el siglo XXI es una estupidez.*

<https://news.un.org/es/story/2020/02/1470311>

ONU Mujeres. (N.d.) *Incorporación de la perspectiva de género.*

<https://www.unwomen.org/es/how-we-work/un-system-coordination/gender-mainstreaming>

ONU Mujeres. (2020). *Visualizar los datos: La representación de las mujeres en la sociedad.*

<https://www.unwomen.org/es/digital-library/multimedia/2020/2/infographic-visualizing-the-data-womens-representation>

Otero, Edison. (2004). *Teorías de la comunicación.* Editorial Universitaria.

Pastor, Inma. (2014). *Cent anys de dones a la universitat.* Inma Pastor, editor. (Pastor, Ed.). Publicacions Universitat Rovira i Virgili.

<https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/uoc/titulos/54791>

Pastor Gosálbez, Inma & Pérez-Quintana, Anna. (2019). *El Biaix de gènere en el reclutament, la promoció i la retenció del personal a les universitats : informe 2019.* Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya. Xarxa Vives d'Universitats.

Pellerey, Roberto & Lacalle, Charo. (2015). *Comunicación: historia, usos e interpretaciones* (Primera edición digital). Editorial UOC.

Pérez Gómez, Ángel. (2020). *Rúbrica d'avaluació: TFG d'investigació.* Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC)

https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00275748/pdf/PID_00275748.pdf

Pérez Gómez, Ángel. (2020). *TFG modalitat investigació.* Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC).

https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00276736/pdf/PID_00276736.pdf

Pestano Rodríguez, José Manuel; Rodríguez Wangüemert, Carmen & del Ponti, Patricia. (2011). *Transformaciones en los modelos de formación de periodistas en España: el reto europeo*. Estudios sobre el mensaje periodístico, ISSN-e 1988-2696, Nº 17, 2, 2011, págs. 401-415

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/38122/36874>

Piñuel-Raigada, José Luis. (2010). *La comunicación como objeto científico de estudio, campo de análisis y disciplina científica*. Contratexto, (018), 67-107.

<https://doi.org/10.26439/contratexto2010.n018.200>

Pritchard, Alan. (1969). *Statistical bibliography or bibliometrics?*. Journal of Documentation, Vol. 25 No. 4, 348-349.

<https://doi.org/10.1108/eb026482>

RACO (Revistes Catalanes amb Accés Obert). (N/d). *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura. Sobre la revista*.

<https://raco.cat/index.php/Analisi/about>

Ramírez Alvarado, María del Mar; Mancinas-Chávez, Rosalba & Martínez Pecino, Roberto. (2015). *Feminización de los estudios de comunicación: la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla*.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/37012/2881-9146-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Repiso, Rafael; Moreno-Delgado, Alicia. (2022). *Producción científica española en Comunicación indexada en Web of Science: contextualización y presencia en el Ranking de Shanghái*. Profesional de la información, v. 31, n. 1, e310119.

<https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.19>

Rivero Santamarina, Diana; Meso Ayerdi, Koldobika & Peña Fernández, Simón. (2015). *La feminización de los estudios de Periodismo: análisis del caso español*. Revista Latina de Comunicación Social, 70, 566 a 583.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1060/30es.html>

Rizo García, Marta, (2011). *Reseña de "Teoría de la comunicación humana"* de Paul Watzlawick. Razón y Palabra, (75).

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>

Rodrigo Alsina. (1995). *Los Modelos de la comunicación*/Miquel Rodrigo Alsina (2a ed.). Tecnos.

Rodrigo Alsina, Miquel. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Rodrigo Alsina, Miquel & García-Jiménez, Leonarda. (2008). *Teoría e investigación de la comunicación en España. Notas para un debate*. Congreso internacional fundacional AE-IC I+C Investigar la Comunicación | Actas y memoria final. ISBN: 978-84-612-3816-3

<https://ae-ic.org/santiago2008/Congreso08/Actas/contents/pdf/comunicaciones/32.pdf>

Rodrigo Alsina, Miquel & Estrada Alsina, Anna. (2009). *Teorías de la comunicación*. UOC Universitat Oberta de Catalunya.

<https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/lc/uoc/titulos/56581>

Rodrigo Alsina, Miquel & García-Jiménez, Leonarda. (2010). *Communication theory and research in Spain: A paradigmatic case of a socio-humanistic discipline*. European Journal of Communication, 25(3), 273-286.

<https://doi.org/10.1177/0267323110373458>

Rodríguez Wangüemert, Carmen; Matud Aznar, María Pilar & Pestano Rodríguez, José Manuel. (2013). *Hacia la educación en Género: Comunicación e Igualdad*. Historia y comunicación social Vol. 18 Núm. 2, 743-755.

http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44283

Rowland, Allison L. & Simonson, Peter. (2014). *The Founding Mothers of Communication Research: Toward a History of a Gendered Assemblage*. Critical Studies in Media Communication, 31:1, 3-26.

<https://doi.org/10.1080/15295036.2013.849355>

Saperas, Enric. (1992). *Introducció a les teories de la comunicació*. 1era edició, Barcelona: Editorial Pòrtic, S.A.

Saperas Lapiedra, Enric. (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", vol. 9, no. 2, 2016

<https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511552709003/html/index.html>

Segado-Boj, Francisco; Prieto Gutiérrez, Juan José & Quevedo Redondo, Raquel. (2021). *El Efecto Matilda en la red de coautorías Hispanoamericana en Comunicación*. ARTICULO Revista Mediterránea de Comunicación. Mediterranean Journal of Communication Vol. 12 Núm. 2, 77-95

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.18971>

Sevillano Calero, Francisco. (2000). *Notas para el estudio de la opinión en España durante el franquismo*. REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Núm. 90, 229-244.

https://reis.cis.es//REIS/PDF/REIS_090_10.pdf

Signorielli, Nancy. (1996). *Women in communication: A biographical sourcebook*. Westport, CT: Greenwood Press.

<https://books.google.fr/books?id=Jds8Oc1Oqt0C>

Silió, Elisa. (9/05/2023). *Las rectoras se abren paso más despacio*. Diario El País.

Simonson, Peter & Archer, Lauren. (2011). *Women in media research*.

<http://www.outofthequestion.org/Women-in-Media-Research.aspx>

Simonson, Peter & Park, David W. (2015). *The International History of Communication Study*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781315727738>

Tato García, Maria, Tato Jiménez, Juan Luís & Castillo Díaz, Ana (2014). *La investigación en comunicación en España: estado de la cuestión*. Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación, 1(1), 129-139.

<https://doi.org/10.24137/raeic.1.1.14>

Tornay-Márquez, M.Cruz. (2021). *Gender and media: contribuciones a una comunicación con perspectiva de género desde el feminismo y su influencia en las políticas de igualdad*. Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 12(2), 35-44.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.19195>

Unidad de Mujeres y Ciencia del Ministerio de Ciencia e Innovación. (2011). *Manual El género en la investigación*. European Commission, Research & Innovation; Traducción del Ministerio de Ciencia e Innovación.

<https://www.ciencia.gob.es/InfoGeneralPortal/documento/206ea046-a688-4df5-ac5c-1ec3c927a667>

Unitat d'Igualtat UOC. (2020). *Pla d'igualtat de gènere 2020-2025*.

https://www.uoc.edu/portal/_resources/CA/document/la_universitat/igualtat/pla-igualtat-2020-2025_ca.pdf

Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació. *Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1980-. ISSN 2340-5236.

<https://ddd.uab.cat/record/2>

Vera Balanza, María Teresa. (2012). *Periféricas: una propuesta didáctica para Teorías de la Comunicación*. Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, 1137-1102, Nº. 32, 13-27

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4020171&orden=360631&info=link>

Vidales Gonzáles, Carlos. (2015). *Historia, teoría e investigación de la comunicación*. Comunicación y sociedad, (23), 11-43.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002&lng=es&tlng=es.

Vidales, Carlos. (2021). *Historia, teoría e investigación de la comunicación: (re)pensando pensando las asociaciones y grupos de trabajo*.

https://www.youtube.com/watch?v=2I_OJTR9RXo

Williams, Sara Lawrence Lockwood. (1929). *Twenty years of education for journalism: a history of the School of Journalism of the University of Missouri, Columbia, Missouri, U.S.A.* The E. W. Stephens Publishing Company.

<https://hdl.handle.net/10355/54608>