

La calidad de los artículos sobre los profesionales de la comunicación corporativa y de las relaciones públicas: un análisis bibliométrico con enfoque de género

Marián Navarro-Beltrá – Universidad Católica de Murcia (UCAM) –

mnavarro2@ucam.edu

Susana Miquel-Segarra – Universidad Jaume I de Castellón – smiquel@uji.es

Marta Martín-Llaguno – Universidad de Alicante – marta.martin@ua.es

Abstract: Para evaluar la calidad de la investigación científica existen diversos métodos. Dos de los más utilizados son el factor de impacto de JCR y el índice de impacto de SJR. No obstante, pese a la importancia de valorar la calidad de la literatura académica, los trabajos que emplean la perspectiva de género para el estudio de los profesionales de la comunicación corporativa y de las relaciones públicas (RRPP), a mejor conocimiento, no han sido evaluados hasta la fecha. Así, el objetivo del presente estudio se basa en examinar, con enfoque de género, la calidad de la producción científica sobre los profesionales de las RRPP y de la comunicación corporativa que utiliza, a su vez, la perspectiva de género. Para ello, se ha realizado un análisis bibliométrico de los artículos relacionados con el tema de estudio publicados en inglés o en español entre 1999 y 2014. Para localizar estos documentos se ha recurrido a *Web of Science Core Collection*, *Scopus* y *Proquest Central*. Los principales resultados muestran que no existen diferencias en función del sexo del primer autor al analizar el número de citas recibidas y la indexación en JCR y SJR.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Keywords: relaciones públicas; comunicación corporativa; calidad; producción científica; análisis bibliométrico; género

1. Introducción

La necesidad de evaluar los resultados de la actividad investigadora se ha incrementado en los últimos años (Gómez y Bordons, 1996: 21). En concreto, la calidad de los artículos se suele determinar a través del factor de impacto que poseen las revistas en las que son publicados (Buela-Casal, 2001).

El factor de impacto es un indicador que hace referencia al número de citas que poseen en promedio los documentos publicados en una revista determinada (Gómez y Bordons, 1996: 24). Este indicador parte “de la premisa, no exenta de críticas, de considerar que a más citas recibidas, más calidad del trabajo” (Lima-Serrano, Lima-Rodríguez, Porcel-Gálvez y Gil-García, 2015: 28). Sin embargo, ninguna de las propuestas alternativas al criterio de evaluación basado en el factor de impacto ha logrado una difusión y aceptación suficiente para ser aplicada de forma sistemática (Aleixandre-Benavent, Valderrama-Zurián y González-Alcaide, 2007: 4).

Así,

“el hecho de publicar en revistas de alto factor de impacto se considera en muchos contextos un criterio de calidad en sí mismo, pues se asume que un artículo publicado en determinada revista es probable que reciba el mismo número de citas que el promedio de la revista” (Gómez y Bordons, 1996: 24).

No obstante, para evaluar la calidad de la investigación, también se considera relevante considerar el número de citas que recibe el artículo concreto, y no solo la revista en la que se inserta.

Hasta hace pocos años, el *Journal Citation Reports* (JCR), de Thomson-Reuters, era el único producto que ofrecía a nivel internacional indicadores de citación vinculados con revistas científicas (Torres y Jiménez, 2010: 102). Sin embargo, en la actualidad, para medir la calidad de las revistas científicas se utiliza tanto el *Journal Citation Report* como el *SCImago Journal Rank* (SJR) (Lima-Serrano, Lima-Rodríguez, Porcel-Gálvez y Gil-García, 2015: 28)

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Cabe destacar que “la evaluación de la actividad científica [...] puede presentar sesgos de género” (Lara, 2007: 133). De hecho, tradicionalmente se ha considerado que la investigación científica es un ámbito principalmente masculino que no les corresponde a las mujeres y en el que es habitual la existencia de techo de cristal (Lara, 2007: 134). Esta discriminación laboral hacia la mujer también se puede observar en otros sectores. En concreto, las profesiones relacionadas con la comunicación son especialmente llamativas, pues aunque se trata de ámbitos feminizados, todavía se produce este tipo de discriminación (García-González y Piñeiro-Otero, 2011: 515; Martín-Llaguno, Beléndez y Hernández, 2007: 50; Ramírez, 2010: 132).

El estudio científico de la discriminación laboral hacia la población femenina en el ámbito de la comunicación ya se ha iniciado (García-González and Piñeiro-Otero 2011; Klein 2000; Martín-Llaguno, 2007a; Martín-Llaguno, 2007b; Martín-Llaguno, Beléndez y Hernández, 2007; Martín-Llaguno y Navarro-Beltrá, 2015; Martín-Llaguno, Miquel Segarra y Navarro-Beltrá, 2015; Pueyo, 2010: 251-252). No obstante, pese a la importancia de valorar la calidad de la literatura académica, los trabajos que emplean la perspectiva de género para el estudio de los profesionales de la comunicación corporativa y de las RRPP, a mejor conocimiento, no han sido evaluados hasta la fecha.

Así, el objetivo del presente estudio se basa en examinar, con enfoque de género, la calidad de la producción científica sobre los profesionales de las RRPP y de la comunicación corporativa que utiliza, a su vez, la perspectiva de género.

De esta forma, y al considerar que los hombres han ocupado una posición predominante en el campo de la investigación científica en detrimento de las mujeres, este trabajo parte de la siguiente hipótesis: la producción científica realizada por varones posee una mayor calidad que la efectuada por mujeres, incluso cuando la investigación objetivo de estudio analiza, con perspectiva de género, un ámbito feminizado

2. Metodología

Con el propósito de alcanzar el objetivo señalado anteriormente, se ha recurrido a la metodología cuantitativa y, en concreto, se ha efectuado un análisis bibliométrico de la producción científica relacionada con el tema de la presente investigación. De esta forma, el universo objeto de estudio ha estado conformado por los artículos redactados en inglés o en español que fueron publicados entre 1992 y 2014 en revistas indexadas en las bases de datos *Web of Science Core Collection*, *Scopus* o *Proquest Central* (área temática de Ciencias Sociales) que estudian, con enfoque de género, el ámbito laboral de las RRPP y/o de la comunicación corporativa. El periodo temporal seleccionado abarca desde la creación en España de la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom)¹ hasta el momento de la recogida de datos (junio de 2014).

La estrategia de búsqueda utilizada para encontrar los textos concretos a analizar ha consistido en localizar determinados términos en el título, en el resumen y/o en las palabras clave de los documentos indexados en las bases de datos seleccionadas². Los términos utilizados se pueden agrupar en tres categorías: a) relacionadas con la comunicación (*public relations*, *PR*, *communication manager* y *corporate communication*); b) relacionadas con el trabajo (*human capital*, *labour**, *labor** y *work**); y c) relacionadas con el género (*gender*, *sex**, *glass ceiling*, *sticky floor*, *work-family conflict* y *family-work conflict*)³. Para conectar estas palabras clave se ha recurrido a los operadores booleanos AND y OR.

Además, se ha tratado de delimitar las características de los documentos mostrados en las bases de datos. De esta forma, el periodo temporal, el tipo de documento y el idioma se ha podido limitar en las tres bases de datos

¹ La creación de esta institución es importante debido a que el asociacionismo favorece la elaboración de investigaciones relacionadas con el sector.

² Así, en *Web of Science Core Collection* se ha utilizado el campo "tema", que busca los términos en el título, en el *abstract*, en las palabras clave de autor y en las *keywords plus*. En *Scopus* se ha recurrido al campo "*article title, abstract y keywords*". En *ProQuest Central* se han usado los siguientes campos de búsqueda: "resumen", "título del documento" y "encabezamiento de materia (todos)".

³ El asterisco que acompaña a algunos de los términos clave se ha utilizado para recuperar variaciones de la palabra buscada, ya que en las bases de datos analizadas el uso de este truncamiento sustituye la posible presencia de otros caracteres.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

seleccionadas. Sin embargo, la fuente del documento únicamente se ha podido definir en *Scopus* y en *ProQuest Central*, de manera que en *Web of Science Core Collection* esta delimitación se ha realizado manualmente.

Una vez localizados los textos, se han seleccionado únicamente aquellos que cumplen ciertos criterios de inclusión. Así, se han escogido los artículos publicados en revistas científicas, tanto empíricos como teóricos, que examinan, con enfoque de género, el ámbito laboral de las relaciones públicas y/o de la comunicación corporativa. Por tanto, han sido excluidas aquellas investigaciones que no han cumplido con estos requisitos.

La selección de los artículos a examinar ha sido realizada por dos investigadores en función de las delimitaciones definidas y establecidas con anterioridad a la realización de la búsqueda. En el caso de existir discrepancias, éstas han sido resueltas a través de la discusión y el consenso. Tras leer el título, el resumen y/o el texto completo de los escritos hallados en las bases de datos seleccionadas, se ha considerado que han cumplido los criterios de inclusión 29 documentos. La lista de los artículos finalmente examinados se puede observar en el anexo.

Para analizar el texto completo de estos escritos se ha creado un protocolo con más de 50 variables que recoge información sobre los siguientes aspectos: características del artículo, autores y organizaciones, contenido de los textos, características de la revista y calidad de los documentos.

Dos investigadores han trabajado durante tres meses en la codificación de los artículos finalmente seleccionados. Estos investigadores han obtenido un índice medio de Kappa del 0,875⁴. Con el propósito de examinar la información recolectada se ha utilizado el programa SPSS. En concreto, se ha recurrido a los descriptivos, a las frecuencias, a las tablas de contingencia y al test chi-cuadrado de Pearson⁵.

⁴ Índice calculado para aquellas variables que requieren un juicio por parte del investigador.

⁵ Consideramos que las diferencias son estadísticamente significativas cuando $p < 0,05$.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

3. Resultados

3.1. Autores

El índice de coautoría, es decir la media de autores por artículo, es de 1,76. Así, el 51,7% de los documentos posee un firmante, el 27,6% cuenta con 2, el 13,8% con tres y el 6,9% con más de tres. Al considerar el sexo de los signatarios cabe señalar que predominan las mujeres, ya que la media de autoras por artículo es de 1,38 mientras que la de autores es de 0,38.

Además, en 28 de los 29 documentos analizados aparece como mínimo una mujer como firmante (96,6% del total), cifra que se reduce a 19 en el caso de los varones (65,5%). En este sentido, destaca que en el 86,2% de los casos el primer autor es una mujer, frente al 13,8% en los que es un hombre. Por tanto, se puede afirmar que el estudio del ámbito laboral de las RRPP y la comunicación corporativa con enfoque de género está feminizado.

3.2. Citas

El número de citas que reciben los artículos analizados no muestra diferencias estadísticamente significativas en función del sexo del primer autor en ninguna ocasión. Sin embargo, y como se puede observar en la tabla 1, al considerar las citas recogidas en la base de datos *Web of Science Core Collection* destaca que las mujeres son las únicas con artículos sin citas y que solo los hombres poseen publicaciones con más de 15 citas. En *Scopus* los varones vuelven a ser los únicos que cuentan con esa gran cantidad de citas, mientras que en *ProQuest Central* se produce la situación contraria.

Tabla 1: citas recibidas según las bases de datos estudiadas (*Web of Science Core Collection*, *Scopus* y *ProQuest Central*) en función del sexo del primer autor

		Web of Science Core Collection			Scopus			ProQuest Central		
		Sexo del primer autor		Total	Sexo del primer autor		Total	Sexo del primer autor		Total
		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
No proce- de	Recuento	2	11	13	1	12	13	2	12	14
	% citas	15,4	84,6	100	7,7	92,3	100	14,3	85,7	100
	% sexo	50	44	44,8	25	48	44,8	50	48	48,3
	% total	6,9	37,9	44,8	3,4	41,4	44,8	6,9	41,4	48,3

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Ninguna	Recuento	0	3	3	1	2	3	2	3	5
	% citas	0	100	100	33,3	66,7	100	40	60	100
	% sexo	0	12	10,3	25	8	10,3	50	12	17,2
	% total	0	10,3	10,3	3,4	6,9	10,3	6,9	10,3	17,2
Entre 1 y 5	Recuento	1	8	9	1	7	8	0	4	4
	% citas	11,1	88,9	100	12,5	87,5	100	0	100	100
	% sexo	25	32	31	25	28	27,6	0	16	13,8
	% total	3,4	27,6	31	3,4	24,1	27,6	0	13,8	13,8
Entre 6 y 10	Recuento	0	1	1	0	3	3	0	2	2
	% citas	0	100	100	0	100	100	0	100	100
	% sexo	0	4	3,4	0	12,0	10,3	0	8,0	6,9
	% total	0	3,4	3,4	0	10,3	10,3	0	6,9	6,9
Entre 11 y 15	Recuento	0	2	2	0	1	1	0	1	1
	% citas	0	100	100	0	100	100	0	100	100
	% sexo	0	8	6,9	0	4	3,4	0	4	3,4
	% total	0	6,9	6,9	0	3,4	3,4	0	3,4	3,4
Más de 15	Recuento	1	0	1	1	0	1	0	3	3
	% citas	100	0	100	100	0	100	0	100	100
	% sexo	25	0	3,4	25	0	3,4	0	12	10,3
	% total	3,4	0	3,4	3,4	0	3,4	0	10,3	10,3

3.3. Publicaciones indexadas

Aunque no se producen diferencias estadísticamente significativas al considerar el número de artículos publicados en revistas indexadas en JCR y SJR en función del sexo del primer autor, cabe señalar que las mujeres suelen publicar más textos que los hombres en este tipo de revistas. En concreto, la diferencia existente es de 10 puntos en beneficio de las autoras en el caso de JCR y de 2 en el de SJR (ver tabla 2).

Tabla 2: artículos publicados en revistas indexadas en JCR y SJR en función del sexo del primer autor

		Revista indexada en JCR			Revista indexada en SJR		
		Sexo del primer autor		Total	Sexo del primer autor		Total
		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
Sí	Recuento	2	15	17	2	13	15
	% indexada	11,8	88,2	100	13,3	86,7	100
	% sexo	50	60	58,6	50	52	51,7
	% Total	6,9	51,7	58,6	6,9	44,8	51,7
No	Recuento	2	10	12	1	7	8
	% indexada	16,7	83,3	100	12,5	87,5	100
	% sexo	50	40	41,4	25	28	27,6
	% Total	6,9	34,5	41,4	3,4	24,1	27,6
No procede	Recuento	-	-	-	1	5	6
	% indexada	-	-	-	16,7	83,3	100
	% sexo	-	-	-	25	20	20,7
	% Total	-	-	-	3,4	17,2	20,7

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Tampoco se producen diferencias estadísticamente significativas al considerar el cuartil en el que se ubica la revista en función del sexo del primer autor⁶. No obstante, y como se puede observar en la tabla 3, destaca que en el cuarto cuartil -el de peor categoría- únicamente publican mujeres, tanto en JCR como en SJR.

Tabla 3: artículos publicados en revistas indexadas en JCR y SJR en función del cuartil y del sexo del primer autor

		Revista indexada en JCR			Revista indexada en SJR		
		Sexo del primer autor		Total	Sexo del primer autor		Total
		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
Q1	Recuento	0	1	1	1	6	7
	% cuartil	0	100	100	14,3	85,7	100
	% sexo	0	6,7	5,9	50	46,2	46,7
	% total	0	5,9	5,9	6,7%	40	46,7
Q2	Recuento	0	3	3	0	3	3
	% cuartil	0	100	100	0	100	100
	% sexo	0	20	17,6	0	23,1	20
	% total	0	17,6	17,6	0	20	20
Q3	Recuento	2	5	7	1	3	4
	% cuartil	28,6	71,4	100	25	75	100
	% sexo	100	33,3	41,2	50	23,1	26,7
	% total	11,8	29,4	41,2	6,7	20	26,7
Q4	Recuento	0	2	2	0	1	1
	% cuartil	0	100	100	0	100	100
	% sexo	0	13,3	11,8	0	7,7	6,7
	% total	0	11,8	11,8	0	6,7	6,7
No procede	Recuento	0	4	4	-	-	-
	% cuartil	0	100	100	-	-	-
	% sexo	0	26,7	23,5	-	-	-
	% total	0	23,5	23,5	-	-	-

La base de datos JCR se caracteriza por ofrecer el factor de impacto de las revistas, así, la media de este indicador es ligeramente superior en el caso de los artículos cuyo primer autor es un varón (0,6035) que en los que firma una mujer en primer lugar (0,57347), al igual que ocurre con el índice h (34 frente a 22), indicador ofrecido por SJR. No obstante, al observar el valor SJR se produce la situación contraria (0,72754 para artículos firmados en primer lugar por una mujer y 0,489 para documentos cuyo primer autor es un hombre) (ver tabla 4). A pesar de estos datos, las diferencias que se producen no son estadísticamente significativas en ninguna ocasión.

⁶ En caso de que haya más de una categoría asociada a la revista se analiza la primera.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Tabla 4: indicadores de calidad recogidos por JCR y SJR en función del sexo del primer autor

	Sexo del primer autor: hombre				
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
SJR de la revista en el año de publicación del artículo	2	0,235	0,743	0,489	0,35921
Según SJR, índice h de la revista en el año de publicación del artículo	2	34	34	34	0
Según JCR, factor de impacto de la revista en el año de publicación del artículo	2	0,458	0,749	0,6035	0,205768
	Sexo del primer autor: mujer				
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
SJR de la revista en el año de publicación del artículo	13	0,141	1,475	0,72754	0,539714
Según SJR, índice h de la revista en el año de publicación del artículo	13	4	59	22	17,034
Según JCR, factor de impacto de la revista en el año de publicación del artículo	15	0,094	1,134	0,57347	0,320789

4. Conclusiones

Como ponen de manifiesto los resultados del presente trabajo, no existen diferencias en la calidad de los artículos que emplean la perspectiva de género para el estudio de los profesionales de la comunicación corporativa y de las relaciones públicas en función del sexo del primer firmante. Así, la principal conclusión del presente estudio establece que el sexo del primer autor no afecta a la calidad de los artículos analizados.

Por tanto, no se cumple la hipótesis planteada en este trabajo, que establecía que la producción científica realizada por varones posee una mayor calidad que la efectuada por mujeres, incluso cuando la investigación objetivo de estudio analiza, con perspectiva de género, un ámbito feminizado.

Sin embargo, en el sector laboral de la comunicación corporativa y de las relaciones públicas sí existe discriminación en función del sexo. En concreto, las Directoras de Comunicación sufren segregación vertical (Martín-Llaguno, Miquel Segarra y Navarro-Beltrá, 2015) -presencia dispar de varones y mujeres en la jerarquía empresarial (Wirth, 2001: 11-13)- al igual que sucede en otros ámbitos relacionados con la comunicación, como el publicitario (García-González y Piñeiro-Otero, 2011: 515; Klein 2000: 6; Martín-Llaguno et al. 2007: 50; Pueyo, 2010: 260) y el periodístico (*International Federation of Journalists*, 2009: 4).

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

La principal limitación del presente trabajo se basa en haber analizado únicamente los artículos académicos relacionados con el tema de estudio publicados en revistas indexadas en las bases de datos *Web of Science Core Collection*, *Scopus* y *Proquest Central*. De esta forma, los resultados obtenidos únicamente pueden considerarse como una tendencia. Así, analizar investigaciones difundidas en revistas incluidas en bases de datos diferentes podría ser una futura línea de trabajo. También resultaría interesante replicar este estudio en otras áreas de investigación, por ejemplo, en aquellas asociadas principalmente con los varones, como la ingeniería.

5. Bibliografía

A García-González y T Piñeiro-Otero (2011): “Las mujeres en el ámbito de la producción publicitaria. Estudio del sector publicitario gallego desde una perspectiva de género”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66: 505-525.

C Lara (2007): “La perspectiva de género en los sistemas de evaluación de la producción científica”, en *Revista de Investigaciones Educativas*, 25.1: 133-148.

D Klein (2000): *Women in advertising. Ten years on*. London: IPA.

D Torres-Salinas y E Jiménez-Contreras (2010): “Introducción y estudio comparativo de los nuevos indicadores de citación sobre revistas científicas en Journal Citation Reports y Scopus”, en *El Profesional de la Información*, 19.2: 201-207.

G Buela-Casal (2001): “La psicología española y su proyección internacional. El problema del criterio: internacional, calidad y castellano y/o inglés”, en *Papeles del Psicólogo*, 79: 53-57.

I Gómez y M Bordons (1996): “Limitaciones en el uso de los indicadores bibliométricos para la evaluación científica”, en *Política Científica*, 46: 21-26.

International Federation of Journalists (2009): *Getting the balance right: gender equality in journalism*. Belgium: International Federation of Journalists.

L Wirth (2001): “Breaking through the glass ceiling: women in management”, en *Berkeley Journal of Employment and Labor Law*, 24.1: 215-216.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

M Lima-Serrano, J S Lima-Rodríguez, A M Porcel-Gálvez y E Gil-García (2015): “¿Cómo mejorar la visibilidad de la investigación enfermera española? Publicaciones de referencia e índices de calidad”, en *Enfermería Clínica*, 25.1: 27-32.

M M Ramírez (2010): “Un reto para la igualdad: feminizar el empleo en el sector audiovisual”. En VV.AA., *El audiovisual ante la Ley de igualdad: III Jornadas Medios y Responsabilidad Social*. Andalucía: Fundación Audiovisual de Andalucía e Instituto Andaluz de la Mujer.

M Martín-Llaguno, M Beléndez y A Hernández (2007): *La mujer en las agencias de publicidad. Categorías, especializaciones y conflicto trabajo-familia en las agencias españolas*. Madrid: AEAP.

M. Martín-Llaguno (2007a): “La mujer en la industria publicitaria. La segregación vertical en la comunicación comercial: techo de cristal y suelo pegajoso”, en *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 12.22: 429-452.

M Martín-Llaguno (2007b): “La mujer en la industria publicitaria. La segregación horizontal en la comunicación comercial”, en *Análisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 35: 95-136.

M Martín-Llaguno y M Navarro-Beltrá (2015): “La segregación vertical y horizontal en las agencias de publicidad antes y después de la ley de igualdad de mujeres y hombres”, en *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 150: 113-150.

M Martín-Llaguno, S Miquel-Segarra y M Navarro-Beltrá (2015): “Analysis of communication executives and managers in Spain: Socio-demographic, organizational and attitudinal characteristics from a gender perspective”, en *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 7.2: 129-146.

N Pueyo (2010): “Sex structure of occupations in the advertising industry: where are the female ad practitioners?”, en *Observatorio (OBS*) Journal*, 4.3: 243-267.

R Aleixandre-Benavent, J C Valderrama-Zurián y G González-Alcaide (2007): “El factor de impacto de las revistas científicas: limitaciones e indicadores alternativos”, en *El Profesional de la Información*, 16: 4-11.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Anexo

A Vanc y C White (2011): "Cultural perceptions of public relations gender roles in Romania", en *Public Relations Review*, 37.1: 103-105.

B Al-jenaibi (2011): "Gender issues in the diversity and practice of public relations in the UAE case study of P.R. male managers and female P.R. practitioners", en *International Journal of E-Politics*, 2.3: 35-56.

B Beurer-Zuellig, C Fieseler y M Meckel (2009): "A descriptive inquiry into the corporate communication profession in Europe", en *Public Relations Review*, 35.3: 270-279.

B J Wrigley (2002): "Glass ceiling? What glass ceiling? A qualitative study of how women view the glass ceiling in public relations and communications management", en *Journal of Public Relations Research*, 14.1: 27-55.

B Sha y E L Toth (2005): "Future professionals' perceptions of work, life, and gender issues in public relations", en *Public Relations Review*, 31.1: 93-99.

D B Scott (2001): "The costs and benefits of women's family ties in occupational context: women in corporate-government affairs management", en *Community, Work & Family*, 4.1: 5-27.

D Pompper (2007): "The gender-ethnicity construct in public relations organizations: using feminist standpoint theory to discover latin@s' realities", en *Howard Journal of Communications*, 18.4: 291-311.

D Pompper (2012): "On social capital and diversity in a feminized industry: further developing a theory of internal public relations", en *Journal of Public Relations Research*, 24.1: 86-103.

D Pompper y T Jung (2013): "'Outnumbered yet still on top, but for how long?' Theorizing about men working in the feminized field of public relations", en *Public Relations Review*, 39.5: 497-506.

D Simorangkir (2011): "The impact of the feminization of the public relations industry in Indonesia on communication practice", en *International Journal of Strategic Communication*, 5.1: 26-48.

G G Panigyrakis y C A Veloutsou (1998): "Sex-related differences of public relations managers in consumer goods companies in Greece and Italy", en *Gender in Management: An International Journal*, 13.2: 72-82.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

H Jiang y H Shen (2013): "Toward a theory of public relations practitioners' own conflict: work versus life", en *Journal of Public Relations Research*, 25.3: 259-279.

J S Horsley (2009): "Women's contributions to American public relations, 1940-1970", en *Journal of Communication Management*, 13. 2: 100-115.

K Wolf (2006): "PR career progression - the gap between traditional research and the UK industry's perception", en *Journal of Communication Management*, 10.2: 174-190.

L Aldoory (2005): "(Re)conceived feminist paradigm for public relations: a case for substantial improvement", en *Journal of Communication*, 55.4: 668-684.

L L Austin (2010): "Framing diversity: a qualitative content analysis of public relations industry publications", en *Public Relations Review*, 36.3: 298-301.

L M Sallot, G T Cameron y R A W Lariscy (1998): "Pluralistic ignorance and professional standards: underestimating professionalism of our peers in public relations", en *Public Relations Review*, 24.1: 1-19.

M Kern-Foxworth, O Gandy, B Hines y D A Miller (1994): "Assessing the managerial roles of black female public relations practitioners using individual and organizational discriminants", en *Journal of Black Studies*, 24.4: 416-434.

M Lauzen (1992): "Effects of gender on professional encroachment in public relations", en *Journalism Quarterly*, 69.1: 173-180.

M Ryan (2003): "Public relations and the web: organizational problems, gender, and institution type", en *Public Relations Review*, 29.3: 335-349.

N T J Tindall y R D Waters (2012): "Coming out to tell our stories: using queer theory to understand the career experiences of gay men in public relations", en *Journal of Public Relations Research*, 24.5: 451-475.

P J Creedon (1993): "Acknowledging the infrasystem: a critical feminist analysis of systems theory", en *Public Relations Review*, 19.2: 157-166.

R Fröhlich y S B Peters (2007): "PR bunnies caught in the agency ghetto? Gender stereotypes, organizational factors, and women's careers in PR agencies", en *Journal of Public Relations Research*, 19.3: 229-254.

S F Bovet (1993): "Sexual harassment: what's happening and how to deal with it", en *The Public Relations Journal*, 49.11: 26.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

S L Fielden, R Tench y J Fawkes (2003): "Freelance communications workers in the UK: the impact of gender on well-being", en *Corporate Communications*, 8.3: 187-196.

T D Gallicano, P Curtin y K Matthews (2012): "I love what I do, but... a relationship management survey of millennial generation public relations agency employees", en *Journal of Public Relations Research*, 24.3: 222-242.

V Hazleton y B Sha (2012): "Generalizing from PRSA to public relations: how to accommodate sampling bias in public relations scholarship", en *Public Relations Review*, 38.3: 438-445.

W Elving, B van Ruler, M Goodman y C Genest (2012): "Communication management in the Netherlands: trends, developments, and benchmark with US study", en *Journal of Communication Management*, 16.2: 112-132.

Y K Chen (2011): "Social capital, human capital, and career success in public relations in Taiwan", en *Chinese Journal of Communication*, 4.4: 430-449.