

index•comunicación | nº 10(3) 2020 | Páginas 73-100

E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015
Recibido el 12_10_2020 | Aceptado el 25_10_2020 | Publicado el 12_11_2020

SOPORTES DE DIFUSIÓN EN COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD, RRPP Y PERIODISMO. ESTUDIO DE FONDOS DE LA BNE 2000-2020

**DIFFUSION SUPPORTS IN COMMUNICATION,
ADVERTISING, PR AND JOURNALISM.
STUDY OF FUNDS OF THE BNE 2000-2020**

**SUPORTES DE DIFUSÃO EM COMUNICAÇÃO,
PUBLICIDADE, RRPP E JORNALISMO.
ESTUDO DOS FUNDOS DA BNE 2000-2020**

<https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Sopor>

José Miguel Túñez-López

Universidade de Santiago de Compostela

miquel.tunez@usc.es

<https://orcid.org/0000-0002-5036-9143>

Sara Mandiá-Rubal

Universidade de Santiago de Compostela

sara.mandia.rubal@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4452-2751>

César Feiras-Ceide

Universidade de Santiago de Compostela

cesarfeiras@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5606-3236>



Para citar este trabajo: Túñez-López, J.M., Mandiá-Rubal, S. y Feiras-Ceide, C. (2020). Soportes de difusión en Comunicación, Publicidad, RRPP y Periodismo. Estudio de fondos de la BNE 2000-2020. *index.comunicación*, 10(3), 73-100. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Sopor>

Resumen: Mensajes que tradicionalmente se divulgarían en formato físico hoy se combinan con plataformas digitales. La producción por soporte documental está apenas estudiada en el área de comunicación, con excepción de las revistas científicas, y ese es el objetivo de este trabajo de investigación. No se localizan estudios similares previos, ni se hallan datos concluyentes como para esbozar hipótesis sólidas, por ello se planifica como una investigación sin hipótesis en la que: a) identificar el proceso, conceptos y descriptores empleados por la Biblioteca Nacional de España para clasificar los materiales que le llegan de esta disciplina por Depósito Legal; b) determinar el número de entradas existentes por tipo de soporte; c) conocer y describir la evolución a lo largo de los últimos veinte años, tanto de la producción de libros en soporte físico como electrónico, grabaciones de video y grabaciones de audio; d) identificar tendencias actuales. El análisis de los registros de la BNE vinculados a temáticas específicas de comunicación evidencia que el soporte dominante es el formato de libro físico, muy por encima de cualquier otro. Multimedia, libro electrónico, o registros en video, no despegan como vehículos de difusión ni en las temáticas que pudieran considerarse más afines.

Palabras clave: comunicación audiovisual; comunicación; periodismo; publicidad; relaciones públicas; soportes documentales.

Abstract: Information that would traditionally be disclosed in physical format, today are combined with digital platforms. Production by documentary support is hardly studied in communication, except scientific journals, and that is the objective of this research work. Similar studies and data are not conclusive to formulate a solid hypothesis. Therefore, it is planned as an investigation without hypotheses. Objectives: a) to identify the concepts used by the National Library of Spain to classify the materials that arrive through Legal Deposit; b) determine the number of existing entries by type of material; c) know and describe the evolution of media in the last twenty years; d) identify current trends. The analysis shows evidence that the dominant medium is the physical book format, far above any other. Multimedia, electronic book or video records do not stand out even in related matters.

Keywords: Audiovisual Communication; Communication; Journalism; Advertising; Public Relations; Documental Support.

Resumo: Itens que tradicionalmente seriam divulgados em formato físico agora são combinados com plataformas digitais. A produção em suporte do-

cumental é pouco estudada na área da comunicação, com exceção das revistas científicas, e esse é o objetivo final deste trabalho. Não foram identificados estudos semelhantes, nem existem dados conclusivos para traçar hipóteses sólidas, portanto se desenha como uma investigação sem hipóteses na que: identificar o processo, os conceitos e descritores utilizados na Biblioteca Nacional da Espanha para classificar materiais chegados por Depósito Legal desta disciplina; identificar o número de inscrições existentes por tipologia de suporte; conhecer e descrever a evolução, nos últimos vinte anos, da produção de livros em médios físicos e eletrônicos; identificar as tendências atuais. De forma global, a análise dos registos da BNE vinculados às temáticas específicas de comunicação mostram que o meio dominante é o formato de livro físico, muito acima de qualquer outro. Multimédia, livro eletrónico, ou registo de vídeo, não descolam como veículo de difusão, nem nos temas que poderiam ser considerados mais afins.

Palavras-chave: comunicação audiovisual; comunicação; jornalismo; publicidade; relações públicas; suportes documentais.

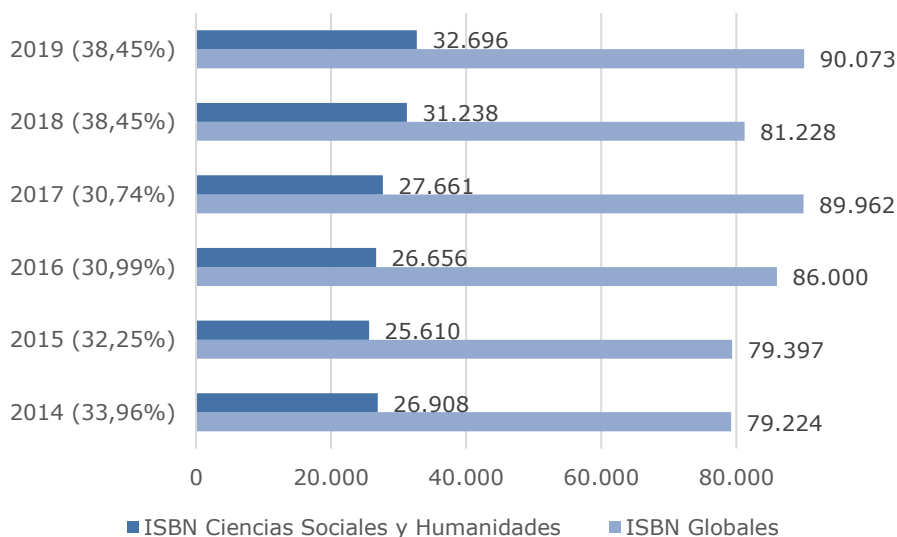
1. Introducción

Libro y lector son conceptos que están cambiando. La industria editorial modifica sus estructuras conceptuales y logísticas para adaptarse al desafío de la modernidad (Franganillo, 2008: 416). La industria editorial se vincula a la informática, va de la mano de la electrónica y aprovecha las ventajas de las nuevas tecnologías, las artes gráficas y las telecomunicaciones para ampliar su público objetivo, transmitiendo un mensaje que tradicionalmente se divulgaría en formato físico, y que hoy se trufa con plataformas multisopORTE.

La Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN (Ministerio de Cultura y Deporte, 2020) estima que en 2019 el número de libros inscritos en ISBN fue de 90.073, de los que 65.300, un 72,5%, se corresponden con libros en soporte papel, y los restantes 24.800, el 27,5%, con otros soportes.

Por subsectores, el 36,3% se dedicó a Ciencias Sociales y Humanidades, seguidos de los de Creación literaria, que suponen el 24,3%, los libros científicos y técnicos, el 11,7%, los dedicados a infantil y juvenil con el 11,2% y tiempo libre con el 7,9% del total de inscritos. En términos interanuales, este informe apunta incrementos del 10,9%, cifra que prácticamente ajusta los descensos interanuales reportados en 2018 y que implica un incremento en el bienio del 0,1%.

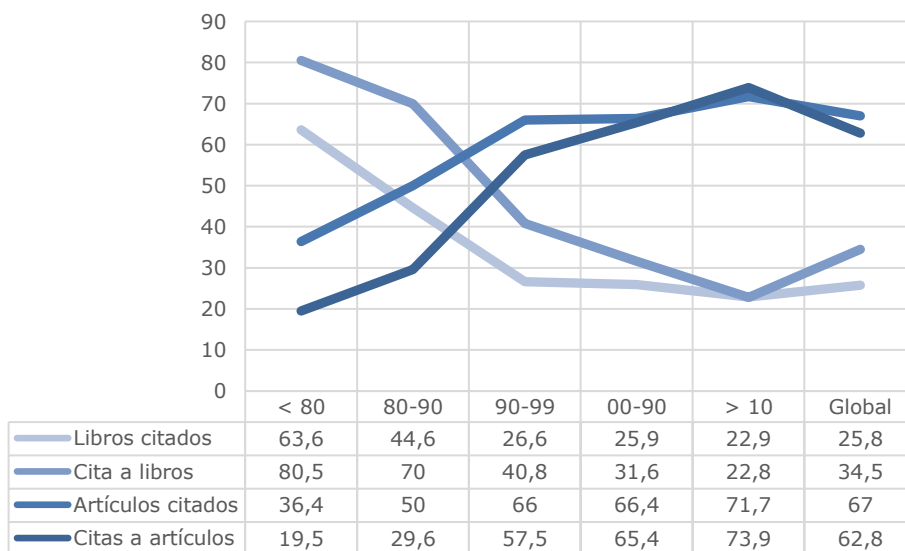
Figura 1. Evolución del peso relativo de los ISBN de «Ciencias Sociales y Humanidades» con respecto al total. Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (2020)



Fuente: elaboración propia.

¿Cómo afecta esta circunstancia a Comunicación? La producción documental del área por soportes está apenas estudiada, con excepción de las revistas científicas. La búsqueda bibliográfica no arroja documentos de interés sobre la edición de libros del área y las referencias encontradas reflejan la producción, globalmente, en Ciencias Sociales. Sobre el área, se aproxima a la producción de libros el estudio de Túñez, Martínez y Valarezo (2014) que rastrea la actividad de 683 investigadores a través de sus perfiles en Google Scholar y trabaja sobre una base de datos con las más de 7000 publicaciones incorporadas en ellos. Sus conclusiones evidencian un declive del libro como soporte de difusión y de citación frente a un incremento exponencial de los artículos en revistas indexadas. La tendencia al alza o a la baja es continua en ambos casos en las casi cuatro décadas que abarca el análisis. El impacto de tesis, congreso y conferencias es casi testimonial. Los autores apuntan como explicación que «los criterios de evaluación de trayectorias investigadoras en las políticas públicas acostumbra a decantarse hacia la valoración de artículos en revistas científicas» (Túñez, Martínez y Valarezo, 2014: 702).

Figura 2. Libros y artículos como documentos citados (2020)



Fuente: Túñez, Martínez y Valarezo, 2014: 702-703. Elaboración propia.

Como refiere Franganillo, «el concepto de libro, relacionado hasta hace poco con el de material impreso, se amplía considerablemente como consecuencia de las innovaciones tecnológicas que permiten multiplicar la difusión

de un texto hasta el infinito» (2008: 416). En este trabajo se realiza un repaso a la difusión de productos de comunicación, según su soporte, que han sido catalogados como tal por la Biblioteca Nacional de España. Se centra la atención en la evolución en los últimos veinte años diferenciando por subáreas: Comunicación audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas. También se indaga sobre tendencias actuales de contenidos emergentes, se comparan la catalogación de monografías actuales y monografías antiguas, y se diferencian los ejemplares encontrados atendiendo a su soporte: libro en papel, libro electrónico, video o archivo de audio, especialmente.

Es un trabajo longitudinal, exploratorio y descriptivo sobre fondos catalogados en la Biblioteca Nacional de España (BNE), que recibe y conserva ejemplares de todos los libros publicados en España.

Fundada por Felipe V a finales de 1711, la que hoy es Biblioteca Nacional abrió sus puertas en marzo de 1712 como Real Biblioteca Pública. Por un privilegio real, precedente del actual Depósito Legal, los impresores debían depositar un ejemplar de los libros impresos en España. En 1836, la Biblioteca dejó de ser propiedad de la Corona y pasó a depender del Ministerio de la Gobernación, y recibió por primera vez el nombre de Biblioteca Nacional (BNE, 2020g).

Solo en 2018 (último año con información global disponible) se depositaron en la Biblioteca Nacional de España 62.180 títulos editados en España, según datos del Instituto Nacional de Estadística (diciembre de 2019).

1.1. El libro en Ciencias Sociales

En 2019, según el informe de resultados Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE, 2018), el número de lectores de libros creció en España hasta el 67,2% de la población, un 1,8% más respecto a los datos del año 2018.

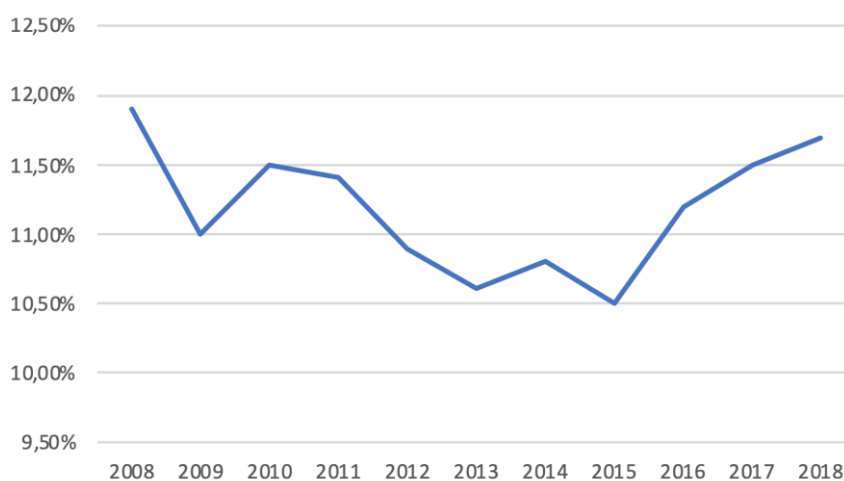
Aumenta el número de lectores de libros en soporte digital hasta el 23,2%, de los que el 6% solo lee en formato digital y el 17,2% lee en ambos formatos. El lector digital es un lector más intensivo, lee una media de 13,2 libros al año, frente a los 11,2 del lector que solo lee en papel; y tiene una biblioteca con mayor número de ejemplares en su hogar, 269 libros de media frente a los 230 de los lectores que únicamente leen en papel.

La crisis del sector no parece estar en el ritmo de publicación sino en el modelo de negocio ya que, como refiere el informe, el 79% de los libros digitales leídos en el último año se obtuvieron sin pagar, y tan solo un 21% de los entrevistados señalaron que obtenían libros digitales pagando por ellos (FGEE, 2018).

No obstante, en los datos de la Federación de Gremios de Editores de España en su web desde el año 2008 hasta 2018 se observa un pronunciado

descenso en la producción editorial en el país, tanto de ediciones como de reimpressiones. A pesar de que hasta 2010 se dio un pico que supuso un incremento del 9,6%, de 104.223 hasta 114.205, en el año 2018 se registraron 81.228, lo que supone una bajada del 22% desde 2008. En relación a los ISBN concedidos, se establece una tendencia similar: una subida progresiva hasta 2011 que torna en caída hasta 2018, cuando se identifican los números más bajos y un descenso del 6,7% en esos diez años. Además, el peso relativo de la materia Ciencias Sociales y Humanidades dentro de la cifra global de facturación por ventas en el mercado interior apenas sufrió variaciones en la etapa estudiada, situándose alrededor del 11,9%.

Figura 3. Peso relativo de «Ciencias Sociales y Humanidades» en la facturación total por ventas en el mercado interior. Fuente: Federación de Gremios de Editores de España (2018)



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la edición de libros de Ciencias Sociales y Humanidades, el Ministerio de Cultura y Deporte (2020) apunta en su análisis sectorial del libro, publicado en 2019, que se produjo un llamativo descenso del 20% entre 2009 y 2013; desde entonces, comenzó una tímida recuperación que encuentra en 2018 su pico más alto. Un crecimiento del 24% con respecto a 2013 y que suaviza la abrupta diferencia con los números del año 2009, que continúan un 14% por encima, de 35.879 ediciones a 31.238.

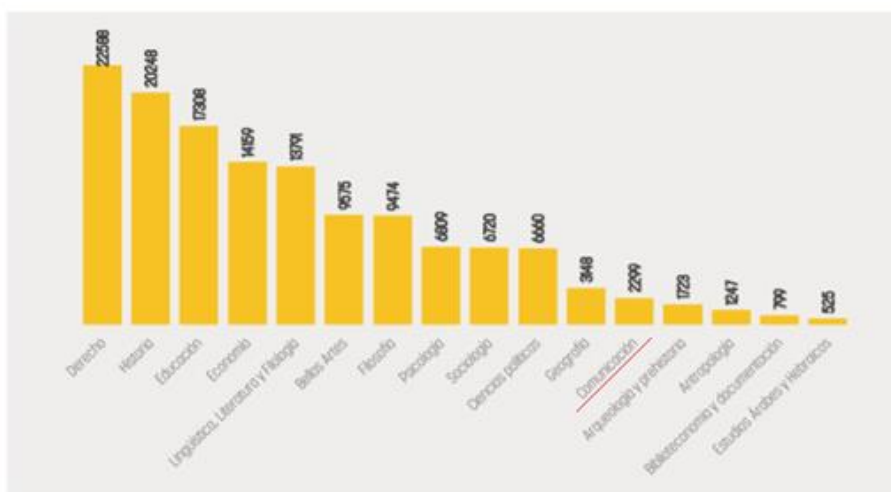
Como explica Giménez-Toledo (2017) al abordar las dificultades para medir la producción editorial, los informes Comercio Exterior del Libro (FE-DECALI) y Comercio Interior del Libro (FGEE) arrojan cifras de producción

editorial por materias, pero las agrupaciones de temas que emplean «no permiten reflejar con precisión los datos de producción “académica” para cada disciplina científica» (2017: 98).

En este sentido, expone Giménez-Toledo (2017) que la clasificación de los libros es realizada por los editores con sus propios criterios, por lo que es posible identificar «en el análisis de producción de libros por disciplinas científicas al menos dos casos que deben ser tenidos en cuenta para la correcta interpretación de los datos que se ofrecen» (2017: 98), el de las editoriales que, sin tener un perfil científico/académico, clasifican su producción en disciplinas científicas; y el de las editoriales de perfil científico/académico que clasifican su producción de libros con epígrafes que no pueden considerarse dentro de las disciplinas científico/técnicas.

En su análisis sobre la producción editorial para disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales, Giménez-Toledo (2017) declara que en el periodo de 2008 a 2017 la materia con mayor producción en esta rama fue la de «Derecho», con 22.558 números de ISBN. Por detrás se localizan las materias de «Historia», «Educación», «Economía» y «Lingüística, Literatura y Filología». La temática «Comunicación» ocupa la duodécima posición con tan solo 2229 ISBNs. Con respecto a las editoriales más productivas en «Comunicación» en este periodo, sobresalen «Comunicación Social Ediciones y Publicaciones», con 211 ISBNs; «Ediciones Cátedra», con 194; y «Nau Libres», con 138.

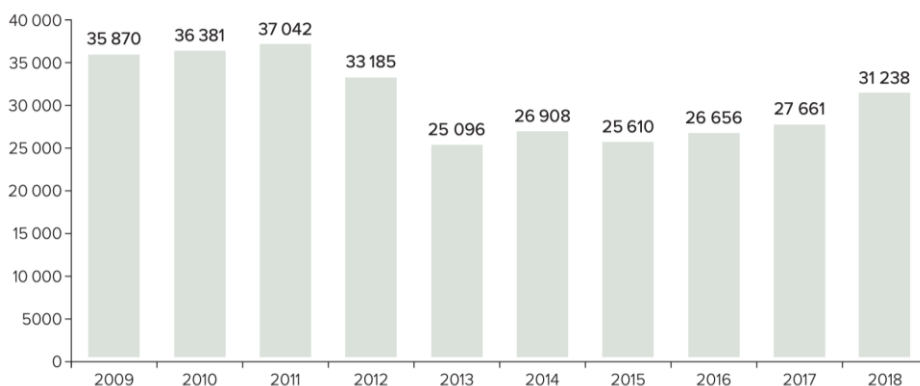
Figura 4. Producción editorial para disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales. Distribución por ISBNs (2017)



Fuente: Elea Giménez Toledo.

El avance del informe de Comercio Interior del Libro 2019 (FGEE, 2019) notifica que en 2019 el sector editorial español registró su sexto año consecutivo de crecimiento. De esta forma, en el ejercicio previo a la crisis desencadenada por la COVID-19, mejoró sus cifras en un 2,4%, hasta los 2420,64 millones de euros; un porcentaje que sostiene la tendencia alcista registrada de los años anteriores. Este informe concreta que en 2019 se vendieron en España 162,22 millones de ejemplares en papel, un 0,8% más que en 2018. Además, se editaron 82.347 títulos (60.740 en papel y 21.607 en digital), lo que representa un incremento del 8,1% con respecto al año anterior (6,6% más en papel y 12,3% más en formato digital). Una apreciación relevante es que el aumento de la facturación se dio en todos los subsectores del libro, siendo de un 3,1% en los de Ciencias Sociales y Humanidades.

Figura 5. Edición de libros de «Ciencias Sociales y Humanidades» en España (2020)



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte.

1.2. Depósito Legal, garantía jurídica de exhaustividad

Este artículo revisa la producción catalogada por la BNE, lo que significa obras con Depósito Legal, que es la obligación impuesta por ley de depositar para una o más bibliotecas, ejemplares de las publicaciones editadas en un país; tiene como objetivo la recopilación del patrimonio cultural e intelectual de cada país, con el fin de ponerlo a disposición de los ciudadanos; y se trata de un medio que garantiza la conservación de toda la producción editorial como un bien democrático que asegura a los ciudadanos de hoy, y a las generaciones futuras, el acceso al legado intelectual con fines de información e investigación (BNE, 2020e: párr. 1-2).

Son objeto de Depósito Legal todas las obras bibliográficas, sonoras, visuales, audiovisuales y digitales, producidas o editadas en España, por cualquier procedimiento de producción, edición o difusión y distribuidas en cualquier soporte, tangible o intangible (BNE, 2020e: párr. 6).

El papel del editor como sujeto depositante central, va a significar una gran mejora de las colecciones custodiadas por los centros, ya que permitirá que los documentos ingresen íntegros, que las publicaciones seriadas no queden faltas de fascículos y, finalmente, que se ingrese todo lo que se edita en España, aun cuando haya sido impreso o producido fuera de su territorio. Esta modificación permite también que las colecciones de las bibliotecas centrales de las comunidades autónomas respondan a la realidad de su mundo editorial (BNE, 2020e: párr. 8).

En el catálogo en línea de Biblioteca Nacional podemos encontrar la siguiente clasificación por tipo de material (soporte documental):

- Dibujos, carteles, efímera, grabados, fotografías.
- Filminas, transparencias.
- Grabaciones sonoras.
- Kit o multimedia. «Recurso multimedia: Recurso constituido por dos o más medios distintos o por formas diferentes de un mismo medio, ninguno de los cuales prima sobre el otro. Concebido para usarse como una unidad» (ISBD, 2011: 347).
- Manuscritos y archivos personales.
- Mapas.
- Materiales mixtos.
- Monografías antiguas (hasta 1830). «MONOGRAFÍA. 1. Estudio especial de determinada parte de una ciencia o de algún asunto particular. 2. Publicación no seriada, es decir, que contiene un texto completo y/o ilustraciones en un volumen o en un número limitado de ellos» (RC, 1999: 587).
- Monografías modernas (a partir de 1831). «La fecha de 1830 como límite final entre el fondo antiguo y el fondo moderno es la establecida por el CERL (Consortium of European Research Libraries) en el *Heritage of the Printed Book Database*, a efectos metodológicos, como final aproximado del periodo de la imprenta manual y el inicio de la imprenta mecánica» (BNE, 2020b: párr. 1).
- Partituras impresas y manuscritas.
- Recursos electrónicos locales y remotos.

- Prensa y Revistas.
- Videograbaciones.
- Búsqueda de libros electrónicos.

2. Metodología

Como se ha indicado previamente, esta investigación sobre los libros, videos y audios de temáticas del área de Comunicación publicados en España con Depósito Legal y catalogados por la BNE, se plantea como estudio longitudinal con carácter puramente descriptivo. No se identifican estudios similares previos que acoten un marco referencial ni evidencias concluyentes para esbozar hipótesis sólidas sobre datos de evolución sectorial de la producción o indicadores de consumo/lectura; ni el análisis del impacto de la producción científica que referencia un descenso constante en el número de citas derivadas de libros, hace presuponer que la publicación en libro, video o audio en el área estudiada esté en descenso. Por eso se planifica como una investigación sin hipótesis, en la que se persiguen los siguientes objetivos:

1. Identificar el proceso, los conceptos y descriptores empleados por Biblioteca Nacional de España para el encabezado de sus materias, en el área de Comunicación en general, y en las subdisciplinas Periodismo, Comunicación audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas en particular.
2. Determinar el número de entradas referidas a monografías antiguas y a monografías modernas (libros), definidas como publicación no seriada que contiene un texto completo y/o ilustraciones en un volumen o en un número limitado de ellos (RC, 1999: 587) con fecha de publicación posterior a 1830 (RDA, 1999: 4).
3. Conocer y describir la evolución a lo largo de los últimos veinte años tanto de la producción de libros en soporte físico como electrónico, grabaciones de video y grabaciones de audio. El análisis no se limita al área en su conjunto, sino que se detiene en diferenciar entre catalogaciones preferentemente en Comunicación, Periodismo, Comunicación audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.
4. Identificar tendencias actuales en las materias seleccionadas.

2.1. Características del estudio

Mediante la minería de datos, empleando como nexo común la temática expresada a través de las materias, obtendremos una aproximación al fenómeno en su evolución desde el año 2000 a 2020.

Las variables controladas son tiempo, lugar, forma y temática.

Acotación temporal. Periodo de investigación comprendido entre los años 2000 y 2019. A través de la opción «Búsqueda avanzada», en la opción «Año de publicación» se consultan los años que van desde el inicio del presente siglo a la actualidad.

Acotación geográfica. Ámbito de actuación, España. Como se aclaraba en la introducción, la fuente principal de información será el catálogo en línea de la BNE. En el catálogo general se pueden consultar las referencias bibliográficas de todos los documentos conservados en la Biblioteca: libros, manuscritos, prensa, material gráfico, partituras, audiovisuales y registros sonoros (BNE, 2020d).

Acotación formal. Tipología documental. En «Tipo de documento» se seleccionará, en todos los casos, «monografías modernas», entendidas en la BNE, tal y como se ha explicado, como aquellas con fecha de publicación posterior al año 1830 (BNE, 2020d: párr. 1), libros electrónicos y productos en formato video o audio.

Acotación temática. Comunicación como disciplina objeto de estudio. A través del término de búsqueda materia, y en concreto de los términos genéricos de clasificación «Comunicación» así como de las materias referidas a las subdisciplinas «Comunicación audiovisual», «Periodismo», «Publicidad» y «Relaciones Públicas», se inquirirá al OPAC (*Online Public Access Catalog*) obteniendo totales por año de libros publicados y clasificados por alguno de estos términos del lenguaje normalizado.

Variable aleatoria, o de estudio: número total de entradas catalogadas por cada una de las tipologías de material o soportes documentales citados en la introducción, y de las materias elegidas descritas a continuación con la información extraída del catálogo de autoridades de materia de Biblioteca Nacional (consultado por última vez el 5 de octubre de 2020).

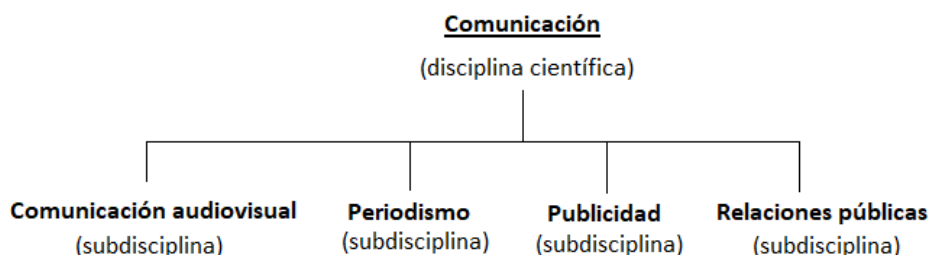
3. Resultados

Si el primer objetivo es identificar el proceso, los conceptos y descriptores empleados por Biblioteca Nacional de España para el encabezado de sus materias en el área de Comunicación en general, y en las subdisciplinas Periodismo, Comunicación audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas en particular, la primera tarea se centra en conocer y profundizar en los términos descritos en su catálogo de autoridades de materia.

Este estudio utiliza la nomenclatura que Biblioteca Nacional emplea para la designación de los términos materia. Sin embargo, es necesario advertir que pueden registrarse algunas variaciones en las denominaciones empleadas por otros organismos facilitadores de datos estadísticos, como los aportados por el INE sobre producción editorial de libros, que en sus tablas utiliza la

clasificación de la UNESCO donde «Comunicación» no consta como término específico. O Thema, un estándar internacional unificado de marcado de materias pensado para ser usado por todos los sectores implicados en la industria del libro para categorizar el contenido de las obras y facilitar su integración y distribución en la cadena comercial, que una vez más estructura sus categorías temáticas de forma distinta y no contempla un apartado propio para Comunicación.

Figura 6. Palabras clave, coincidentes en este caso con los términos materia a utilizar (2020)



Fuente: elaboración propia.

Si bien pueden producirse estos desajustes que impiden la correspondencia entre estudios similares, el presente trabajo tiene la ventaja de poder contar con la exhaustividad que aporta el Depósito Legal a todo lo procesado en Biblioteca Nacional, aportando una imagen bastante aproximada de la realidad de la edición en Comunicación en los últimos veinte años.

Para mayor confirmación, el Servicio de Clasificación del Departamento de Proceso Técnico de Biblioteca Nacional de España nos aclaraba lo siguiente en su e-mail de respuesta fechado a 24 de septiembre de 2019:

Si es así [se trata de indizar 4 manuales de carácter general, de 4 temáticas diferentes (Periodismo, Comunicación audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas)], las materias que llevarían cada uno serían las mismas que los epígrafes, es decir, la materia Periodismo para el primero, Comunicación audiovisual el segundo, Publicidad el tercero y Relaciones Públicas el cuarto. Si fueran manuales de formación, como los que se dan en Formación Profesional, llevarían el término de género/forma «Manuales de formación» o si fueran de enseñanza universitaria (para un grado o asignatura universitaria), llevarían además el término de género/forma «Manuales universitarios». Sin más referencias de los manuales no podemos decirte más. Si los manuales son de carácter general las materias que llevan son siempre generales.

3.1. Conceptos y descriptores empleados por Biblioteca Nacional de España para el encabezado de sus materias

La materia, o el encabezamiento de materia, sirve para designar la temática de los documentos. Estos encabezamientos no proceden del uso que un autor determinado hace de la terminología, sino del uso común y aceptado en la lengua de la agencia catalográfica y en la disciplina de la que proceden. Es por ello que el término aceptado como encabezamiento de materia puede no aparecer en la obra que se cataloga y, sin embargo, es el proceso de indización el que marca que debemos traducir los términos utilizados en el documento, procedentes del lenguaje natural, al lenguaje de indización que, por su propia naturaleza, es siempre un lenguaje artificial (BNE, 2020c: párr. 2).

El control de autoridades de materias es el proceso de normalización de los puntos de acceso de los registros bibliográficos en formas únicas e inequívocas. Permite establecer, a través de unas reglas determinadas, las diferentes formas alternativas que pueden adoptar los encabezamientos de materia, así como aquellos otros encabezamientos de materia con los que aparecen relacionados. Se refiere, fundamentalmente, al vocabulario y a la semántica y, en algunos casos, a la sintaxis y a la pragmática (BNE, 2020c: párr. 5).

Los términos materia empleados para esta investigación son descritos en el catálogo de autoridades de materia de Biblioteca Nacional del siguiente modo:

Tabla 1. Descripción institucional normalizada de los términos de búsqueda empleados en el proceso de investigación (2020)

| Término de búsqueda | Observaciones previas | Términos específicos | Términos relacionados |
|---------------------|---|--|---|
| Comunicación | Úsase para obras sobre las formas de comunicación humanas, tanto los medios de comunicación primarios como el lenguaje y la imagen, como secundarios tales como la prensa, la radio, etc. Véase además el subencabezamiento: Comunicación bajo los nombres de los distintos grupos de personas y anima- | Comunicación empresarial; Comunicación en educación; Comunicación en las organizaciones; Comunicación en medicina; Comunicación en política; Comunicación escrita; Comunicación intercultural; Comunicación internacional; Comunicación interpersonal; Comunicación no verbal; Comunicación oral; Comunicación visual; Comunicaciones; | Análisis de contenido; Ciencias sociales; Información; Interpretación del patrimonio natural y cultural; Persuasión (Psicología); Señales y señalización; Teoría de la información. |

| | | | |
|--------------------------|--|---|--|
| | les, ej.: Niños-Comunicación, Animales-Comunicación. | Medios de comunicación social. | |
| Comunicación audiovisual | — | — | Periodismo audiovisual; Cine; Radiodifusión; Televisión; Video. |
| Periodismo | — | Periodismo audiovisual; Periodismo cultural; Periodismo de investigación; Periodismo escolar; Periodismo especializado; Periodismo participativo; Prensa sensacionalista. | Agencias de noticias; Artículos periodísticos; Empresas periodísticas; Entrevistas (Periodismo); Ética periodística; Noticias extranjeras; Periódicos; Periodistas; Prensa; Publicaciones periódicas; Relaciones de sucesos; Reportajes; Medios de comunicación social. |
| Publicidad | Usado por: Anuncios publicitarios; Publicidad comercial. | Publicidad boca a boca; Publicidad comparativa; Publicidad en Internet; Publicidad en prensa; Publicidad ilícita; Publicidad institucional; Publicidad radiofónica; Publicidad subliminal; Publicidad televisada. | Agencias de publicidad; Arte publicitario; Campañas publicitarias; Canciones publicitarias; Carteles; Color en la publicidad; Consumidores – Protección; Correo basura (Correo electrónico); Creatividad en publicidad; Eslóganes; Gestión de empresas; Imagen corporativa; Información al consumidor; Lenguaje publicitario; Marketing; Marketing social; Medios de comunicación social; Medios de comunicación social – Aspectos sociales; Mujeres en la publicidad; Música para publicidad; Opinión pública; Patrocinio; Planificación de medios publicitarios; |

| | | | |
|---------------------|---|---|--|
| | | | Propaganda; Publicistas; Relaciones públicas; Rótulos; Rumor; Sexismo en la publicidad; Sexualidad en la publicidad; Venta. |
| Relaciones públicas | Usado por: Empresas – Relaciones públicas; Industria – Relaciones públicas. | – | Gabinetes de prensa; Gestión de eventos; Imagen corporativa; Relaciones con el cliente; Marketing; Medios de comunicación social; Opinión pública; Propaganda; Publicidad. |

Fuente: elaboración propia.

3.2. Entradas referidas a monografías antiguas y a libros (monografías modernas)

Se indaga con intención puramente descriptiva y se identifican en las cincuenta entradas con mayor número de catalogaciones las que corresponden a monografías antiguas y modernas. Dentro de los libros, se diferencia entre las catalogaciones globales y las que corresponden al acotar a los últimos veinte años. En una búsqueda expandida, encabezaría cine, como área afín a Comunicación, en la que como es de esperar predominan las obras catalogadas en video. El dominio es, como se ve, para soportes *online* (webs, aunque es una entrada multiárea) y televisión.

Tabla 2. Cincuenta temáticas más catalogadas en monografías modernas y monografías antiguas de Comunicación (2020)

| Temática | Todos | Libros | Libros 20 años | Monografía antigua |
|-------------------------------|-------|--------|----------------|--------------------|
| Cine | 46836 | 6837 | 4428 | 0 |
| Páginas web | 11151 | 628 | 577 | 0 |
| Televisión | 11725 | 3338 | 1502 | 0 |
| Comunicación | 9810 | 9148 | 6262 | 2 |
| Revistas | 8162 | 27 | 20 | 0 |
| Información | 7455 | 6333 | 3680 | 5 |
| Periódicos | 6385 | 438 | 134 | 9 |
| Medios de comunicación social | 4262 | 4004 | 2435 | 0 |
| Prensa | 3992 | 2832 | 1358 | 37 |

| | | | | |
|---|------|------|------|------|
| Marketing | 3684 | 3460 | 2521 | 0 |
| Revistas electrónicas | 2964 | 0 | 0 | 0 |
| Relaciones de sucesos | 2827 | 51 | 22 | 2735 |
| Publicidad | 4084 | 2028 | 1099 | 3 |
| Periodismo | 1989 | 1867 | 966 | 1 |
| Publicaciones periódicas | 2300 | 1598 | 389 | 6 |
| Opinión pública | 1697 | 1588 | 1036 | 49 |
| Discursos | 1473 | 975 | 732 | 257 |
| Prensa gratuita | 908 | 18 | 15 | 0 |
| Oratoria | 841 | 496 | 183 | 319 |
| Análisis del discurso | 798 | 786 | 441 | 2 |
| Medios sociales | 724 | 670 | 394 | 0 |
| Radiodifusión | 689 | 640 | 171 | 0 |
| Medios de com. social — Aspectos sociales | 656 | 606 | 340 | 0 |
| Redes sociales | 648 | 627 | 597 | 0 |
| Propaganda | 849 | 465 | 246 | 49 |
| Diseño gráfico | 626 | 550 | 425 | 0 |
| Comunicación interpersonal | 566 | 558 | 421 | 0 |
| Relaciones públicas | 539 | 522 | 279 | 0 |
| Semiótica | 520 | 511 | 126 | 0 |
| Comunicación empresarial | 499 | 481 | 368 | 0 |
| Signos y símbolos | 494 | 459 | 190 | 29 |
| Medios de comunicación social en la enseñanza | 228 | 217 | 147 | 0 |
| Redes sociales en internet | 460 | 446 | 445 | 0 |
| Prensa política | 449 | 436 | 278 | 1 |
| Comunicación en política | 395 | 388 | 335 | 0 |
| Periodistas | 645 | 317 | 195 | 1 |
| Arte de hablar en público | 333 | 329 | 244 | 0 |
| Industria cultural | 323 | 287 | 231 | 0 |
| Comunicación oral | 313 | 307 | 223 | 0 |
| Información pública | 330 | 288 | 232 | 0 |
| Libertad de información | 307 | 302 | 139 | 5 |
| Tipos de imprenta | 302 | 281 | 75 | 10 |
| Marcas comerciales | 289 | 265 | 169 | 0 |

| | | | | |
|---------------------------|-----|-----|-----|----|
| Enseñanza audiovisual | 263 | 209 | 42 | 0 |
| Libertad de expresión | 254 | 238 | 153 | 8 |
| Comunicación en educación | 245 | 237 | 187 | 0 |
| Comunicación visual | 238 | 216 | 163 | 0 |
| Escritos científicos | 225 | 224 | 135 | 0 |
| Libertad de prensa | 221 | 199 | 52 | 20 |

Fuente: elaboración propia.

3.3. Evolución de productos de Comunicación a lo largo de los últimos veinte años

La revisión cruzando como variables el soporte de difusión y el área a la que se adscribe el contenido nos permite responder al objetivo de identificar la distribución de cada materia y verificar que el soporte más utilizado en todas ellas es el libro (monografía moderna). Se ve, además, que de un modo global «Comunicación» suma más catalogaciones que sus subdisciplinas en casi todas las tipologías de materiales, salvo en «partituras impresas y manuscritas», «dibujos, carteles, efímera, grabados, fotografías» y «videograbaciones» donde registra más catalogaciones «Publicidad». Es significativo reparar en que, además de las cifras globales, una lectura en segundo nivel permite observar que destaca en «Comunicación» el volumen de ejemplares en «prensa y revistas».

Tabla 3. Libros, videos y audios como soportes de difusión en Comunicación, Publicidad, Relaciones Públicas y Periodismo. Fondos de la BNE de 2000 a 2020 (2020)

| | Comunicación | Comunicación audiovisual | Periodismo | Publicidad | Relaciones Públicas |
|---|--------------|--------------------------|------------|------------|---------------------|
| Dibujos, carteles, efímera, grabados, fotografías | 19 | 0 | 6 | 134 | 0 |
| Filminas, transparencias | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Grabaciones sonoras | 5 | 0 | 0 | 36 | 0 |
| Kit o multimedia | 10 | 2 | 5 | 4 | 0 |
| Manuscritos y archivos personales | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|---|------|-----|-----|------|-----|
| Mapas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Materiales mixtos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Monografías antiguas | — | — | — | — | — |
| Monografías modernas | 6254 | 130 | 960 | 1097 | 297 |
| Partituras impresas y manuscritas | 0 | 0 | 0 | 693 | 0 |
| Recursos electrónicos locales y remotos | 32 | 2 | 2 | 4 | 0 |
| Prensa y revistas | 264 | 20 | 25 | 47 | 4 |
| Videograbaciones | 71 | 11 | 13 | 104 | 1 |

Fuente: elaboración propia.

3.4. La publicación de libros impresos de comunicación

La evolución temporal ofrece una curva ascendente al revisar las cifras de los diez primeros años y una tendencia descendente en la segunda década de este siglo XXI; si bien al revisar por cada temática los comportamientos son dispares, se observa en todas ellas un descenso de cifras en los últimos años, aunque debe tenerse en cuenta que 2019 es un año de referencia, pero no puede considerarse cerrado por los tiempos de trabajo del servicio de proceso técnico.

«Comunicación» registra en toda la secuencia temporal un volumen de publicación que nunca baja de los 200 ejemplares, siendo 2002 el año en que menos registros se albergan clasificados con esta materia, y con todo suman 202 registros. El pico productivo está en el periodo de 2008 a 2011, años en los que se llega a duplicar la producción de libros con hasta 468 catalogaciones en 2009 y 465 en 2011, pero de nuevo vuelve a descender la producción hasta los 222 de 2018.

«Comunicación audiovisual» tiene oscilaciones, pero nunca pasa de la decena de ejemplares clasificados con esta materia. «Periodismo» mantiene desde 2003 una producción constante de entre 40 y 60 ejemplares por año.

«Publicidad» es la segunda en volumen de producción, después del genérico de «Comunicación». Los años desde 2007 a 2010 son los que registran

mayor afluencia de materiales clasificados, aunque se observa un descenso en los últimos años, hasta los 31 de 2018, frente a los 51 de 2000.

«Relaciones Públicas» registra picos y vaguadas y una vez más en 2008 computa su mayor registro de materiales con 30 clasificados con esta materia en este año.

Tabla 4. Libros impresos registrados por la Biblioteca Nacional de España desde el año 2000 (2020)

| Año de publicación | Comunicación y términos genéricos asociados | | | | |
|--------------------|---|--------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Comunicación | Comunicación audiovisual | Periodismo | Publicidad | Relaciones Públicas |
| 2000 | 212 | 6 | 38 | 51 | 9 |
| 2001 | 214 | 4 | 26 | 60 | 13 |
| 2002 | 202 | 3 | 28 | 49 | 9 |
| 2003 | 293 | 3 | 47 | 70 | 11 |
| 2004 | 299 | 3 | 42 | 53 | 10 |
| 2005 | 305 | 3 | 47 | 66 | 24 |
| 2006 | 342 | 5 | 67 | 63 | 20 |
| 2007 | 404 | 10 | 66 | 78 | 21 |
| 2008 | 439 | 8 | 45 | 80 | 30 |
| 2009 | 468 | 7 | 63 | 71 | 17 |
| 2010 | 434 | 5 | 46 | 78 | 20 |
| 2011 | 465 | 12 | 44 | 53 | 15 |
| 2012 | 387 | 3 | 69 | 57 | 20 |
| 2013 | 312 | 5 | 50 | 51 | 9 |
| 2014 | 297 | 8 | 48 | 45 | 15 |
| 2015 | 291 | 14 | 59 | 33 | 6 |

| | | | | | |
|--------------------------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
| 2016 | 255 | 5 | 54 | 43 | 13 |
| 2017 | 255 | 10 | 57 | 43 | 3 |
| 2018 | 222 | 13 | 42 | 31 | 10 |
| 2019* | 152 | 3 | 24 | 21 | 4 |
| <i>En los últimos 20 años:</i> | <i>6248</i> | <i>130</i> | <i>962</i> | <i>1096</i> | <i>279</i> |

Fuente: elaboración propia (*datos provisionales pendiente de cierre de anualidad en el proceso de catalogación de la BNE).

3.5. La publicación de libros electrónicos de Comunicación

La segmentación de libros de Comunicación publicados en soporte *online* sirve para tener datos sobre la evolución del sector y también para una aproximación al grado de implementación de las TIC en el área al comparar la evolución del mismo soporte impreso y electrónico.

El año 2014 es el que refleja más catalogaciones de libros electrónicos en las temáticas vinculadas a Comunicación, aunque puede considerarse sorprendente que en los años siguientes a 2014 no se observe una tendencia alcista a pesar del despegue de uso de soportes *online* en todos los ámbitos. Globalmente, llama la atención la poca catalogación de ejemplares en este soporte, en el que Comunicación, Periodismo y Publicidad son mayoritarias.

Tabla 5. Libros electrónicos registrados por la Biblioteca Nacional de España desde el año 2000 (2020)

| Año de publicación | Comunicación y términos genéricos asociados | | | | |
|--------------------|---|--------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Comunicación | Comunicación audiovisual | Periodismo | Publicidad | Relaciones Públicas |
| 2000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2001 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2002 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2003 | 4 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 2004 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |

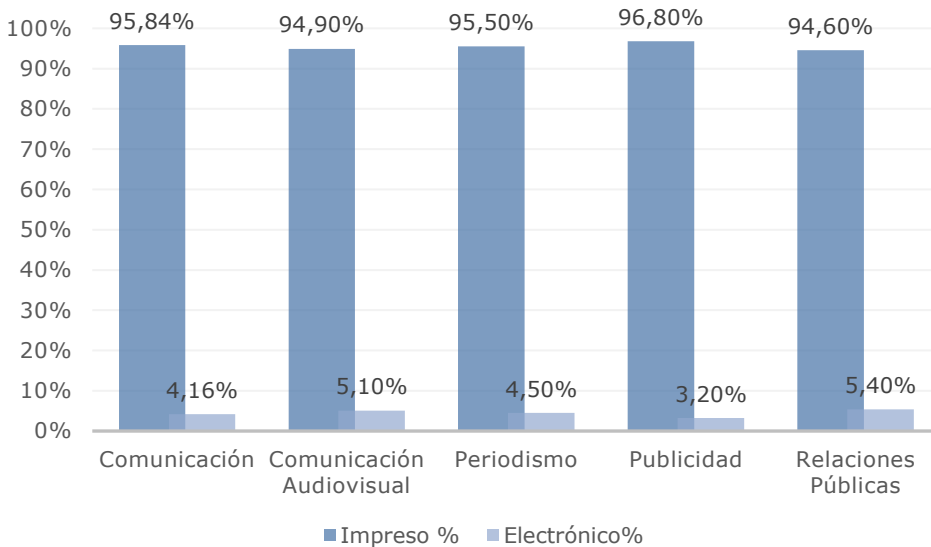
| | | | | | |
|--------------------------------|-----|---|----|----|----|
| 2005 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2006 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 2007 | 6 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 2008 | 16 | 1 | 4 | 3 | 3 |
| 2009 | 10 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 2010 | 33 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| 2011 | 29 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2012 | 18 | 0 | 3 | 0 | 3 |
| 2013 | 33 | 0 | 5 | 4 | 1 |
| 2014 | 30 | 0 | 10 | 7 | 1 |
| 2015 | 36 | 2 | 6 | 4 | 1 |
| 2016 | 30 | 1 | 6 | 9 | 2 |
| 2017 | 17 | 0 | 3 | 4 | 0 |
| 2018 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2019* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| <i>En los últimos 20 años:</i> | 271 | 7 | 45 | 36 | 16 |

(*) Datos provisionales pendiente de cierre de anualidad en el proceso de catalogación de la BNE.

Fuente: elaboración propia.

Al analizar comparativamente las tendencias de dos décadas de libros impresos y electrónicos, la tabla es claramente descriptiva. Porcentualmente el impacto es similar en todas las subáreas, excepto en «Publicidad», un área con significativos avances en entornos *online* en la que los libros electrónicos no ganan protagonismo frente a los impresos.

Gráfico 1. Porcentaje de libros en soporte impreso o electrónico editados en las materias de Comunicación en el periodo 2000-2020 (2020)



Fuente: elaboración propia.

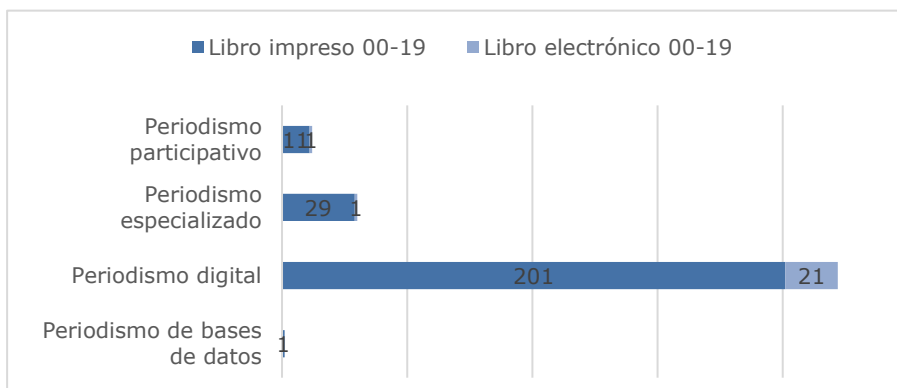
3.6. Tendencias actuales en las materias seleccionadas

Respecto al último objetivo fijado, identificar tendencias actuales en las materias seleccionadas, se tomó «Periodismo» como modelo y «periodismo de base de datos», «periodismo digital», «periodismo especializado» y «periodismo participativo» como nuevos ámbitos de interés; comparando igualmente la edición impresa con la digital en los materiales editados en estas materias.

Tabla 6. Descripción de los términos asociados a «Periodismo» en el catálogo de autoridades de materia de la BNE (2020)

| Término de búsqueda | Observaciones previas | Términos específicos | Términos relacionados |
|-----------------------------|--|--|---|
| Periodismo de base de datos | Úsase para obras sobre la elaboración de relatos periodísticos a partir del análisis de datos estadísticos o fácticos. Usado por: Periodismo de bases de datos. | — | Bases de datos. |
| Periodismo digital | Usado por: Ciberperiodismo; Periodismo electrónico; Periodismo en Internet. | — | Medios digitales; Publicaciones periódicas electrónicas; Televisión – Programas informativos. |
| Periodismo especializado | Usado por: Especialidades de periodismo; Periodismo – Especialidades. | Periodismo agrícola; Periodismo científico; Periodismo deportivo; Periodismo de moda; Periodismo económico; Periodismo judicial; Periodismo taurino. | — |
| Periodismo participativo | Usado por: Periodismo – Participación ciudadana; Periodismo ciudadano; Medios de comunicación social – Participación ciudadana. | — | Blogs. |

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 2. Número de ediciones de materias incipientes de «Periodismo» en soporte impreso o electrónico en el periodo 2000-2019 (2020)

Fuente: elaboración propia.

El análisis evidencia que cuando se reduce la exploración de catalogaciones de productos a búsquedas muy concretas, los tipos de Periodismo manejados para definir contenidos quedan muy diluidos.

Estas materias más específicas, que pueden operar como dígitos de control, sugieren por sus modestas cantidades que los montos de las materias genéricas anteriormente detallados son correctos y se corresponden a la realidad del conjunto que abarcan.

Destaca el volumen de ejemplares en «periodismo digital», tanto en soporte impreso como digital. Si se compara con las cifras generales de monografía moderna, en soporte electrónico, de la materia «Periodismo» es casi un 47%, el 7,7% de «Comunicación».

Tabla 7. Peso relativo de la materia «Comunicación» sobre el total de ediciones en los soportes monografías modernas, prensa y revistas y videograbaciones (2020)

| | Monografías modernas | | | Prensa y revistas | | | Videograbaciones | | |
|-------|----------------------|------|------|-------------------|------|------|------------------|------|------|
| | General | Com. | (%) | General | Com. | (%) | General | Com. | (%) |
| 2016 | 57.686 | 256 | 0,44 | 2.341 | 6 | 0,25 | 3.364 | 4 | 0,12 |
| 2017 | 111.676 | 255 | 0,23 | 2.200 | 13 | 0,59 | 4.937 | 4 | 0,08 |
| 2018 | 105.164 | 222 | 0,21 | 3.005 | 13 | 0,43 | 7.688 | 2 | 0,02 |
| 2019 | 66.384 | 152 | 0,23 | 3.645 | 4 | 0,11 | 4.921 | 1 | 0,02 |
| 2020* | 29.517 | 7 | 0,02 | 628 | 2 | 0,32 | 609 | 0 | 0 |

(*) En el año 2020 los datos corresponden hasta al mes de septiembre.

Fuente: elaboración propia.

4. Discusión y conclusiones

De un modo global, el análisis de los registros de la BNE vinculados a temáticas específicas de Comunicación evidencia que el soporte dominante es el formato de libro físico (monografía moderna), muy por encima de cualquier otro soporte de difusión. Multimedia, libro electrónico o registros en video no despegan como vehículos de difusión catalogados ni en las temáticas que pudieran considerarse más afines (con la excepción ya reseñada de cine).

No se radiografía la actividad divulgativa, sino la difusión que se realiza a través de productos con depósito legal, que son los que maneja la BNE, pero las cifras reflejan también una ligera tendencia descendente en todos los formatos dentro de dinámicas sin variaciones significativas en aquellos ítems en los que se cuenta con registros.

Sorprende que incluso en formatos como el libro electrónico la producción clasificada esté en torno al 5% frente a un 95% de monografías impresas en todas las temáticas y que ni siquiera se pueda observar un registro alcista en los últimos años.

Al comparar las cifras de Comunicación con la evolución del sector, tenemos que limitarnos a los últimos cinco años. Comunicación. El informe de Giménez-Toledo (2017) representaba la producción editorial para Comunicación como la quinta disciplina de Humanidades y Ciencias Sociales con menor impacto. En ese periodo, se refiere una marcada tendencia a la baja en las catalogaciones de temáticas de Comunicación en la BNE, excepto en libro electrónico que repunta, aunque con cifras absolutas muy bajas.

Podríamos considerar, por tanto, que el peso conjunto de temáticas de Comunicación sobre el total de registros en los tres soportes analizados para el periodo 2016-2020 es insignificante y siempre se sitúa por debajo del 1%.

En los primeros 9 meses del año 2020 se identifica una tendencia a la baja en los registros de todos los soportes que se puede vincular estrechamente a la crisis de la COVID-19. Hasta entonces, se identificó un descenso en el peso relativo de la materia Comunicación en los registros de monografías modernas, que pasó de un 0,44% en 2016 a un 0,23% en 2019. Con respecto a prensa y revistas, de 2016 a 2017 se duplicó el peso de los registros de Comunicación sobre el total, a pesar de que esta subida se desinfló en los años posteriores hasta llegar al 0,11% de 2019. En cuanto a las videograbaciones, apenas se encuentran 11 registros de la materia Comunicación en los últimos 5 años, lo que contrasta con los 21.519 totales.

Referencias bibliográficas

- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020a). *Bibliografía Española en Línea: Bibliografía española*. <https://bit.ly/2HXzmrF>
- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020b). *Departamento de Proceso Técnico*. <https://bit.ly/2HYAWZK>
- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020c). *Manual de autoridades: encabezamientos de materia*. <https://bit.ly/2HYxVZq>
- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020d). *Catálogo BNE Búsqueda de autoridades*. <https://bit.ly/3oIHVat>
- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020e). *Depósito legal*. <https://bit.ly/35OHZq0>
- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020f). *Estadísticas*. <https://bit.ly/3jQSZhQ>
- BNE, Biblioteca Nacional de España (2020g). *Historia*. <https://bit.ly/2TLkSgF>
- FGEE, Federación de Gremios de Editores de España (2018). *Informe de Resultados Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2018*. <https://bit.ly/35RmN9j>
- FGEE, Federación de Gremios de Editores de España (2019). *Comercio Interior del Libro en España 2019: avance de resultados*. <https://bit.ly/3kMGIfG>
- FGEE, Federación de Gremios de Editores de España (2020). *Datos estadísticos*. <https://bit.ly/360U55Z>
- FRANGANILLO, J. (2008). La industria editorial frente al libro electrónico. *El Profesional de la Información*, 17(4), 416-417. <https://bit.ly/3edXli2>
- GIMÉNEZ TOLEDO, E. (2017). *La edición académica española. Indicadores y características*. Federación de Gremios de Editores de España. <https://bit.ly/2TGx6Y7>
- GIMÉNEZ TOLEDO, E. (2018). *Estudio cualitativo de las editoriales académicas. La percepción de la comunidad científica española*. Federación de Gremios de Editores de España. <https://bit.ly/321UbJj>
- INE, Instituto Nacional de Estadística (19 de diciembre de 2019). *Estadística de producción editorial de libros. Año 2018*. Nota de prensa. <https://bit.ly/3edXB0u>
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE (12 de junio de 2020). *Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN. Resultados*. <https://bit.ly/3mHMEaj>
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN (2019). *Panorámica de la edición española de libros 2018. Análisis sectorial del libro*. Centro de Publicaciones. <https://bit.ly/35Y65oA>
- RC, *Reglas de Catalogación vigentes* (1999). Ministerio de Educación y Cultura, Centro de Publicaciones.

RIAÑO, P.H. (6 de junio de 2019). Los hombres publican el doble de libros que las mujeres: de los 55.501 títulos registrados en 2018, solo el 32% fueron de autoría femenina. *El País*. **<https://bit.ly/34KjL7s>**

TÚÑEZ LÓPEZ, M.; MARTÍNEZ SOLANA, M.Y. y VALAREZO GONZÁLEZ, K.P. (2014). Análisis de productividad, impacto e índice h de la investigación en Comunicación a través de los perfiles personales en Google Académico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69(6), 684-709. **doi.org/10.4185/RLCS-2014-1030en**