

El libro y la industria editorial

Gloria Gómez-Escalonilla

Documento de trabajo 63/2005



Gloria Gómez-Escalonilla

Gloria Gómez-Escalonilla Moreno es Profesora Titular de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, ha participado en numerosos proyectos de investigación, entre los que destacan: Géneros, estilos y formatos publicitarios en los medios de comunicación convencionales, La construcción de un sistema de indicadores para el seguimiento sociológico y comunicativo de la juventud española y Políticas culturales y comunicativas para la era digital (Fundación Alternativas, 2002). Entre las publicaciones más relevantes destacan: Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España (Dykinson, 2003); Libro y entorno digital, un encuentro de futuro, en Bustamante, E. (coord.): Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la Era Digital (Gedisa, 2003); y La edición de libros: un sector potente a la defensiva digital, en Bustamante, E. (coord.): Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España (Gedisa, 2002).

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de la Fundación Alternativas

© Fundación Alternativas

© Gloria Gómez-Escalonilla

ISBN: 84-96204-62-6

Depósito Legal: M-16358-2005

Contenido

Resumen ejecutivo	5
Introducción	7
1 La oferta editorial en España	9
1.1 El libro impreso bajo la dinámica del <i>best seller</i>	9
1.2 Los cambios en el sector tras la “revolución digital”	13
2 La política del libro en España	16
2.1 El libro y su legislación	16
2.2 Lagunas en la política del libro	19
3 Propuestas de política cultural	24
3.1 Medidas de fomento de la lectura	24
3.2 Medidas para garantizar la calidad / diversidad editorial y el acceso a la cultura	28
Bibliografía	34

El libro y la industria editorial

Gloria Gómez-Escalonilla

Profesora Titular, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

A pesar de que la industria editorial española goza de buena salud, existen ciertas dinámicas que perjudican la principal misión que ha tenido y tiene el libro: distribuir y difundir la alta cultura. Y es que la actual sobreproducción de títulos contribuye a que el noventa por ciento de la producción no llegue finalmente a las librerías. A ello se añade que la liberalización del precio de los libros de texto ha perjudicado al canal librero y, dada la precaria situación de las bibliotecas españolas, la mayoría de la población, sobre todo la que vive fuera de los núcleos urbanos, apenas tiene acceso al libro. Únicamente se favorece la difusión de unos cuantos títulos como estrategia empresarial, persiguiendo unas “superventas” que compensen el coste y almacenaje del resto de la producción. Esta dificultad de acceso a la diversidad editorial perjudica notablemente la mejora de unos índices de lectura que se sitúan en la mitad de la población, a lo que tampoco ayuda nada la concentración de la lectura en unos cuantos títulos que no son, precisamente, los mejores para incentivar el hábito de leer.

Este documento abarca estos problemas desde la perspectiva del ciudadano y de su derecho de acceso a la cultura, aconsejando una actuación política que no sólo trate de atajar las deficiencias de la situación actual sino que mejore el escenario de futuro. Y para ello, lo primero que hay que hacer es fomentar el hábito de leer con el indispensable apoyo a las bibliotecas, al ser esta institución el instrumento fundamental de democratización cultural (incremento de presupuesto, creación de nuevas bibliotecas, también digitales, dotación de fondos, reconocimiento social,...). Pero para incrementar el hábito de leer es necesario también contar con unas instituciones educativas que promuevan la lectura como tema transversal en los currícula y utilizar el marketing por su eficacia probada mediante campañas de comunicación o publicitarias y con actividades promocionales que faciliten el acceso al libro.

Otra línea de actuación habría de ser la de aumentar la calidad y diversidad editorial para atajar los problemas de acceso al libro. En este sentido se propone, entre otras medidas, favorecer la actividad y la producción de calidad, con ayudas a los actores o a las producciones y, complementariamente, favorecer la edición directa por parte de la Administración, al tiempo que se penalizan prácticas negativas como la dinámica actual de concentrar la difusión en escasos títulos, así como la destrucción de fondos editoriales.

Por último, y como se verá a continuación, el futuro del libro debe encarar el futuro del libro en la red, tratando de favorecer la comercialización del libro impreso con descuentos limitados y, sobre todo, impulsar el libro digital con un reconocimiento legal y un apoyo decidido a la edición del futuro.

Por lo tanto las principales propuestas que contienen este documento giran en torno a dos tipos de medidas:

Medidas de fomento de la lectura:

- Refuerzo del papel de las bibliotecas
- Otros planes de fomento

Medidas para garantizar la calidad-diversidad editorial y el acceso a la cultura:

- Ayudas positivas a la industria editorial
- Refuerzo de la función editorial de la Administración
- Establecimiento del precio fijo y la gratuidad de los libros de texto
- Apoyo al libro en Internet

Introducción

Aunque el desarrollo de la edición en España, como en la mayoría de los países, ha estado ligado desde siempre al sector privado, el marcado cariz cultural de la industria editorial ha amparado intervenciones públicas en este sector. Efectivamente hay muchos ámbitos del mercado del libro que están regulados como los derechos de autor o el precio de los libros. Ahora bien, la mayoría de estas intervenciones, exceptuando la actividad censora de ciertos periodos, ha contribuido, directa o indirectamente, a favorecer la actividad comercial: por ejemplo, con ayudas a las empresas relacionadas con el sector, o con la compra directa de fondos para bibliotecas, o con el establecimiento del precio fijo de los libros, de modo que se ha ido creando en nuestro país, como en la mayoría de los países europeos, un tejido industrial competitivo y económicamente fuerte, a medida que se generalizaban los procesos de alfabetización y educación de la población.

Esta regulación pública del mercado del libro en los países europeos ha permitido la consolidación de unas industrias nacionales fuertes que se imponen también en el mercado internacional, pues el Acuerdo de Florencia, suscrito por la mayoría de los países, establece la libre circulación de libros permitiendo el intercambio sin pago de aranceles para permitir una mayor difusión de la cultura. El problema es que esta liberalización genera una estructura mundial asimétrica, pues las industrias fuertes, las europeas y norteamericanas, controlan el mercado mundial concentrando la producción, la facturación e incluso el público lector.

Si la media de nuevos títulos al año en los países europeos ronda los 60.000, en países latinoamericanos, como por ejemplo Chile, la producción anual se sitúa en torno a los 2.000, muchos de ellos editados por las multinacionales españolas afincadas allí. De hecho, en el conjunto de América Latina se editaron 50.464 títulos frente a los 65.824 sólo de España. Por lo que respecta a facturación, Colombia facturó 210 millones de euros, mientras que España ha facturado en el último año 2.792 millones de euros. Estas diferencias tan pronunciadas remiten a una compleja situación donde destacan dos factores que aquejan a la industria de aquellos países: por un lado, la pésima distribución y, por otro, el prohibitivo precio de los libros que justifica el auge de la piratería (en Colombia representa el 10% de la facturación). A ello se añade también un desequilibrio muy notable por lo que respecta a los lectores: el 10% de la población que se concentra en los países occidentales consume el 90% de los libros (VV.AA., 2000). Si la media de lectura en España se sitúa en 10 libros al año por habitante, en Argentina no llega a 3 y en México apenas supera el libro al año. En este injusto reparto Europa se sitúa en posiciones privilegiadas, y dentro de Europa España en parte por su vínculo común con Latinoamérica.

Este desequilibrio ha saltado a la actualidad con el debate en torno a la excepcionalidad cultural y, aunque los términos de ese debate se centran fundamentalmente en los productos audiovisuales, porque en el desequilibrio Europa también resulta perjudicada, no hay que olvidar que afectan a otros bienes culturales, también y sobre todo al libro, porque es la expresión más clara de la cultura.

Efectivamente, aunque la colonización y homogeneización cultural en el mundo del libro no llega a las cuotas de la producción audiovisual, fundamentalmente por la barrera idiomática, sí que hay situaciones que deben preocupar, tanto a nivel internacional como en los distintos mercados nacionales. En el mundo editorial existen altos índices de concentración empresarial y multinacional que perjudican seriamente la pluralidad y diversidad nacionales y culturales. Existe también un marcado desequilibrio territorial a favor de los países occidentales y, dentro de sus Estados, a favor de los núcleos más poblados. Este desequilibrio no sólo afecta a la producción sino también y sobre todo a la distribución porque los procesos de concentración que se han extendido al canal mayorista e incluso al canal librero han agudizado los problemas endémicos del sector de la distribución. El resultado de todo ello es la escasez de libros en las zonas con menos densidad de población lectora. Así hay países excluidos totalmente de la lectura o pueblos de España en los que es más fácil encontrar droga que encontrar un libro. Y existe sobre todo un mercado que favorece el éxito de la producción más comercial, apoyándola no solamente con una distribución eficaz sino también y sobre todo con agresivas campañas de promoción y publicidad, excluyendo a la cultura especializada o minoritaria.

En definitiva, el mercado por sí solo no garantiza la difusión de la diversidad y pluralidad cultural. Por ello es el Estado el que tiene que activar una política que defienda y garantice los postulados de la excepcionalidad cultural: garantizar el derecho de expresión cultural, sobre todo el de las minorías, y asegurar al mismo tiempo el acceso universal a la cultura.

Sobre estas cuestiones se centra el presente trabajo, analizando en el primer capítulo la situación actual de la industria editorial en nuestro país, profundizando sobre todo en los aspectos que más perjudican a la diversidad cultural; pero también analizando la situación de la industria editorial en la red, porque supone un escenario de futuro lleno de incógnitas, pero también de oportunidades para profundizar en la expresión y difusión cultural. Se analizan, en el capítulo segundo, las políticas culturales que afectan al libro, para conocer el marco actual en el que se mueve la industria, y se proponen, en el capítulo tercero, medidas concretas que podrían corregir los efectos más negativos del mercado, profundizando en el apellido cultural de la industria del libro.

1. La oferta editorial en España

1.1 El libro impreso bajo la dinámica del *best seller*

El sector editorial en España se caracteriza por ser una industria consolidada, hasta cierto punto boyante, a pesar de los rumores sobre su crónica crisis. Efectivamente las macrocifras que baraja el sector dan cuenta de una evidente situación privilegiada, sobre todo en comparación con otras industrias culturales. En el año 2003 se publicaron 65.824 nuevos títulos. Las cifras de facturación del sector editorial ascienden en el mercado interior a 2.792 millones de euros y en el exterior a 469 millones de euros (FGEE, 2004).

Pero al mismo tiempo que estas cifras dan cuenta de su situación acomodada, también advierten de las contradicciones que a veces lastran su futuro porque, si efectivamente en España se producen muchos libros, también es cierto que no se venden todos y que sólo una minoría se leen. De este modo, si en el año 2003 salieron de las imprentas cerca de 280 millones de libros, únicamente se vendieron doscientos treinta millones. El problema surge cuando se plantea el destino de los 50 millones de libros que no se vendieron y que se acumulan a otros tantos millones de años anteriores.

Pero el problema más grave no es el que ocasionan las devoluciones y el coste crónico de su almacenaje, sino lo que explica esas devoluciones: el hecho de que la demanda de libros no crezca, es más, disminuya con respecto a la oferta. Y es que España, como los países de nuestro entorno, se caracteriza por la sobreproducción de títulos, pero también destaca por el escaso índice de lectura de los españoles. Efectivamente los últimos sondeos de lectura hablan por sí mismos. En España el índice de lectura de la población que lee al menos una vez al trimestre está en el 53%. Ello significa que el 47% de la población no lee nunca un libro. Y de los que leen, apenas un veinte por ciento lee todos los días.

Una lectura optimista de las cifras indica que estos índices de lectura son los mejores de toda nuestra historia, y se han incrementado considerablemente desde hace décadas; además, son muy superiores a la mayoría de los países cultural y económicamente subdesarrollados. Incluso hay países en Europa que tienen unos índices inferiores a los españoles, como Italia, con un 40% de la población lectora. Pero existe otra lectura que también hay que realizar: en la mayoría de los países europeos los índices son muy superiores a los

españoles. Por ejemplo, en Francia el 74% de la población lee y en Suecia el 72%. Además, hay que considerar que existe en España un público potencial conformado por la mitad de la población que aun pudiendo leer no lee, con el perjuicio que ello ocasiona no sólo a la industria editorial sino al nivel cultural del país.

La solución que propone el sector para que, a pesar del desajuste entre oferta y demanda, siga contando con balances positivos es la dinámica del *best seller*, es decir, concentrar los esfuerzos de promoción y venta en unos pocos títulos que compensen con sus compras millonarias las escasas o nulas ventas del resto de la producción. En la edición impresa solamente se consigue amortizar la edición vendiendo más de dos mil ejemplares, pero muy pocos libros consiguen este índice de ventas. Por el contrario, los *best seller* consiguen vender más de 100.000, cuando no millones, amortizando no sólo su coste sino también el resto de la producción de la editorial y consiguiendo cuantiosos beneficios.

Esta dinámica se ha visto favorecida por la concentración empresarial que ha acontecido en el sector editorial en los últimos años, ya que los grandes grupos editoriales imponen índices de rentabilidad superiores al 12%, cuando los índices propios del sector se sitúan en torno al 4 por ciento (Goicoechea, 2000). Esto implica cambios en la función editorial y, sobre todo, en la selección de las obras, pues actualmente el criterio cultural cede ante las expectativas de venta, es decir, se favorece la contratación de las obras que, bien por la temática o bien por el autor, tengan garantizada cierta cuota de mercado.

Esta dinámica también se ha visto favorecida por el cambio en el lugar de venta. Los libros no se venden ya en las librerías de barrio de siempre, sino en las cadenas de librerías y en las grandes superficies que, por estrategia comercial o por reducir el coste de alquiler, limitan los libros que se exponen, ofertando casi exclusivamente los *best seller*.

El problema de esta dinámica, la de concentrarse en “los más vendidos”, es que perjudica todo lo demás. Perjudica a los autores que menos venden frente a los autores reconocidos, “mediáticos” o premiados. Los primeros cobran un escaso 10% de lo que logran vender, aunque la práctica se aleja bastante de este porcentaje, llegando incluso a anularlo en los autores noveles o en los de obras minoritarias. Y los últimos cobran cifras millonarias, anticipadamente además.

Se perjudica también a las medianas y pequeñas editoriales frente a unos grupos cada vez más poderosos porque no pueden pagar esos anticipos y sus autores se van al mejor postor, y además, ni pueden competir con las grandes para la promoción de sus libros, por un lado, ni por el otro, presionar a los puntos de venta para que favorezcan sus títulos. Los grupos cuentan con la mejor cartera de autores, con plataformas de medios de comunicación que apoyan la promoción, con sus propias cadenas de librería que cada día concentran más la venta para ganar la guerra de descuentos con respecto a las librerías y tener presencia en los núcleos de consumo.

Finalmente, los *best seller* perjudican a los libros que no lo son. Y es que la mayoría de los libros se mantienen en el anonimato, no reciben ningún estímulo para su venta, se devuelven a los almacenes sin siquiera aparecer en las librerías. Es más, hay muchos que van directamente de la imprenta a los almacenes, donde mueren, y obviamente se quedan sin vender y sin leer.

Esta paradoja, la de fabricar libros para no venderlos, es el efecto de la sobreproducción de títulos. Una estrategia de marketing que les permite jugar con el efecto novedad o el efecto catálogo. Aunque a estas alturas no se garantizan tales efectos debido a la aparición de novedades constantes, en un caso, y a la pérdida de credibilidad en la selección y construcción del catálogo, en otro, puesto que éste no se valora cuantitativa sino cualitativamente.

Pero esta estrategia ocasiona serios problemas. En primer lugar, al sector editorial, pues pierde por editar unos libros que no vende y gasta por tener que almacenarlos. Si bien esas pérdidas afectan a todas las editoriales, se notan mucho más en el tejido industrial conformado por las pequeñas y medianas empresas, puesto que son habitualmente los grupos los que compensan dichas pérdidas con la venta masiva de los *best seller*. Además de los editores, también resultan perjudicados los distribuidores que mueven millones de libros para nada, y los libreros que no venden porque no conocen ni pueden exponer la mayoría del surtido existente.

En segundo lugar, principalmente pierden los autores y sus obras, pues la mayoría de los libros no se venden simplemente porque no se conoce su existencia, no se les da ni la más mínima oportunidad para asomarse a un mercado totalmente saturado. Esta práctica es contraria a la legalidad, por cuanto la ley actualmente en vigor sobre la propiedad intelectual establece en su artículo 64 que es obligación del editor “asegurar a la obra una explotación continua y una difusión comercial conforme a los usos habituales en el sector profesional de la edición”. En la mayoría de los casos, ese precepto no se cumple.

En tercer lugar, salen perjudicados los consumidores y su derecho constitucionalmente reconocido de acceso a la cultura porque no se puede acceder a lo que no se conoce y a lo que no llega a la mayoría de las librerías, sobre todo en ciertas zonas de la geografía española. Ciertamente que los *best seller* llegan a todo el mundo y que en ocasiones esos títulos son de calidad, aunque hay ciertamente muchas voces que lo dudan, pero la cultura es algo más que unos cuantos libros. La excepcionalidad cultural precisamente se refiere a la diversidad y aunque, hoy por hoy, la diversidad cultural tiene garantizada teóricamente su expresión por cuanto se publica prácticamente de todo, esa diversidad descansa la mayoría de las veces en los almacenes y depósitos de editoriales, distribuidoras y librerías, y no llega a sus destinatarios finales.

Además ese problema de distribución también afecta a las bibliotecas, las instituciones que deberían tener garantizado el fondo editorial sin fecha de caducidad. Y es que la realidad

bibliotecaria española se aleja bastante de su principal cometido. Primero porque no hay bibliotecas allí donde se necesitan. En España, la red de bibliotecas estatales cuenta con sólo 52 centros para más de cuarenta millones de personas, centros que suelen ubicarse en capitales de provincia. A ellos cabe añadir la red de bibliotecas autonómicas, municipales, universitarias o de otro tipo de instituciones, públicas y privadas que, aunque incrementa notablemente el número de centros, algo más de 4.000, no llega a todos los núcleos poblacionales y a la postre la mayor parte de la España rural no tiene, tampoco por parte de las bibliotecas, acceso al libro.

A ello hay que añadir también que los centros bibliotecarios se suelen caracterizar por unos fondos precarios, que no colman en la mayoría de las ocasiones las expectativas de los usuarios. Los índices que se suelen manejar hablan por sí mismos: en Europa la media son cuatro libros de biblioteca por cada habitante, en España no llega a uno.

Cierto que la provisión de fondos de bibliotecas no depende del sector distribuidor, sino más bien de las políticas del libro que destinan una partida presupuestaria a tal propósito, con lo que la carencia de los fondos editoriales se puede achacar a una mala gestión y a una escasa preocupación de las autoridades competentes por la difusión de la cultura. Pero también es cierto que existen alternativas para gestionar los millones de libros que no se venden por parte de las editoriales y, en vez de almacenarlos o destruirlos, práctica cada vez más habitual, existe la alternativa del saldo y de la donación a las bibliotecas, que son quienes los necesitan, obviamente con los filtros necesarios para que las bibliotecas no se conviertan en nuevos almacenes editoriales.

Y es que las bibliotecas no son competencia desleal para la industria editorial, más bien son una ayuda, pues generan el hábito de leer que es el motor de dicha industria. Es más, dados los actuales índices de lectura de la población, se necesita hoy más que nunca generar sinergias entre ambas instituciones para animar a la gente a leer. Y leer de todo, sobre todo buenos libros, dado que la falta de lectura de calidad desincentiva el hábito de leer por la desmotivación que ocasiona y la saturación que produce. A la postre, esta literatura “fabricada” y los libros de autoayuda, que tanto éxito tienen, pueden hacer olvidar que la lectura de un libro, cuando es bueno, es más que nada un placer.

Por lo tanto, el problema no es sólo que se lee poco sino que se lee poco de muy poco, y ese poco no es, precisamente, lo mejor. Y es que la dinámica del *best seller* está contribuyendo a un cambio en las motivaciones de la actividad lectora, pues si el objetivo principal de la lectura fue tradicionalmente la instrucción y el conocimiento, amén del propio deleite, ahora se valora mucho más la lectura de evasión, lista para llenar el tiempo de ocio. Este cambio de paradigma es relevante, porque ese tiempo de ocio que se puede dedicar a la lectura tiene que competir con otras actividades mucho más atractivas para la población, por ejemplo, con la televisión. De hecho la principal razón que dan los no lectores para no leer es la falta de tiempo (63%), frente a un 27% que afirma que no le gusta leer.

Así pues, cierta responsabilidad de estos índices de lectura tan bajos radica en la oferta editorial y en la dinámica actual de concentrarse en los “superventas”, pues una adecuación mayor de la oferta a los intereses y gustos de una audiencia diversificada y, sobre todo, una acertada distribución de los libros puede generar unos mayores índices de lectura de libros, aunque ello requiera una inversión en estudios de mercado y una logística más efectiva para acercar la oferta al público consumidor.

En resumen, el escenario del sector editorial en España, si bien es optimista por las macrocifras económicas, esconde ciertos peligros derivados de la concentración empresarial y de la dinámica editorial que imponen. En España cuatro grupos, dos de ellos extranjeros, controlan más de la mitad del mercado: Planeta, Santillana, el grupo Hachette (Anaya y Salvat) y la multinacional del libro Bertelsman: Randon-House Mondadori. Esta situación perjudica a las Pyme del sector, motor de la pluralidad y apuesta editorial; a los autores noveles y autores minoritarios, motores de la renovación cultural; y a la producción minoritaria, en lenguas específicas, producción científica y técnica, poesía o teatro, expresiones de la diversidad cultural; privilegiando al mismo tiempo la producción comercial (texto no universitario y literatura, favoreciendo en esta temática los textos extranjeros ya contrastados en otros mercados) y promoviendo la distribución en zonas urbanas y céntricas mientras deja a la mayoría de la población sin apenas acceso al libro.

1.2 Los cambios en el sector tras la “revolución digital”

El primer cambio que supone Internet para el mundo editorial es servir como un nuevo canal de venta de libros. Este nuevo canal ofrece ciertas ventajas frente a las librerías, por ejemplo su amplio catálogo y la ampliación del potencial mercado; pero también ciertos inconvenientes, ya que hay que trasladar físicamente el objeto que se vende, el libro, con un incremento en el coste y en el tiempo, que perjudica al cliente. A pesar de estos inconvenientes, el éxito de Amazon y de otras librerías virtuales que logran vender millones y millones de libros por todo el mundo deslumbra al sector español, y empiezan a aparecer *websites* españoles dedicados específicamente a vender libros.

Pero Internet, como canal de venta de libros en España, es un rotundo fracaso en comparación con lo que pasa más allá de nuestras fronteras y aun siendo los libros uno de los productos que más se venden en la red. Y es que la venta virtual de libros en Estados Unidos representa ya el 8,6% de la venta total de libros en ese país, en Francia más del 2% de las ventas. Incluso en Alemania, Amazon ya se sitúa entre los primeros canales de venta de libros. Sin embargo, en España la venta de libros por Internet constituye sólo un 0,4% de la venta editorial, once millones de euros frente a los cerca de 2.800 millones que mueve el canal convencional, y además esa cifra es estable desde hace años, frente a la tendencia al alza de otros países.

Ahora bien, la venta de libros a través de Internet es un fracaso en España no solamente debido a los resultados económicos, sino también a los repetidos fallos que han tenido las iniciativas que en otros países lideran este canal de venta, ya que tanto Submarino como Bol, de la multinacional Bertelsman, han cerrado sus divisiones virtuales españolas. A ello se añade que la librería virtual de Planeta, Veintinueve, también ha cesado su actividad al año de aparecer y que el grupo Santillana ha limitado su presencia en Internet, eliminando el servicio de venta de libros. Hoy por hoy, en España sólo se compran en la red los libros de difícil acceso en las librerías: los extranjeros, que se compran en Amazon, los libros especializados y los de antiguo.

Además de la venta de ejemplares impresos, Internet incide en el sector del libro por la posibilidad de convertir el producto en información digital. Efectivamente el libro, frente a otros productos materiales, puede ser codificado en forma binaria. Y una vez adaptado al formato digital, distribuirse por la telaraña mundial y descargarse en cualquier terminal conectado a la red¹. Es el libro digital.

Pero, hoy por hoy, en España el sector editorial no está apostando por la edición *on line*. Las cifras que ofrece el sector hablan por sí mismas: el ISBN (International Standard Book Number) tiene contabilizados un total de 3.000 libros digitales, la mayoría repertorios legales y enciclopedias; y la Federación de Gremios de Editores establece que la edición en otros soportes distintos del papel representa un 5% de la facturación. Más allá de las estadísticas del sector, hay que analizar la experiencia real, y en la red también se observa una escasa actividad editorial y, la que hay, con escasas expectativas de futuro.

Y es que, a diferencia de lo que pasa con las librerías virtuales, las editoriales *on line* son iniciativas que no tienen vinculación con el sector tradicional. De hecho, aunque prácticamente todas las editoriales físicas tengan su ventana en Internet, prácticamente ninguna ofrece la posibilidad de editar en digital. Son, pues, *websites* que surgen por y para Internet, aprovechando la reducción de las barreras de entrada que caracteriza a la web, sobre todo en la publicación digital. El problema es que, al carecer de una marca que pueda garantizar la calidad editorial, del “saber hacer” del oficio de editor y, sobre todo, al carecer de fondo que es, en definitiva, la seña de identidad del editor, su oferta es muy limitada, escasamente atractiva e incapaz de garantizar la supervivencia futura. Además, estas iniciativas buscan hacer negocio cobrando a los autores que publican en su *site*, equivocando de este modo la esencia del negocio editorial, basado en la apuesta por una obra y su explotación comercial.

¹ La escasa legibilidad y portabilidad de la pantalla no parecen ser inconvenientes para el futuro del libro digital por la extensión de un dispositivo electrónico portable del tamaño de un libro (*e-book* o libro electrónico) que permite descargar y acumular libros digitales, además de permitir su lectura con ciertas opciones que mejoran notablemente la legibilidad.

El hecho de que las editoriales convencionales, grandes y pequeñas, no se han lanzado a la publicación digital, cuando desde hace años ya están contratando los derechos de las obras que comercializan en papel para explotarlas digitalmente, responde a las incertidumbres que existen en el entorno digital. Y es que actualmente en la red prima la cultura de la gratuidad y de accesibilidad a los contenidos², lo que hace escasamente rentable la venta de libros virtuales. Efectivamente, tras más de diez años de experiencia digital, Internet sigue siendo un sistema abierto, anárquico e incontrolable, a pesar de los intentos por controlarlo. De hecho, ya se han creado sistemas de encriptación de datos que permiten controlar el consumo tanto de lectura como de impresión o de copia pero, a pesar de estos intentos, sigue habiendo piratería digital.

El problema es que la revolución digital no conoce fronteras y ya están operando con cierto éxito algunas iniciativas extranjeras, incluso latinoamericanas, que intentan controlar el mercado del español en la red aprovechándose del mutismo absoluto del sector editorial español.

Pero sobre todo está en juego el derecho de expresión y de acceso a la cultura en digital. Efectivamente, no se están dando oportunidades para canalizar y difundir nuevas expresividades en este soporte, cuando desde ciertos sectores ya se está reclamando y se reclamará mucho más con el cambio generacional. Internet representa una nueva forma de expresión cultural que no está reñida con el mundo Gutenberg y que puede competir mucho mejor con otras tecnologías que acaparan el interés y el tiempo de ocio, sobre todo de las jóvenes generaciones. A ello se añade que Internet no es más que un canal de distribución cada vez más extendido y difundido entre la población, y como canal de distribución puede representar una manera privilegiada de hacer llegar el libro y la cultura a zonas y personas olvidadas por el canal convencional.

² A lo que se añade también la potencial manipulación del original puesto que “la textualidad virtual es fluida, adaptable, abierta, capaz de ser procesada e infinitamente duplicada, trasladada rápidamente; capaz, en definitiva, de manipularse en la red” (Landow, 1998:222)

2. La política del libro en España

2.1 El libro y su legislación

El marco legal que afecta al sector editorial queda comprendido por un conjunto de normas de diferente carácter y alcance que se han ido sucediendo desde hace cuarenta años, cuando en la Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta, se reconoce por primera vez en España la libertad de expresión, el derecho fundamental que permite la labor editorial, posteriormente reconocido en el art. 20 de la Constitución Española. La Ley de Prensa e Imprenta también define al libro como una clase de impreso cuya característica diferencial con respecto a las publicaciones periódicas es que “son obras editadas en su totalidad de una sola vez” (art. 10.2). Esta ley reconoce también la libertad de empresa editorial y en ella se regula su constitución, registro, funcionamiento y responsabilidad, posibilitando con ello la aparición y multiplicación de pequeñas y medianas empresas editoras de marcado carácter familiar que sustituyeron a las librerías e imprentas en la labor de editar los libros.

Pertenece también a la etapa predemocrática la obligación de consignar en toda clase de libros y folletos el número ISBN (Decreto 2984/1972, de 2 de noviembre) como una medida encargada de registrar el fondo editorial español.

Mayor repercusión que el ISBN tuvo la aprobación en 1975 de la Ley 9/1975 de 12 de marzo, de Régimen General para la Promoción, Producción y Difusión del Libro, que es la ley de referencia que regula el sector y la actividad editorial, puesto que la mayoría de su articulado sigue actualmente vigente. Esta Ley del Libro trata de conjugar la dimensión económica con la cultural del sector editorial al considerar a la industria editorial una “industria de interés preferente” y establecer un “régimen especial” para favorecer la promoción del libro español. Y esto es debido a que la Ley del Libro³, además de reconocer a los sujetos principales de dicho mercado: autores, editores, distribuidores, librerías e impresores, y de regular

³ La Ley del Libro también creó un organismo autónomo para el libro, el Instituto Nacional del Libro Español (INLE), con competencias en el control y la promoción del libro, aunque también en las gestiones administrativas y del conocimiento y relación entre los diferentes actores. Este organismo fue derogado por la Ley de Propiedad Intelectual de 11 de noviembre de 1987, (BOE de 17 de noviembre) asumiendo sus funciones las diferentes Cámaras de Comercio del Libro que responden a la descentralización territorial de la Administración, y la Subdirección General del Libro, dependiente del Ministerio de Cultura, para las cuestiones que afectan a todo el territorio nacional.

sus relaciones, sus responsabilidades, infracciones y sanciones, también establece los privilegios que tienen dichos sujetos, que se concretan en medidas tributarias y fiscales beneficiosas tanto para editores como para distribuidores, librerías e impresores.

Efectivamente, entre los beneficios fiscales más importantes que establece la Ley del Libro cabe mencionar el establecimiento de un IVA reducido para los libros. Desde entonces se aplica un 4% de IVA a los libros frente al 16% que grava la mayoría de los bienes de consumo.

Pero no solamente existen beneficios en la tributación directa, sino que la industria editorial cuenta también con otras bonificaciones tributarias y económicas que la distinguen de otras empresas, entre ellas, las tarifas postales especiales y las tarifas publicitarias en los medios públicos, reducidas un 30% para los libros editados en España y hasta un 50% si son de españoles. La Ley del Libro también reconoce reducciones en los impuestos de sociedades, de transmisiones, de tráfico de las empresas y líneas de crédito, además de contar con apoyo económico directo, sobre todo para su proyección en el mercado exterior.

Y es que estas ayudas se concretan en subvenciones para la traducción y edición en lenguas extranjeras; la difusión, comercialización y distribución de libros españoles en el extranjero y para la promoción del libro español en América. Aunque también hay ayudas para la traducción y edición en lenguas co-oficiales españolas, que se suman a las cuantiosas partidas que algunas Comunidades Autónomas conceden por este concepto. A ello hay que añadir las subvenciones para la edición de libros con destino a bibliotecas públicas, las ayudas a editoras de revistas de cultura y los diferentes programas y acciones de fomento de la lectura.

Para hacerse una idea del valor económico que supone este apoyo administrativo, en 1991 la cantidad gastada por el Estado por las reducciones en las tarifas postales o publicitarias, las subvenciones, la creación de bibliotecas o la cantidad no recaudada por la reducción del IVA se cifra en poco más de 192,32 millones de euros, un 10% de la cifra de negocio en ese año (Martín Carbajal, 1993). Manejando cifras más actuales se puede valorar la previsión para el año 2005 que asciende a 115,47 millones de euros de partida presupuestaria para el libro destinados básicamente a las ayudas directas y a la red de bibliotecas del Estado.

Pero quizá la medida más importante que la Ley del Libro establece para el sector es la que se especifica en el artículo 33: **el precio fijo del libro**, es decir, el establecimiento de un precio de venta al público por parte de la editorial y el mantenimiento de ese precio en todos los canales y puntos de venta. Dicha medida asegura que un libro se venda al mismo precio en una pequeña librería de barrio o de pueblo que en el centro de Madrid, garantizando el mismo acceso al libro en cualquier punto de la geografía española. Aunque la ley establece ciertas excepciones: “al precio fijo que figurará impreso en cada ejemplar, se exceptúan los libros de bibliófilo, artísticos o análogos y los editados antes

de la promulgación de esta ley”, además de permitir descuentos especiales el Día del Libro, en las ferias nacionales o en congresos y exposiciones.

El Real Decreto 484/1990 de 30 de marzo (BOE de 20 de abril) amplía las excepciones a las ediciones agotadas, libros usados o descatalogados y, además, introduce cierta liberalización en el precio de los libros al permitir hasta un 5% de descuento en el precio impuesto por la editorial. Liberalización que extienden primero la Ley 50/1998, de 30 de diciembre (BOE de 31/12), de medidas fiscales, administrativas y del orden social, que permite un descuento de hasta el 12% en los libros de texto (art. 92), y después el Real Decreto-Ley 6/2000 de 23 de junio (BOE de 24/06), que liberaliza los descuentos de los libros de texto de primaria y secundaria (art. 38).

Pero la Ley del Libro no sólo se refiere a las empresas implicadas en el sector, sino que también establece, por primera vez, los contratos de edición entre autores y editores reconociendo y regulando de este modo los derechos de autor, aunque esta parte de la Ley del Libro ha quedado derogada por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. Así pues, el reconocimiento en nuestro ordenamiento jurídico de la propiedad intelectual se entiende en los términos recogidos en el Texto Refundido, cuyas implicaciones para el sector editorial se resumen a continuación:

- Se atribuye la propiedad intelectual a los autores por el solo hecho de la creación de la obra sin sometimiento a ninguna formalidad y, por tanto, con independencia de que la obra esté o no inscrita en un registro, ya sea éste público o privado; considerando autor a la persona física que crea la obra y no a las personas jurídicas.
- Los derechos de autor comprenden tanto los llamados derechos morales, irrenunciables e inalienables, como los derechos de explotación de carácter exclusivo (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) o de mero carácter de remuneración (derecho de seguimiento para los autores de artes plásticas, derechos de remuneración por copia privada, derechos de remuneración por la proyección de obras audiovisuales, etc.).
- Regulación detallada y precisa de los contratos de edición, que deben contemplar: la transmisión de los derechos de explotación de carácter exclusivo, el ámbito territorial, los ejemplares, la forma de distribución, la remuneración y el plazo, a lo que se añade en los contratos de edición de libros: la lengua, el anticipo y las modalidades de edición.
- El principio general de que la remuneración del autor debe ser proporcional a los ingresos que produzca la explotación de la obra.
- El régimen jurídico de las entidades de gestión colectiva de los derechos de autor y los

derechos afines (en el caso de los derechos de edición, la entidad es CEDRO-Centro Español de Derechos Reprográficos).

- La fijación del plazo de protección de los derechos de autor en 70 años después de la muerte o declaración del fallecimiento del autor.

A este marco legal de referencia habría que añadir otras disposiciones que también afectan al mundo del libro, por ejemplo la Ley 43/1982 (BOE de 21/07/82) de inversiones extranjeras en empresas editoriales por la que se permitió la entrada de capital extranjero en las empresas editoras, o el Real Decreto de 5 de febrero de 1999 que establece que los autores paguen los impuestos por liquidación, no por anticipo (Vila-San Juan, 2003). Asimismo habría que contar con la normativa propia de cada Comunidad Autónoma, enfocada fundamentalmente a la promoción de la lectura o al depósito de los libros editados en su ámbito. Y también los códigos internacionales (Convenios de Berna y de Ginebra sobre protección de derechos de autor y los acuerdos de Florencia y de Nairobi sobre la comercialización de bienes culturales), o las recomendaciones que las diferentes Directivas europeas han dictaminado en relación con el mundo cultural y especialmente el del libro.

2.2 Lagunas en la política del libro

Ciertamente en España, frente a otros países u otros sectores, hay políticas que apoyan y protegen al libro, por la mera existencia de una ley exclusiva para el libro o por la regulación del precio y de los derechos de autor o por las ayudas económicas directas e indirectas hacia el sector. Pero la política española del libro, homologable en términos genéricos a la mayoría de las políticas de sus vecinos europeos, tiene ciertas deficiencias y lagunas que ocasionan hoy desequilibrios importantes o que no cuentan con escenarios de futuro donde Internet irrumpe, lo quiera o no el sector, en el panorama editorial.

Se presentan, a continuación, los principales retos que la política del libro debe afrontar:

A) Los derechos de autor

La primera situación denunciada en el panorama editorial son las prácticas abusivas sobre los derechos de autor. La Ley de Propiedad Intelectual establece en su artículo 46 que “la cesión otorgada por el autor a título oneroso le confiere una participación proporcional en los ingresos de la explotación” y los usos y costumbres la han fijado tradicionalmente en un 10% del valor del libro. Pues bien, la realidad se aleja no solamente de la ley sino también de los acuerdos implícitos que han regulado las relaciones entre los actores, porque ese 10% se ha reducido a la mitad en los últimos años, cuando no se ha eliminado por completo, o incluso, el autor debe pagar por la publicación de su obra. Esta última práctica, habitual cuando se trata de autores noveles

o en la edición científica, se ha generalizado en los últimos años, sobre todo en la edición digital, enmascarándola bajo la etiqueta de “edición privada” o “edición de autor”.

Frente a estos casos, existen otros en los que el autor recibe cifras millonarias en concepto de derechos. Obviamente se trata de “escritores con nombre de marca” (Epstein, 2002:34), autores con prestigio o notoriedad en el ámbito del libro o fuera de él, o dotados de un buen agente literario. Sea como fuere, este desequilibrio no sólo ocasiona un cambio en las políticas de contratación, donde prima el peso del talonario frente a la apuesta cultural (Schiffirin, 2000), sino también un incumplimiento de ciertos derechos básicos, como la igualdad de oportunidades y la libertad de creación y, sobre todo, un abuso ilegal e ilegítimo sobre los verdaderos titulares y creadores del libro.

También se suceden otras situaciones que van en perjuicio de los autores. Por ejemplo, cuando los actuales contratos de edición extienden los derechos a las ediciones electrónicas, a pesar de que ni siquiera se explotan, imposibilitando al autor la cesión de esos derechos a otra editorial que pueda explotarlos. A este respecto, cabe advertir cierta laguna legal que va en perjuicio no sólo de los autores sino también de la edición *on line*. Y es que existe una disposición análoga con respecto a la publicación en otras lenguas que posibilita que “si transcurridos cinco años desde que el autor entregue la obra al editor no la hubiese publicado en todas las lenguas previstas en el contrato, el autor podrá resolverlo respecto de las lenguas en las que no se haya publicado” (art. 62). Desde hace una década, las editoriales se están reservando los derechos electrónicos de las obras que publican en papel y, transcurridos más de cinco años, las ediciones electrónicas siguen sin aparecer, pero los autores no pueden hacer nada ante un vacío legal que implica el compromiso de una modalidad de publicación sin garantías de explotación.

B) Los índices de lectura

Como se ha comentado anteriormente, los índices de lectura en España se sitúan en torno a la mitad de la población. La responsabilidad de estos índices tan bajos recae sobre todo en las políticas culturales que deberían tener como fin principal, como se deduce de la propia Ley del Libro, la promoción y difusión del libro y del hábito de leer. Las principales armas que tiene la Administración para ello son las bibliotecas y las campañas de fomento de lectura. Las primeras ya hemos señalado que son insuficientes; las segundas, a la luz de sus resultados, también lo son.

Y es que fomentar el hábito de lectura no es fácil: es un trabajo de fondo que implica desde una colaboración con las familias y con las instituciones educativas, hasta una campaña efectiva de publicidad y marketing que convierta al libro en el objeto de deseo de la población; y es sobre todo una labor continuada y sistemática de velar por la edición, la distribución y la lectura de los libros para garantizar el derecho constitucionalmente reconocido de expresión cultural, sea cual fuere, y más aún garantizar el acceso a la cultura desde cualquier rincón de la geografía española. Actualmente, ni ese derecho está garanti-

zado ni se está favoreciendo el hábito de leer, no sólo porque no se toman, ni se han tomado, medidas de fondo que promuevan este hábito (campañas educativas o sociales) sino porque tampoco se han favorecido las campañas promocionales ni las bibliotecas, que son los instrumentos fundamentales de probada eficacia para incentivar la lectura.

C) El precio fijo del libro

Otro de los retos que tiene el mundo editorial y que, como cada inicio de curso, también este año ha saltado a la actualidad, es el del precio fijo del libro frente a los descuentos permitidos en los libros de texto. En esta situación cristalizan muchos intereses y no todos ellos compatibles entre sí. Efectivamente, el precio de los libros enfrenta, sobre todo, a los protagonistas del ámbito de la distribución, pues las grandes superficies aprovechan los descuentos en los libros de texto como reclamo para la venta general, aunque está expresamente prohibido por ley, frente a las librerías que claman por el precio fijo, ya que no pueden competir en la guerra de descuentos. El problema reside no sólo en los libros de texto sino en todo el material escolar que acompaña el inicio del curso, que suele hacerse en el sitio de compra de los libros y que suele dejar más márgenes de beneficio. Por ello las pequeñas librerías reclaman el precio fijo por mera supervivencia. De hecho desde que se implantó la liberalización de los precios de los libros de texto quedan menos librerías.

Pero en este enfrentamiento también entran las familias. El inicio del curso escolar supone un desembolso medio de 90 euros por niño en libros de texto, un gasto que, además de ser excesivo, se torna obligatorio ante la estrategia seguida por las editoriales de inutilizar los libros de cursos anteriores por contenidos supuestamente desfasados y ejercicios cumplimentados en el propio texto. Los padres ven en los descuentos la única arma para aliviar este “impuesto de las editoriales”. Este gasto esconde los intereses de la industria editorial porque la edición para la enseñanza no universitaria es el segmento que en la mayoría de los casos asegura la viabilidad económica de la empresa editorial.

Además, este debate se agudiza a nivel internacional porque el Tribunal de Defensa de la Competencia presentó un informe en septiembre de 1997, a petición de la Comisión Europea, en el que se abogaba por la aplicación de los descuentos en los libros de texto y en los libros de venta rápida, en una primera etapa, y por los de los textos literarios en un segundo momento, para incentivar la modernización del tejido comercial librero y el incremento de los hábitos de lectura y tratar de armonizar la legislación europea cuando conviven países con el precio libre (Inglaterra, Grecia o Bélgica) y países con el precio fijo (Francia, Austria, Dinamarca, Alemania, Holanda, Noruega, Luxemburgo, Portugal, Italia o España). Y es que en Internet el espacio es virtual y existe una situación “alegal” cuando se aplican descuentos ilimitados desde un país de origen con precio libre y se actúa en un país de destino de precio fijo, situación que está empezando a repetirse tras la actuación de Proxis, una librería virtual belga que aplica descuentos libres en Francia, un país con precio fijo.

Ahora bien, el precio de los libros incide en el escenario digital no sólo por saltarse las fronteras nacionales, sino también por constituirse en un valor diferencial con respecto a la venta tradicional. De hecho, una de las razones por las que no arranca la venta de libros por Internet en España es por el precio fijo del libro, que impide a las divisiones digitales ofertar el mismo libro con descuentos superiores a otros lugares de venta. Y no hay que olvidar que el éxito de las librerías virtuales que lideran este canal en el mundo, Amazon, Barnes & Noble, o Bol, son los agresivos descuentos que pueden llegar hasta el 40% del precio del libro.

Así pues, la situación en España perjudica a este nuevo canal de venta en aras de proteger el canal convencional. El problema es que puede surgir la competencia desde el extranjero y, sobre todo, que se desaprovecha la gran ventaja de Internet para el mundo editorial: potenciar la venta y el consumo de los libros, favoreciendo una distribución que llega donde llega la red.

D) El libro digital

Otro problema que se plantea en la actualidad, también relacionado con la incidencia de las nuevas redes, es el futuro del libro y el libro del futuro, el libro digital. Ahora se entiende implícita y legalmente que el libro define no sólo un contenido sino también una materialidad impresa: un volumen de papel. Pero el libro digital suprime este soporte, y es entonces cuando surgen las dificultades, pues no todo el mundo entiende que el libro pueda existir sin estar impreso, aunque como producto cultural lo que cuenta es el contenido. De hecho, pese a que la Real Academia de la Lengua ya ha reconocido en la acepción de libro que la obra puede aparecer impresa o en otro soporte, para la Dirección General de Tributos, y en general a cualquier efecto legal, el libro se define por la primera acepción del diccionario “todo impreso no periódico que contiene 49 páginas o más excluidas las cubiertas”.

El mayor problema es que el libro digital, al no estar impreso y a efectos fiscales, se grava como el resto de los productos, con un 16% de IVA, mientras que los libros impresos están acogidos a un impuesto reducido cifrado en el 4%.

Esta especie de laguna legal es una manifestación más del problema de fondo: la dejadez política e institucional a la hora de reconocer y promocionar el libro digital. Efectivamente, lo único que ha trascendido del apoyo de la Administración al libro del futuro ha sido la concesión de ciertas ayudas a las editoriales convencionales para su introducción en el entorno digital, pero sin control ni seguimiento alguno. En este sentido, hay que citar la subvención recibida por Planeta para lanzar su plataforma virtual, veintinueve.com que, a pesar del millón y medio de euros recibidos, fracasó.

También hay que hablar de la Biblioteca Virtual Cervantes que ha sido, de hecho, la que ha inventado el libro digital español por haber sido la primera que digitalizó en 1999 un

catálogo atractivo de libros, distribuyéndolos por todo el mundo y consiguiendo que millones de personas conocieran y sobre todo leyeran la cultura española en formato digital. Esta iniciativa, aunque surgió de una institución pública, la Universidad de Alicante, contó desde el principio con la inyección económica del Banco Santander Central Hispano y la Fundación Botín que han sido, y hoy siguen siendo, sus principales valedores, aunque en el último año, y ante el éxito cosechado, el Ministerio de Cultura se haya incluido entre sus patrocinadores, junto con Anaya y Santillana, que han despertado ya de su mutismo digital.

3. Propuestas de política cultural

El panorama anteriormente descrito revela serias contradicciones, deficiencias y retos que deben preocupar a los actores implicados y también a la Administración, sobre todo cuando se está proponiendo al libro como el principal baluarte de política cultural. Por ello se necesitan acciones y medidas que traten de mejorar la actual política cultural, especialmente actualizarla a la realidad del siglo XXI, para que el libro siga siendo el principal vehículo transmisor y difusor de la alta cultura.

Se presentan a continuación, pues, ciertas medidas y propuestas encaminadas a esa renovación y actualización de la política del libro basada en los valores democráticos de expresión y difusión de la diversidad cultural. La concreción de estas propuestas se puede articular en dos ejes básicos que han de ser coordinados y complementados entre sí: en primer lugar, la actuación directa de la Administración, en cualquiera de sus fórmulas y, especialmente, a través de la Dirección General del Libro, encargada de velar por la buena salud del libro, y en segundo lugar un cambio de legislación, puesto que, si bien la Ley del Libro actualmente en vigor no fue una mala ley para 1975, no es una ley a la altura del siglo XXI, fundamentalmente porque han pasado ya treinta años y la realidad del libro también ha cambiado. Por ello, ahora que las nuevas autoridades competentes han anunciado la elaboración de una nueva ley para el libro, se recomienda contemplar ciertas medidas que pueden transmitir a la sociedad que la preocupación por el libro y la lectura es real y permitir que los españoles quieran y puedan leer cada vez más.

3.1 Medidas de fomento de la lectura

A) Las bibliotecas

La obligación cultural de los organismos públicos debería enfocarse fundamentalmente hacia la difusión y el acceso al libro. Y en esta tarea, la biblioteca es el principal instrumento de acción. Como se ha visto, el estado actual de la biblioteca en España es cuando menos precario. Por ello se propone un plan de actuación global que, en colaboración con las instancias municipales y culturales, revitalice este actor hasta constituirlo en protagonista indiscutible del sector editorial. Este plan debería contar con las siguientes actuaciones:

- Considerar a las bibliotecas, como se hace en Francia, como otro actor protagonista del sector editorial, y no como un apartado más de los planes de fomento de lectura. Ello implica no sólo un interés por estas instituciones, sino también una dotación económica independiente, e incluir a las bibliotecas en los estudios sectoriales para conocer mejor su realidad y actuar en consecuencia (centros, usuarios, préstamos, necesidades,...).
- Incremento del presupuesto destinado a bibliotecas. El Ministerio de Cultura ha previsto un incremento considerable del presupuesto para bibliotecas para el próximo año. Y se ha anunciado también el pago de derechos de reproducción por parte de las bibliotecas, tal como recomienda la Directiva 92/100/CEE, de 19 de noviembre de 1992 pese a que no está contemplado en la actual legislación española sobre propiedad intelectual⁴, y se oponen a este pago la mayoría de los bibliotecarios, usuarios e incluso algunos escritores en nuestro país. Sin embargo, el problema es que esta partida puede perjudicar notablemente a las bibliotecas, pues, si dedican una parte importante de su presupuesto al pago de derechos, esto irá en detrimento de la compra directa de fondos y de la mejora de sus instalaciones. Ciertamente el pago de derechos beneficia a los autores, pero mucho más les beneficiaría si ven incrementada la venta de sus ejemplares⁵. Por todo ello habría que priorizar la partida presupuestaria destinada a la dotación de fondos bibliográficos por encima del pago de derechos de reproducción.
- Creación de bibliotecas: a la red de bibliotecas existente habría que añadir una red de bibliotecas rurales que garantice el acceso al libro en todos los puntos de la geografía española, ayudando a los ayuntamientos, pedanías u organizaciones sociales (asociaciones agrarias por ejemplo) a que constituyan espacios para el libro. También es importante incentivar y ayudar económicamente a los centros educativos, colegios e institutos, para la creación de bibliotecas de centro e incluso de aula, que traten de acercar los libros a los niños. Además es necesario crear bibliotecas infantiles en todas las bibliotecas públicas existentes e incrementar de la red de bibliobuses, iniciando desde estas bibliotecas móviles una actuación en centros estratégicos (centros para la tercera edad, centros de salud, mercados públicos, Ayuntamientos,...). Para ello resulta conveniente no sólo una campaña de promoción y difusión pública sino también dotar a estos espacios colectivos de un atractivo suficiente como para constituir un referente de encuentro entre la población, convertir a la biblioteca en algo más que un mero de-

⁴ Artículo 36.2 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (BOE de 22/04/1996): “las bibliotecas no precisarán autorización de los titulares de los derechos ni les satisfarán remuneración por los préstamos que realicen”. La citada directiva fue incorporada al derecho español en la Ley 43/1994, de 30 de diciembre (BOE de 31/12).

⁵ Además de contribuir a la difusión de la obra, el beneficio conseguido por los autores por la venta de ejemplares a las bibliotecas sería más democrático, justo y directo que el beneficio reportado por derechos de reproducción, ya que no tendría que pasar por las entidades de gestión, en este caso CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos), que no sólo se quedan con una parte nada despreciable de lo recaudado sino que además reparten su recaudación exclusivamente entre los asociados mientras que la mayoría de los autores, sobre todo noveles y minoritarios, no lo son.

pósito de libros, posibilitando espacios y actividades múltiples (conferencias, proyecciones,...), salas de nuevas tecnologías (conexión a Internet, videojuegos), y abriendo el horario para ser una alternativa de ocio para los jóvenes, tal como están haciendo algunos centros que cosechan una popularidad y un uso ejemplar.

- Dotación de fondos: el mayor atractivo de una biblioteca es su fondo editorial y por ello se deben promover ayudas para asegurar un catálogo lo más actual y completo posible. Para ello se propone, además de incrementar las ayudas a la publicación de obras con destino a bibliotecas, y de aumentar la adquisición de saldos y donaciones de fondos editoriales de las propias editoriales o de particulares, extender a todo el territorio nacional el llamado “apoyo genérico”, mediante el cual, por ejemplo, el Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña asegura la adquisición de 150 a 300 ejemplares de cada título que sale al mercado para la red de bibliotecas públicas. Esto representaría, además, un apoyo económico inestimable para el sector que, en el último año, se ha limitado a 16,4 millones de euros, el 0,6% de la cifra de facturación.
- Bibliotecas digitales: para favorecer la difusión del libro español en cualquier punto del planeta y para promocionar también el soporte digital, es necesario constituir una biblioteca digital que sea referencia en todo el mundo de la cultura en español. Además, la digitalización del fondo permite que cualquier título se mantenga siempre vivo, extendiendo en el tiempo y en el espacio la memoria cultural. Hoy por hoy, esa biblioteca de referencia ya tiene un nombre, respaldado además por la Administración Pública: cervantesvirtual.com, si bien limita su catálogo a los libros de dominio público. Por lo tanto, la democratización de la cultura exige extender su fondo editorial también a los libros más actuales.

B) Planes de fomento de lectura

Además del apoyo a las bibliotecas, que se encuadra administrativamente dentro de los planes de fomento de lectura, como estrategia privilegiada, también existen otras actividades que tratan de actuar para favorecer el hábito de leer. Entre esas actuaciones se encuentran los apoyos a las ferias, fundamentalmente a la Feria del Libro, a las asociaciones e instituciones que favorecen la lectura y las campañas de comunicación o publicitarias. Todas estas actividades son necesarias, pero no son suficientes, al menos tal como se han realizado hasta ahora, porque los índices de lectura siguen estando en los mismos porcentajes que hace cuatro años, a pesar de los casi 90 millones de euros invertidos para este fin.

El nuevo cambio de gobierno y el compromiso por la lectura han contribuido a incrementar en tres millones de euros la partida prevista en el Plan de Fomento de Lectura presentado en 2001. Dicho compromiso se ha concretado ya en una campaña publicitaria que a través de diversos medios, incluida la televisión, intenta implicar a los padres: “si tu lees, ell@s leen”. Todo ello está bien, pero con toda probabilidad seguirá siendo insuficiente.

De hecho, apenas ha incidido esa campaña publicitaria por la escasa difusión que ha tenido. No hay recetas al respecto, sobre todo recetas rápidas, pero sí hay ciertas estrategias, algunas de ellas probadas en otros países, que se pueden valorar:

- La investigación de hábitos de lectura: ciertamente existen y se han extendido anualmente los estudios de hábitos de lectura para toda España pero todavía se pueden mejorar si se estratificaran mejor los segmentos estudiados. Por ejemplo, no hay índices de lectura infantil. No sabemos si los niños leen, cuánto leen, qué leen o cómo leen. No hay índices de lectura entre el colectivo universitario, un segmento privilegiado de lectura. Tampoco se analizan los datos en función de la profesión, ni de las actividades que se realizan en tiempo libre. Estos indicadores pueden resultar pertinentes para adecuar las campañas y los contenidos de los libros. No hay datos sobre las actividades alternativas a la lectura, razones de fondo para no leer, para no comprar, para no ir a la biblioteca.
- Campañas de comunicación y publicitarias permanentes. Son importantes en este sentido las campañas que se realizan a nivel masivo. El mayor impacto y la eficacia aumentarían si fueran más incisivas desde todos los puntos de vista, irrumpiendo en todos los canales, especialmente en los públicos aprovechando un trato preferencial, sobre todo en periodos especialmente significativos (vacaciones, Navidad) y más agresivas en el mensaje, por ejemplo, denunciando la incultura y la escasa actividad lectora. También resultan especialmente eficaces campañas más concretas destinadas a segmentos específicos de la población porque son campañas menos costosas que las masivas y pueden llegar al público con mayor fuerza, al adecuarse, tanto en el contenido de la campaña como en los medios en los que se inserta, al perfil del público que interese.
- Instar a las editoriales, como contrapartida de su trato preferencial, a invertir en actuaciones de fomento de lectura, tal como ha hecho Brasil, puesto que son los beneficiarios más directos del incremento de los índices de lectura.
- Educar leyendo: instar al Ministerio de Educación, ahora que se está trabajando para modificar la Ley de Educación, a que apoye la lectura como tema transversal en educación primaria y secundaria. También se debe promover como actividad extra-escolar la creación de talleres de lectura y escritura, donde se enseñen y favorezcan la lectura como un juego, como lo es ahora la música o la informática, favoreciendo en lo posible la utilización de nuevas tecnologías como “gancho” para leer.
- Lectura gratis: la mayoría de los periódicos han realizado campañas de promoción en las que por un euro se podía obtener un libro. Han sido un éxito. Por ello una buena campaña de fomento de lectura puede ser el extender esta promoción a otras actividades puesto que no todo el mundo compra el periódico. En este sentido, se propone editar a bajo coste una serie de títulos en lotes masivos para regalar a las familias, como hizo México (Alatríste, 1999). O combinar esta promoción con el uso de las bibliote-

cas: “solamente con ir a la biblioteca del barrio o del pueblo se consigue gratis a Unamuno o Poeta en Nueva York”. Las promociones funcionan y el marketing puede servir no sólo para vender sino también para fomentar la lectura, al servicio de la democratización cultural, poniendo al alcance de cada familia un libro que invite a su lectura. No podemos obligar a leer pero sí invitar a ello con la presencia, inédita en muchas casas, de un libro.

3.2 Medidas para garantizar la calidad-diversidad editorial y el acceso a la cultura

A) Ayudas positivas a la industria editorial

Como se ha comentado anteriormente, el escenario editorial actual se caracteriza porque las pequeñas y medianas empresas compiten en peores condiciones que los grupos editoriales, ya que la dinámica editorial prioriza los títulos más comerciales sobre los textos minoritarios y especializados, así como se caracteriza también por una sobreproducción injustificada de títulos, que ocasiona un grave problema de distribución. Por todo ello se recomienda:

- Favorecer en las ayudas directas únicamente a las pequeñas y medianas empresas frente a los grupos o los sellos que pertenecen a los grupos editoriales, estableciendo cuotas de facturación y controlando el seguimiento de los conceptos subvencionados.
- Incrementar las ayudas para la edición de libros con destino a bibliotecas públicas, estableciendo dichas ayudas para la edición de libros de calidad cultural no comercial. Para ello se puede establecer un comité de expertos que garantice una mínima calidad cultural de lo editado y subvencionado, dependiente de la Dirección General del Libro, a través de informes anónimos e independientes, tal como funciona en el ámbito científico y académico.
- Favorecer y promocionar la calidad cultural, estableciendo penalizaciones a las editoriales que editen libros que no se promocionen, distribuyan o comercialicen, e instituyendo ayudas, premios y otros incentivos a la labor de selección editorial, valorando cualitativamente los catálogos basados en criterios del comité de expertos, así como las cuotas de ventas de todos los títulos del catálogo.
- Favorecer medidas de donación y saldo a bibliotecas de los fondos de depósito de las editoriales y otros agentes del sector.
- Prohibición y penalización de la destrucción de libros.

B) La función editorial de la Administración

Las distintas instancias de la Administración también cuentan con una labor editorial que representa una décima parte de la producción editorial. Se trata de que esa función editorial se enfoque exclusivamente a la publicación de las temáticas y segmentos menos comerciales: la poesía, el teatro, los autores noveles, la edición científica y técnica y las publicaciones en lenguas minoritarias.

Ahora bien, hasta ahora esa edición pública se enfocaba precisamente hacia esos segmentos de edición menos privilegiados, potenciando la expresión de las minorías, pero esa producción escasamente se favorecía en términos de difusión, puesto que si la distribución editorial, como se ha señalado, tiene serias deficiencias, esa problemática se agudiza en la difusión y distribución de la edición pública. Es más, ni siquiera existen canales privilegiados que aseguren su difusión en bibliotecas públicas. Y es que, si a la labor editorial no se le acompaña de una estrategia adecuada de difusión y distribución, realmente no se consiguen los objetivos propuestos, es decir, no sirve para nada.

Por ello se recomienda que se actúe también en la difusión y en la distribución, asignando una partida presupuestaria y estableciendo un control y seguimiento adecuados, intentando favorecer además los mecanismos de que la Administración dispone para potenciar la difusión editorial: los medios de comunicación de titularidad estatal o autonómica y la red de bibliotecas públicas. Es importante este último aspecto, porque de este modo no sólo se consigue incrementar el conocimiento y acceso a ese diez por ciento de la edición pública, sino que también se consigue favorecer el fondo de las bibliotecas públicas con un catálogo más actualizado y completo.

C) El precio fijo y la gratuidad de los libros de texto

Para velar por la efectiva distribución del libro y el acceso a la producción editorial desde todas las zonas geográficas hay que garantizar la supervivencia del canal librero. Y para ello hay que mantener y defender el precio fijo de los libros.

Para garantizar el precio impuesto por la editorial se debe velar por el ajuste de ese precio a la cadena de valor del libro y garantizar la distribución de ese valor entre todos los actores: que a los autores les corresponda el establecido tradicionalmente con un 10% del precio de venta y que se destine un 10% a la promoción y difusión del libro y otro 10% a su distribución. Se deben articular estrategias, por ejemplo, una comisión de la Dirección General del Libro que no sólo asegure el reparto equitativo entre los diferentes sectores implicados y que todos los libros tengan la misma proporción en las diferentes partidas que se necesitan para su correcta difusión y distribución, sino que además vele por un precio justo de los libros, un precio que asegure su más amplia difusión. Se deben establecer como excepciones al precio fijo las situaciones contempladas en la actual legislación, excepto la que afecta a los libros de texto. Es decir, se debe anular la liberalización del precio en los

libros de texto de primaria y secundaria actualmente en vigor. La supresión de los descuentos en los libros de texto se debe compensar, para no perjudicar a las familias y al mismo tiempo garantizar el derecho constitucionalmente reconocido a una educación gratuita, con una política de gratuidad de libros de texto de primaria y secundaria, siguiendo el ejemplo de la mayoría de los países europeos y algunas comunidades autónomas españolas.

Efectivamente Aragón, La Rioja, Galicia y Castilla-La Mancha son las comunidades más avanzadas en lo que respecta a la gratuidad de los libros de texto en nuestro país. En el resto de las comunidades no hay nada, más allá de ayudas a través de becas para comprar los libros. Así pues, en la mayoría del territorio español estamos en la misma situación que en Portugal e Irlanda, únicos países de la antigua Unión Europea, junto con España, en los que los libros de texto no son gratuitos. En Italia, Francia, Reino Unido, Noruega, Islandia, Dinamarca y Suecia y en la mayoría de los estados de Alemania los manuales y libros de texto son gratuitos en toda la enseñanza primaria y secundaria.

Para concretar la gratuidad de los libros de texto existen diversas fórmulas, pero se propone una estrategia en la que no sólo resultan beneficiadas las familias sino que se benefician sin perjudicar a la industria editorial y se ayuda, además, a incrementar los índices de lectura de la población menor, creando y llenando las bibliotecas de centro o incluso de aula, para que los niños tengan, por lo menos, acceso a los libros. Esta estrategia que llena los colegios de libros sin dañar otras partidas necesarias, sin dañar el balance de la industria editorial y garantizando la gratuidad de los libros de texto, pasa por establecer una dotación pública media por niño al año destinada a libros de texto, dotación que se garantiza irá a parar a la industria editorial pero que gestionará cada centro educativo en función de los escolares inscritos en cada curso. El objetivo es que el centro ofrezca los libros en préstamo para que otros años esos mismos libros se puedan utilizar, aprovechando la partida del siguiente curso para llenar de libros de lectura las bibliotecas del centro escolar con la posibilidad, hoy remota, de que puedan llevarlos al hogar.

Esta propuesta no es nueva, de hecho ya hay centros que la practican. Se trata de regular y generalizar su práctica porque garantiza una manera más social y racional de usar los libros de texto. Obviamente ello implica una nueva manera de editar y usar los libros de texto que no obligue a su renovación constante, con el compromiso de los centros de no variar cada curso los textos necesarios de cada nivel escolar. E implica también una nueva concepción del libro que destierre el tirar, literalmente, los más de veinte millones de libros editados el curso anterior.

D) El libro en Internet

Como se ha destacado anteriormente, en España la situación del libro en la red es cuando menos precaria, tanto en lo que se refiere a la venta de libros impresos a través de Internet como a la propia edición en digital. Puesto que la red representa una nueva manera de

distribuir la cultura y puesto que el futuro, sea cual fuere, se escribirá en digital, es necesario dar el salto a la red y permitir con medidas concretas que el libro de siempre y el nuevo libro digital tengan su presencia en la telaraña mundial. De este modo se recomienda:

- Permitir descuentos en la venta de libros impresos a través de la red: Para favorecer la venta de libros impresos a través de la red se deben permitir descuentos en la venta del libro por este canal, limitando dichos descuentos al 30%, que es un coste no justificado en Internet, ya que el coste de distribución y traslado lo paga el cliente (10%). Además, el minorista virtual se ahorra el alquiler de locales, gestión de *stock* y el coste de almacenaje (20%), con lo que los libros, tal como se está haciendo en otros países, pueden ser, como mínimo, un 30% más baratos.
- Reconocimiento del libro digital, de las editoriales y de las librerías virtuales. Y para favorecer el libro digital, ese contenido en formato binario que será el libro del futuro, se propone como principal medida adaptar la definición de libro a la realidad del libro multisaporte, estableciendo como base definitoria frente a otras expresiones digitales:
 - Su carácter unitario (frente a las publicaciones periódicas), aunque se admita la edición en diferentes volúmenes, tal como se entiende en la edición convencional.
 - El predominio de texto escrito (frente a productos audiovisuales), aun admitiendo la expresividad multimedia e incluso hipertextual, tal como se produce también en la edición convencional.
 - La autoría de la obra (frente a material anónimo o institucional-comercial), admitiendo también la existencia de obras anónimas o con seudónimo u obras colectivas e incluso interactivas.
 - La calidad e idiosincrasia cultural (frente a contenidos comerciales o espontáneos), que, como en la edición convencional, quede avalada por el sello editorial.

Una vez admitido que el libro digital es también un libro, se debe reconocer legalmente al libro digital con las mismas garantías y favores que se reconocen y se han reconocido al libro de papel: desde su inscripción distintiva en el ISBN a su depósito legal (estableciendo obviamente un depósito de material electrónico) y un IVA reducido. También se hace necesario favorecer el reconocimiento social y académico del libro digital.

Es necesario, además, reconocer a las editoriales y librerías digitales con las mismas ayudas y favores que se han ofrecido tradicionalmente a los editores convencionales, librerías, distribuidores e impresores, exigiéndoles las mismas condiciones, responsabilidades, infracciones y sanciones que han regulado su constitución y funcionamiento hasta ahora en el mundo analógico.

- Ayudas positivas a la actividad editorial en Internet. Favorecer en las ayudas a las nuevas iniciativas en red (sean de edición o de venta), o la diversificación de negocios hacia la red, estableciendo controles de seguimiento de la actividad en línea. A las ayudas directas a la publicación en lengua extranjera o lenguas minoritarias del Estado español, habría que añadir ayudas directas a la publicación digital para promocionar este segmento de edición y establecer también ayudas para la digitalización de fondos para incentivar su difusión digital.
- Edición pública digital. La labor editorial que protagonizan las instancias públicas en el mercado convencional tendría que dar el salto a la *web*. Y es que hace falta un servicio editorial que, mientras las cuentas no cuadren y la empresa privada no se anime, tiene que asumir la Administración Pública para otorgar a los libros digitales la visibilidad y la credibilidad que únicamente puede ofrecerle el apoyo de una entidad editorial. Se trata, pues, de inventar la edición *on line*, favoreciendo fórmulas que aseguren no sólo la difusión de esta nueva modalidad de publicación sino también cierta viabilidad económica de la edición del futuro. De este modo, la Administración debería de favorecer la edición *on line* de:
 1. Libros más baratos: los costes de producción disminuyen drásticamente en el libro digital, al eliminarse la impresión, el coste de distribución y el porcentaje del minorista si quien vende el libro es el mismo agente que lo edita. Esta reducción del precio, de hasta un 60%, puede garantizar el éxito del libro digital, al tiempo que garantiza la vida comercial del libro de papel si se traslada la experiencia del libro de bolsillo, puesto que beneficia a las ediciones convencionales al favorecer la lectura y la promoción del título. Además, con la reducción del precio pierde justificación y fuerza el acceso ilegal.
 2. El fondo editorial, en especial, los títulos descatalogados y agotados. Como hasta los años noventa no se negociaban los derechos electrónicos, obviamente porque no existía otro soporte distinto del papel, explotar el fondo en su versión digital requiere una renegociación con los titulares de los derechos para poder explotar esas obras en una nueva ventana de distribución comercial.
 3. Obras minoritarias: la edición científica, la técnica, la especializada en temáticas concretas, la edición universitaria o la que se publica en otras lenguas. El éxito de este tipo de edición se ha contrastado ya, con éxito, en la edición científica, pues es el único segmento de edición que está presente en la red y cuyo consumo no deja de crecer, aunque a menudo al margen del mercado. Ello ha supuesto un cambio drástico en la actividad editorial e incluso en la ciencia, en general, no solamente por las oportunidades de editar sino también para difundir lo editado. Se trata, pues, de repetir ese fenómeno con otros segmentos de edición minoritarios y de empezar a comercializar los contenidos a cambio de una labor de selección basada en la calidad.

4. Libros digitales creados y editados para su distribución digital, y que limitan su lectura al soporte electrónico, es decir, un libro digital sin posibilidad de ser de papel. La clave de este tipo de edición no sólo se basa en la exclusividad del acceso a la red, sino en la explotación de la escritura digital (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, simultaneidad,...). En este sentido, las experiencias son contadas, porque a la escasa incidencia de esta nueva manera de escribir se suma la reacción adversa por parte del sector editorial y, en general, de la sociedad en su conjunto, por considerar que esta manera de escribir supone un atentado contra el peso cultural de la palabra escrita que ha caracterizado desde Gutenberg al libro y un acercamiento a los productos audiovisuales, mucho más banales y menos culturales. Pero esa concepción limitada y desfasada de la cultura tiene los días contados en cuanto el cambio generacional afecte a los autores y lectores, y ya hay voces entre los expertos que claman por un cambio en la manera de escribir y de concebir la cultura (De las Heras).

Todas estas posibilidades son, en realidad, nuevos modelos de negocio que se proponen para que el sector editorial se recicle en este escenario de futuro. Pero si la industria no da el paso, aunque para ello también se tienen que multiplicar los foros, cursos y debates en torno al tema, puede ser la Administración quien lidere esta introducción en el mundo del libro digital, anticipándose a la apropiación que pueden hacer los operadores extranjeros.

Bibliografía

- Alatríste, S., (1999), El mercado editorial en lengua española. En García Canclini, N. y Moheta, J.C. (coord.), Las industrias culturales en la integración latinoamericana. México: Grijalbo.
- De las Heras, A. Los estilistas de la sociedad tecnológica. En www.campusred.net
- Decreto 2984/1972, de 2 de noviembre, por el que se establece la obligación de consignar en toda clase de libros y folletos el número de ISBN, BOE de 4 de noviembre de 1972.
- Epstein, J. (2002), La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición. Anagrama.
- FGEE (Federación de Gremios de Editores de España) (2004), El mercado interior del libro.
- Goicoechea, J.M. (2000), Editores en alerta roja. *Tiempo de hoy*, 10.07.2000, 60-3.
- Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta, BOE de 19 de marzo de 1966.
- Ley 9/1975 de 12 de marzo, de Régimen General para la Promoción, Producción y Difusión del Libro, B.O.E. de 14 de marzo de 1975.
- Landow, G.P. (1998), Dentro de veinte minutos, o ¿cómo nos trasladamos más allá del libro. En Nunberg, G. (comp.), El futuro del libro. Barcelona. Paidós.
- Martín Carbajal, F. (1993), El sector del libro en España. Informe de Fuinca (Fundación de la Red de Información Científica Automatizada). Madrid, Ministerio de Cultura.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. BOE, 97, de 22 de abril.
- Schiffrin, A. (2000), La edición sin editores. Barcelona. Destino.
- Vila-San Juan, S. (2003), Pasando página. Autores y editores en la España democrática. Destino.
- VV.AA. (2000), Memoria de quince encuentros sobre la edición en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo-UIIMP, 1984-1999. Madrid, Federación de Gremios de Editores de España.

Documentos de trabajo publicados

- 1/2003. **Servicios de atención a la infancia en España: estimación de la oferta actual y de las necesidades ante el horizonte 2010.** María José González López.
- 2/2003. **La formación profesional en España. Principales problemas y alternativas de progreso.** Francisco de Asís de Blas Aritio y Antonio Rueda Serón.
- 3/2003. **La Responsabilidad Social Corporativa y políticas públicas.** Alberto Lafuente Félez, Víctor Viñuales Edo, Ramón Pueyo Viñuales y Jesús Llaría Aparicio.
- 4/2003. **V Conferencia Ministerial de la OMC y los países en desarrollo.** Gonzalo Fanjul Suárez.
- 5/2003. **Nuevas orientaciones de política científica y tecnológica.** Alberto Lafuente Félez.
- 6/2003. **Repensando los servicios públicos en España.** Alberto Infante Campos.
- 7/2003. **La televisión pública en la era digital.** Alejandro Perales Albert.
- 8/2003. **El Consejo Audiovisual en España.** Ángel García Castillejo.
- 9/2003. **Una propuesta alternativa para la Coordinación del Sistema Nacional de Salud español.** Javier Rey del Castillo.
- 10/2003. **Regulación para la competencia en el sector eléctrico español.** Luis Atienza Serna y Javier de Quinto Romero.
- 11/2003. **El fracaso escolar en España.** Álvaro Marchesi Ullastres.
- 12/2003. **Estructura del sistema de Seguridad Social. Convergencia entre regímenes.** José Luis Tortuero Plaza y José Antonio Panizo Robles.
- 13/2003. **The Spanish Child Gap: Rationales, Diagnoses, and Proposals for Public Intervention.** Fabrizio Bernardi.
- 13*/2003. **El déficit de natalidad en España: análisis y propuestas para la intervención pública.** Fabrizio Bernardi.
- 14/2003. **Nuevas fórmulas de gestión en las organizaciones sanitarias.** José Jesús Martín Martín.
- 15/2003. **Una propuesta de servicios comunitarios de atención a personas mayores.** Sebastián Sarasa Urdiola.
- 16/2003. **El Ministerio Fiscal. Consideraciones para su reforma.** Olga Fuentes Soriano.

- 17/2003. **Propuestas para una regulación del trabajo autónomo.** Jesús Cruz Villalón.
- 18/2003. **El Consejo General del Poder Judicial. Evaluación y propuestas.** Luis López Guerra.
- 19/2003. **Una propuesta de reforma de las prestaciones por desempleo.** Juan López Gandía.
- 20/2003. **La Transparencia Presupuestaria. Problemas y Soluciones.** Maurici Lucena Betriu.
- 21/2003. **Análisis y evaluación del gasto social en España.** Jorge Calero Martínez y Mercè Costa Cuberta.
- 22/2003. **La pérdida de talentos científicos en España.** Vicente E. Larraga Rodríguez de Vera.
- 23/2003. **La industria española y el Protocolo de Kioto.** Antonio J. Fernández Segura.
- 24/2003. **La modernización de los Presupuestos Generales del Estado.** Enrique Martínez Robles, Federico Montero Hita y Juan José Puerta Pascual.
- 25/2003. **Movilidad y transporte. Opciones políticas para la ciudad.** Carme Miralles-Guasch y Àngel Cebollada i Frontera.
- 26/2003. **La salud laboral en España: propuestas para avanzar.** Fernando G. Benavides.
- 27/2003. **El papel del científico en la sociedad moderna.** Pere Puigdomènech Rosell.
- 28/2003. **Tribunal Constitucional y Poder Judicial.** Pablo Pérez Tremps.
- 29/2003. **La Audiencia Nacional: una visión crítica.** José María Asencio Mellado.
- 30/2003. **El control político de las misiones militares en el exterior.** Javier García Fernández.
- 31/2003. **La sanidad en el nuevo modelo de financiación autonómica.** Jesús Ruiz-Huerta Carbonell y Octavio Granado Martínez.
- 32/2003. **De una escuela de mínimos a una de óptimos: la exigencia de esfuerzo igual en la Enseñanza Básica.** Julio Carabaña Morales.
- 33/2003. **La difícil integración de los jóvenes en la edad adulta.** Pau Baizán Muñoz.
- 34/2003. **Políticas de lucha contra la pobreza y la exclusión social en España: una valoración con EspaSim.** Magda Mercader Prats.
- 35/2003. **El sector del automóvil en la España de 2010.** José Antonio Bueno Oliveros.
- 36/2003. **Publicidad e infancia.** Purificación Llaquet, M^a Adela Moyano, María Guerrero, Cecilia de la Cueva, Ignacio de Diego.
- 37/2003. **Mujer y trabajo.** Carmen Sáez Lara.
- 38/2003. **La inmigración extracomunitaria en la agricultura española.** Emma Martín Díaz.

- 39/2003. **Telecomunicaciones I: Situación del Sector y Propuestas para un modelo estable.** José Roberto Ramírez Garrido y Juan Vega Esquerrá.
- 40/2003. **Telecomunicaciones II: Análisis económico del sector.** José Roberto Ramírez Garrido y Álvaro Escribano Sáez.
- 41/2003. **Telecomunicaciones III: Regulación e Impulso desde las Administraciones Públicas.** José Roberto Ramírez Garrido y Juan Vega Esquerrá.
- 42/2004. **La Renta Básica. Para una reforma del sistema fiscal y de protección social.** Luis Sanzo González y Rafael Pinilla Pallejà.
- 43/2004. **Nuevas formas de gestión. Las fundaciones sanitarias en Galicia.** Marciano Sánchez Bayle y Manuel Martín García.
- 44/2004. **Protección social de la dependencia en España.** Gregorio Rodríguez Cabrero.
- 45/2004. **Inmigración y políticas de integración social.** Miguel Pajares Alonso.
- 46/2004. **TV educativo-cultural en España. Bases para un cambio de modelo.** José Manuel Pérez Tornero.
- 47/2004. **Presente y futuro del sistema público de pensiones: Análisis y propuestas.** José Antonio Griñán Martínez.
- 48/2004. **Contratación temporal y costes de despido en España: lecciones para el futuro desde la perspectiva del pasado.** Juan J. Dolado y Juan F. Jimeno.
- 49/2004. **Propuestas de investigación y desarrollo tecnológico en energías renovables.** Emilio Menéndez Pérez.
- 50/2004. **Propuestas de racionalización y financiación del gasto público en medicamentos.** Jaume Puig-Junoy y Josep Llop Talaverón.
- 51/2004. **Los derechos en la globalización y el derecho a la ciudad.** Jordi Borja.
- 52/2004. **Una propuesta para un comité de Bioética de España.** Marco-Antonio Broggi Trias.
- 53/2004. **Eficacia del gasto en algunas políticas activas en el mercado laboral español.** César Alonso-Borrego, Alfonso Arellano, Juan J. Dolado y Juan F. Jimeno.
- 54/2004. **Sistema de defensa de la competencia.** Luis Berenguer Fuster.
- 55/2004. **Regulación y competencia en el sector del gas natural en España. Balance y propuestas de reforma.** Luis Atienza Serna y Javier de Quinto Romero.
- 56/2004. **Propuesta de reforma del sistema de control de concentraciones de empresas.** José M^a Jiménez Laiglesia.
- 57/2004. **Análisis y alternativas para el sector farmacéutico español a partir de la experiencia de los EE UU.** Rosa Rodríguez-Monguió y Enrique C. Seoane Vázquez.
- 58/2004. **El recurso de amparo constitucional: una propuesta de reforma.** Germán Fernández Farreres.

59/2004. **Políticas de apoyo a la innovación empresarial.** Xavier Torres.

60/2004. **La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital.** Emili Prado.

61/2004. **La universidad española: soltando amarras.** Andreu Mas-Colell.

62/2005. **Los mecanismos de cohesión territorial en España: un análisis y algunas propuestas.** Ángel de la Fuente.

